



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO  
ESTRATÉGICO MEDIANTE UN PLAN DE MEJORA EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE CALZADO  
DE DAMAS, DISTRITO EL PORVENIR, TRUJILLO, 2019**

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

**AUTORA**

**CUEVA FLORES, MILAGRITOS JESUS**

**ORCID: 0000-0003-3058-8522**

**ASESOR**

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS**

**ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**TRUJILLO – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

AUTORA

Cueva Flores Milagritos Jesús

Cod: ORCID 0000-0003-3058-8522

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado,

Trujillo, Perú.

ASESOR:

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas

Escuela profesional de Administración, Chimbote, Perú.

### **Jurado**

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000 - 0003 - 2177 - 5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000 - 0002 – 8491 – 0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000 – 0003 – 1132 - 2243

## **FIRMA DEL JURADO CALIFICADOR**

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

Presidente

Salinas Gamboa José German

Miembro

Mino Asencio María Isabel

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, mi agradecimiento infinito a Dios, por concederme la vida y la salud, sobre todo por bendecirme con mi familia, que son mi motor y motivo para cumplir mi meta profesional.

A mis hijos, por su amor y paciencia, a mi esposo por su apoyo y comprensión, que son mi fortaleza, mis hermanos que son mi apoyo incondicional, quienes me motivan a continuar, así como también a mi asesor Dr. Reinerio Zacarías Centurión, quien con su sabiduría y experiencia fue mi guía para realizar este informe.

## **DEDICATORIA**

A Dios que es mi creador, mi fortaleza y mi guía, ya que sin Dios nada de los soy y tengo lo lograría.

A mis padres que son mis ángeles y mi ejemplo de vida, a mis hijos y esposo, que son mi motor para seguir mejorando cada día. A mis hermanos que son mi apoyo constante.

A mi hija Dariana Mora Cueva, por su esfuerzo, paciencia y apoyo incondicional.

## **RESUMEN**

En esta tesis tiene como objetivo general identificar las principales características de la Gestión de calidad y planeamiento estratégico mediante un plan de mejora a las micro y pequeñas empresas; en la metodología se usó el diseño de la investigación no experimental, ya que no se manipulo las variables, de nivel descriptivo debido a que solo se describió sus variables, de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, transversal, porque solo se describió sus características. En Trujillo, muchas MYPES no cuentan con una capacitación adecuada sobre la gestión empresarial; colocándose como objetivos específicos la descripción de las características de los representantes de las MYPES, describir sus principales características de las MYPES, describir las características de gestión de calidad y las características del planeamiento estratégico, también la elaboración de un plan de mejora. Esta tesis se justifica porque informa sobre aspectos teóricos de gestión de calidad usando el planeamiento estratégico y un plan de mejora; asimismo aplicarla en los negocios y encaminarlas hacia el éxito. También a los investigadores brindar resultados y conocer nuevos conceptos, teorías y metodologías, mejorando así las estrategias para el crecimiento y desarrollo constante ante el mercado competitivo. Se concluyó este informe sugiriendo como técnica moderna el liderazgo, siendo su principal herramienta la motivación y capacitación del personal, mejorando la gestión de calidad y determinar un plan estratégico necesario para su empresa; realizar un diagnóstico de FODA conociendo su mercado competitivo y tomar acciones necesarias para continuar creciendo en el tiempo.

Palabras claves: Gestión de calidad, Planeamiento estratégico, Zapaterías.

## **ABSTRACT**

The general objective of this thesis is to identify the main characteristics of Quality Management and strategic planning through an improvement plan for micro and small companies; In the methodology, the non-experimental research design was used, since the variables were not manipulated, descriptive level because only their variables were described, quantitative type, descriptive level, cross-sectional, because only their characteristics were described. In Trujillo, many MYPES do not have adequate training on business management; placing as specific objectives the description of the characteristics of the representatives of the MYPES, describe their main characteristics of the MYPES, describe the characteristics of quality management and the characteristics of strategic planning, also the development of an improvement plan. This thesis is justified because it reports on theoretical aspects of quality management using strategic planning and an improvement plan; also apply it in business and lead them to success. Researchers also provide results and learn about new concepts, theories and methodologies, thus improving strategies for constant growth and development in the face of the competitive market. This report was concluded by suggesting leadership as a modern technique, its main tool being the motivation and training of personnel, improving quality management and determining a necessary strategic plan for your company; carry out a SWOT diagnosis knowing your competitive market and take the necessary actions to continue growing over time.

**Keywords:** Quality management, Strategic planning and Shoe stores.

## CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
FIRMA DEL JURADO CALIFICADOR .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA .....	i
RESUMEN .....	1
I. INTRODUCCIÓN .....	7
II. REVISIÓN DE LITERATURA. ....	10
<b>2.1. Antecedentes:</b> .....	10
<b>2.2. Bases teóricas de la investigación</b> .....	15
Micro y Pequeñas Empresas .....	15
Gestión de calidad:.....	17
Planeamiento estratégico:.....	20
<b>III. HIPÓTESIS.</b> .....	22
IV. METODOLOGÍA .....	22
<b>4.1. Diseño de investigación:</b> .....	22
<b>4.2. Población y muestra:</b> .....	23
<b>4.3. Definición y operacionalización de variable.</b> .....	23
Gestión de calidad:.....	23
Planeamiento estratégico:.....	23
Cuadro de operacionalización de variables .....	24
<b>4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	26
<b>4.5. Plan de análisis:</b> .....	26
<b>4.6. Matriz de consistencia</b> .....	27
<b>4.7. Principios Éticos</b> .....	28
V. Resultados: .....	29
5.1. Resultados .....	29
<b>5.2. Análisis de resultados.</b> .....	32
<b>5.3. Plan de Mejora</b> .....	36
<b>Visión</b> .....	36
<b>Objetivos Empresariales</b> .....	36
VI. Conclusiones:.....	25
<b>Aspectos complementarios</b> .....	26



Recomendaciones: .....	26
<b>Bibliografía</b> .....	27
Anexos: .....	29
<b>Anexo N° 1: Cronograma de trabajo</b> .....	29
<b>Anexo N° 2: Presupuesto</b> .....	30
Anexo N° 3: Instrumento de recolección de datos .....	31
<b>Anexo N° 4: Validación</b> .....	34
<b>Anexo 5: Protocolo de consentimiento informado para encuestas</b> .....	41
<b>Anexo 6: Plan de Mejora</b> .....	42
<b>Anexo 7: Figuras</b> .....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de los propietarios de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, Sector Rio Seco, El Porvenir.....	37
Tabla 2: Características de las Micro y Pequeñas Empresas de calzado de damas, Sector Rio Seco, El Porvenir.....	37
Tabla 3 : Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas de calzado de damas, Sector Rio Seco, El Porvenir.....	38
Tabla 4: Planeamiento estratégico de las Micro y Pequeñas Empresas de calzado de damas, Sector Rio Seco, El Porvenir.....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad .....	68
Figura 2: Genero.....	68
Figura 3: Grado de Instrucción.....	68
Figura 4: Tiempo de funcionamiento.....	69
Figura 5: Personal.....	69
Figura 6: Tipo de personal.....	69
Figura 7: Finalidad.....	70
Figura 8: Satisfacción de clientes.....	70
Figura 9: Maquinaria de alta tecnología.....	70
Figura 10: Control de productos.....	71
Figura 11: Calidad de productos.....	71
Figura 12: Clientes satisfechos con atención.....	71
Figura 13: Trato del empleador para sus empleados.....	72
Figura 14: Presentación del personal.....	72
Figura 15: Innovación de productos.....	72
Figura 16: Seguimiento de clientes claves.....	73
Figura 17: Reconocimiento al empleado.....	73
Figura 18: Noción de planeamiento estratégico.....	73
Figura 19: Conocimiento de uso del plan estratégico.....	74
Figura 20: Utilidad del plan estratégico.....	74
Figura 21: Frecuencia de Análisis situacional de empresa.....	74
Figura 22: Trabajo en conjunto.....	75

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las microempresas no siempre logran sobresalir y quiebran en el intento o en el camino, por diferentes motivos, ya sea obstáculos en la formalización, y/o proceso de producción y ampliación, usando diferentes medios de comunicación ya sea de manera electrónica o convencional.

Para poder llegar a la meta y mantenerse es necesario estar continuamente capacitado y al día en la tecnología, ya que es muy importante su uso para fortalecer la empresa y sobresalir en el mercado tanto nacional como internacional.

Cabe mencionar que las PYMES, aportan gran parte del PBI del país, cumpliendo un rol fundamental en nuestro país, generando mayor empleo y contribuyendo al aumento de la productividad económica. (Milano, 2016).

En nuestro país las MYPES representan el 96.6% de empresas, pero que lamentablemente la mayoría no cuentan con accesos a instrumentos financieros. (Chamorro, 2016) Indica que es imprescindible el uso de un sistema de gestión de calidad porque ayuda a aumentar las posibilidades de supervivencia en el mercado.

Cabe señalar que, al apoyar a una MYPE, también estamos dando credibilidad a un nuevo empresario, impulsando a arriesgarse a conformar un nuevo negocio y brindar empleos y estabilidad a más familias. En la metodología, el tipo a utilizar es cuantitativa por lo que no es experimental, ya que solo se describirá las variables, además será de nivel descriptivo, y como se mencionó anteriormente su diseño será no experimental.

En su estudio está conformada por Micro y Pequeñas Empresas de calzado de damas en la zona céntrica del distrito de El Porvenir; utilizando como muestra las 05 Micro Empresas del Sector Rio Seco del distrito de El Porvenir, debido a que se observó una débil comunicación y coordinación en la atención al cliente por falta de capacitación de personal y capacitación adecuada, lo cual generó la mala gestión y un control administrativo empobrecido por la falta de un plan estratégico adecuado.

A la vez que como estudiantes nos genera el desafío de aplicar todo lo aprendido en el campo real, generando bienestar colectivo y así también brindar un valioso aporte para nuestro país.

Cabe señalar que según el diario Gestión (2019), En el Perú las Micro y Pequeñas empresas del rubro calzado aportan el 39% de la economía del país, sin embargo, también hay empresas que no duran en el mercado económico, ya que muchos empiezan sus negocios sin tener una orientación adecuada de cómo determinar las metas y propósitos a través de la dirección y planificación aplicando el Planeamiento estratégico y el plan de mejora.

Además, que permite al administrador analizar y desarrollar la misión organizacional en coordinación con los trabajadores y mejorando así la dirección de la empresa con el uso del Planeamiento estratégico; describiendo un plan de mejora para un mejor rendimiento empresarial. Según Gestión (2019) sostiene que, en el Perú, las importaciones de calzado y sus partes importaron entre enero y octubre 2019, un promedio de US\$ 410.3 millones, un crecimiento de 8.7% en relación al año 2018, según el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima, las micro y pequeñas empresas son un factor fundamental del motor de nuestra economía.

A nivel nacional, las MYPE brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Evidentemente las MYPE abarcan muchos aspectos importantes en la economía del país, entre los más importantes se puede mencionar que contribuyen a la generación de empleo, que en muchas veces no lo generan en las mejores condiciones, si contribuye de forma creciente a aliviar el alto índice de desempleo en nuestro país.

En Trujillo se ignora si las micro y pequeñas empresas aplican el planeamiento estratégico al aperturar sus negocios y si cuentan con alguna orientación gestión empresarial. Por lo que se determinó que las empresas deben fijar la gestión administrativa utilizando el planeamiento estratégico, así como el plan de mejora para la misma.

Esta tesis se justifica porque permite brindar conocimientos y satisfacción a los empresarios de El Porvenir orientándolas al éxito. A la vez que se transformará en una

empresa sostenible en el tiempo y permitirá su crecimiento y estabilidad, manteniéndose en competencia permanente en el mercado tanto nacional como internacional.

Al observar el efecto de beneficio que genera al intervenir a favor de una MYPE, estamos exteriorizando de manera positiva en la economía del sector Rio Seco y a su vez de la región. Además, que también convertirá a las MYPEs en un motor económico como fuente de trabajo en el Sector Rio Seco del Distrito de El Porvenir. La misma que dará credibilidad a un nuevo empresario.

Cabe mencionar que a su vez brindara mejor calidad de vida a sus empleados como de igual forma a sus clientes, obteniendo su lealtad.

El enunciado fue de la siguiente manera ¿Cuáles son las características de gestión de calidad y Planeamiento estratégico mediante un plan de mejora que beneficiaría a las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, de El Porvenir, 2019?

Entre los objetivos está contemplado de la siguiente manera: Como objetivo General es identificar las principales características de gestión de calidad y planeamiento estratégico mediante un plan de mejora a las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, del Distrito de El Porvenir, 2019.

Mientras que los objetivos Específicos son:

- Describir las características de los microempresarios de las Micro y Pequeñas empresas de calzado de damas, en el distrito de El Porvenir, Trujillo, 2019
- Describir las características de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas en el Distrito de El Porvenir. 2019.
- Describir las características de gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas en el Distrito de El Porvenir. 2019.
- Describir las características de planeamiento estratégico de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas en el Distrito de El Porvenir. 2019.
- Elaborar un plan de mejora a través de los resultados obtenidos en esta investigación de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas en el Distrito de El Porvenir. 2019.

Cabe mencionar que en la metodología fue usado el diseño de la investigación no experimental, porque no se maniobro las variables, es de nivel descriptivo porque solo se describió las variables, de tipo cuantitativo ya que se describió sus características.

Se concluye que de acuerdo a los resultados más importantes observamos que debido a la necesidad de sobresalir como empresa pequeña y la lucha desigual contra sus competidores sobre todo de empresas nacionales e internacionales, se esfuerzan mucho por brindar una buena gestión de calidad, y por falta de conocimiento sobre el uso adecuado de un planeamiento estratégico en sus empresas, no han sobresalido, debido a la falta de capacitación, sin embargo lo han utilizado sin darse cuenta en algún momento.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA.**

### **2.1. Antecedentes:**

(Moran Farfan, E., Nicole D. y Ortiz E, 2018) en su tesis *Propuesta de un plan estratégico para la Bendición de Dios S.A.* tienen como propósito brindar diversas estrategias para que les proporcione crecimiento que les permitirá evolucionar en la comercialización del calzado. Por lo que analizaron tanto su micro entorno como su macro entorno para determinar el problema del caso como es la ausencia de estrategias para las ventas y la falta de innovación tecnológica.

Por lo cual tiene como objetivo general proponer un plan estratégico para la empresa Bendición de Dios, que lo permita mantenerse competitivo en el mercado. lo cual su metodología será de tipo exploratorio, descriptivo de corte transversal.

Llegando a la conclusión que la empresa no aplica estrategias de ventas y carece de un sistema contable para un mejor control de cuentas, por lo que se propuso estrategias para trabajar en la implementación de la misión y visión, creando un sistema contable para un mejor control de cuentas, así como el uso del marketing digital.

(Sebastián L, 2014) en su tesis *Definición e implementación 25wats* refiere que el problema de la empresa de su investigación dedicada a diseños multimedias, web y medios gráficos se encuentra en constante lucha de sobrevivencia debido a la amplitud de competencias directas que se encuentran en el internet como alternativas y herramientas. Plantea la implementación de planeamiento estratégico debido a que es una herramienta que permite conocer de manera clara y precisa la historia de la

empresa, comprendiendo lo que está atravesando y mejorar la relación con su entorno con el fin de sobrevivir, crecer y llevar adelante sus proyectos de manera eficiente.

El objetivo consiste en definir el planeamiento estratégico, estableciendo bases de implementación de planeamiento, así como la creación de un sistema de control, usando como herramienta el cuadro de mando integral; utilizando como indicadores cualitativos y cuantitativos.

Finalmente concluyo que debido a los frecuentes cambios muchas veces crea incertidumbre en los empresarios, sin embargo, al usar un planeamiento estratégico, este debe ser adaptable y permeable constantemente a nuevas transformaciones provenientes del entorno por tal motivo es la importancia de toma de decisiones y correcciones al presentarse algún desvío en la planificación.

(Vinicio, M, 2017) en su tesis *Plan Estratégico de comercialización para la empresa artesanal calzado "Santi", en la Parroquia Picaihua de la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato a partir del segundo semestre del año 2015*, refiere que la empresa Santi, es una empresa familiar, dedicada a la fabricación de calzado para caballeros, pero con una visión de corto plazo y su plan estratégico no está definido, por lo que necesita una mejor estructura y con objetivos precisos.

En esta tesis se tuvo como objetivo elaborar un plan estratégico de comercialización para la empresa artesanal calzado Santi, en la parroquia Picaihua de la provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, con el fin de lograr una mayor participación en el mercado.

Por lo cual acudieron al análisis del diagnóstico estratégico, que presentara el FODA, conociendo su importancia y su cultura empresarial para la definición la filosofía de la empresa.

Metodológicamente fue descriptiva, llegando a la conclusión que, al no contar con un plan estratégico actualizado, que le permita medir el crecimiento de la empresa y establecer los objetivos para cada periodo fiscal; esta debe mejorar su gestión para la aplicación de un nuevo plan estratégico y así alcanzar la rentabilidad deseada.



(M., Calle L. y Garrido, 2018) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MYPES hoteleras del centro de Piura*, indica que la PYMES representa un factor de desarrollo en lo económico, para la generación de riquezas y crecimiento del país, así como la fuente de empleo, creando conciencia de la manera de modernizarse y participar activamente con sus productos y/o servicios dentro de sus mercados; y con ello fomentar el espíritu emprendedor, místico, compromiso y necesidad de poner en juego lo invertido por lo cual la competencia es una debilidad ya que muchos empresarios se encuentran desactualizados en cuanto a gestión y planeamiento estratégico, por lo tanto les cuesta llegar a satisfacer las necesidades de los clientes, llegando en muchas ocasiones a quebrar sus empresas.

El objetivo fue determinar las características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MYPES.

Además, para este informe de tesis se empleó la metodología de descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal.

Se concluyó que la determinación de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico son de uso débil en sus operaciones y mala administración.

(Reategui, C. Gonzales, F, 2018) menciona en su tesis *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas rubro zapaterías de la ciudad de Tingo María*, que uno de los aspectos de la problemática es el análisis de la informalidad de micro y pequeñas empresas, el financiamiento así como la rentabilidad en la zona rural y urbana, siendo importantes ya que contribuyen a mejorar el aspecto económico, cimentada por personas naturales o jurídicas, normándose actualmente bajo ley de promoción y formalización de las micro y pequeñas empresas.

El objetivo de este informe en estudio fue determinar y describir las principales características de la gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del rubro de calzado de la ciudad de Tingo María.

Se hace mención que la metodología que se utilizó fue de tipo cualitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental y llegó a la conclusión que hay constantes cambios e innovaciones y que las MYPES deben estar actualizadas ya que contribuyen a mejorar el aspecto económico construida por una persona natural o jurídica.

(Martínez Riofrío, 2016) Recalaron en su tesis *Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch–Chiclayo*, que la empresa en investigación no cuenta con planeamiento estratégico y se encuentra a la deriva “La planificación estratégica permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y amenazas, enfocar la misión de la organización y orientar de manera efectiva el rumbo de una organización, facilitando la acción innovadora de dirección y liderazgo. La planificación estratégica es una manera intencional y coordinada de enfrentar la mayoría de los problemas críticos, intentando resolverlos en su conjunto y proporcionando un marco útil para afrontar decisiones, anticipando e identificando nuevas demandas.”

Para la metodología utilizo no experimental, cuantitativo, diseño descriptivo.

Concluyo que el plan estratégico propuesto mejoraría la gestión por lo que se observó una mala gestión.

(Solano, M., 2018) refiere en su tesis *Gestión de calidad con el uso de planeamiento estratégico y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías; centro histórico de Trujillo* que muchas micro y pequeñas empresas no aplican el planeamiento estratégico por motivo de desconocimiento de su importancia y sus beneficios por lo que se planteó como objetivo determinar sus principales características de la gestión de calidad en las medianas y pequeñas empresas en la ciudad de Trujillo.

Para el presente informe se utilizó el diseño no experimental, transversal descriptivo, aplicando el cuestionario como instrumento, donde se concluyó que más del 50% no cuenta con un plan estratégico ni tampoco elaboraron un diagnóstico FODA, por lo cual desconocían los beneficios.

Por lo que elaboró un plan de mejora plasmado en sugerencia e ideas incorporadas para los representantes de las micro y pequeñas empresas mediante capacitaciones, implementación de un plan estratégico, usando sus propias ganancias para invertir en diferentes recursos, evaluaciones, estableciendo su visión, misión y estrategias para sobresalir en un mercado competitivo. Sugiriendo utilizar las técnicas innovadoras como el liderazgo en su negocio e incentivando a su personal lograr un desarrollo de iniciativa para la implementación de gestión de calidad.

(Tejada Ludeña, G. y Ugaz C, 2016) En su tesis *Propuesta de un plan estratégico para mejorar la competitividad de la empresa “SERVICONFORT E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo periodo 2016 – 2018*. Refiere que la empresa SERVICONFORT E.I.R.L, la cual se dedica a la venta, instalación, mantenimiento y reparación de equipos de aire acondicionado en la ciudad de Trujillo, se encontraba en desventaja en relación a competencia y la falta de implementación de servicios en sus diversas áreas.

Se puso como objetivo la propuesta de un plan estratégico para mejorar la competitividad de la empresa SERVICONFORT E.I.R.L, teniendo como metodología de investigación el método inductivo – deductivo, con diseño descriptivo con dos variables.

Concluyéndose que con la propuesta de un plan estratégico se mejorara positivamente en la competitividad de la empresa obteniendo un sistema de gestión integrado con un diseño organizacional adecuado. Proyectándose al futuro con objetivos y estrategias que ayudaran a mejorar a la empresa.

(Maria Del Pilar Salvador Villacorta, 2015) Indica en su tesis *Elaboración de un planeamiento estratégico de sistemas de información para la mejora de la gestión administrativa y académica en la academia preuniversitaria Engels* que la Academia preuniversitaria Engels es una empresa privada, dedicada a brindar servicios educativos a más de 200 alumnos de la ciudad de Trujillo, sobre todo a estudiantes provenientes del distrito de El Porvenir. Actualmente la institución se centra en la preparación única para el ingreso a las distintas universidades de la ciudad de Trujillo.

La institución no cuenta con sistemas tecnológicos que sistematicen los procesos administrativos y académicos que se realizan, contando únicamente con aplicaciones ofimáticas. Además de realizar los trámites administrativos en forma manual retrasando los pagos de personal docente y administrativo, así como la demora en brindar la información respectiva

Por lo que se abordó el objetivo de proponer el desarrollo e implementación de distintos sistemas de información para mejorar el método de información en sus respectivos procesos reduciendo tiempo y brindar una información viable y eficiente.

Llegando a su conclusión que este proyecto permitió conocer a la institución educativa que haciendo uso adecuado de los recursos tecnológicos puede brindar un mejor servicio y generar una ventaja competitiva en el mercado de su rubro.

## 2.2. Bases teóricas de la investigación

### Micro y Pequeñas Empresas:

#### Definición:

Palacios, A. (2018) "...Son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes, prestación de servicios, transformación y extracción...Las MYPES mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros."

Según (Carranza, C. 2018) el "Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada que presten servicios a Micro y Pequeñas empresas..."

#### Características:

Según Boletín Informativo Laboral, N° 85 (enero, 2019), refiere que se califica según los niveles de ventas anuales establecidas deben ser:

- a. Microempresa: El monto máximo es 150 unidades impositivas tributarias. (UIT). Tiene de 01 a 10 trabajadores.
- b. Pequeña empresa: El monto debe superar las 150 unidades impositivas tributarias hasta el máximo de 1700 unidades impositivas tributarias. Cuenta de 01 a 100 trabajadores.
- c. Mediana empresa: Son superiores a 1700 UIT maximizando hasta 2300 UIT. Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, (2 de julio del año 2013).

Cabe mencionar que el valor de cada Unidad Impositiva Tributaria (UIT), para el año 2019 es de S/ 4, 200,00. (D.S. N° 298-2018-EF).

#### Clases:

(Joel, 2009) Refiere que se dividen en tres clases las cuales son los siguientes:

- a. **De acumulación:** Son aquellas que cuentan con mayor cantidad de activos y mayor capacidad de generación de empleo.

**b. De subsistencia:** Son aquellas encargadas de realizar transformaciones al producto en forma artesanal, proporcionando un flujo de caja vital sin afectar significativamente la creación de empleo adicional remunerado.

**c. Nuevos Emprendimientos:** Son aquellas iniciativas empresariales creadas con una visión de oportunidad y concepción de entradas apuntando a innovar, crear y tener una mejor cuestión económica, ya sea para empezar algún oficio, renovar y hacerse más competitivas.

### **Importancia:**

(Peruano, 2018) Refiere que según la cámara de comercio del Perú las MYPES son importantes debido a que brindan empleo del 75% de la población económicamente activa (PEA).

Se hace mención que las MYPES representa el 96.6% de empresas en el país, además que 99.8% de las unidades de producción son micro y pequeñas empresas, siendo su mayoría de servicios, comercio y manufacturas.

En la política tributaria el presidente del gremio de la pequeña empresa de la CCL, Jorge Ochoa, indico que para desarrollarse y elevar su productividad y competitividad se necesita de una política tributaria y laboral.

Además, agrego que “En una economía globalizada, el reto es lograr negocios de clase mundial, considerando que nuestro país es la sexta economía con mayor nivel de emprendimiento en el mundo”

### **Regímenes:**

#### **a). Persona Natural:**

- ✓ RUS: Régimen Único Simplificado.
- ✓ RER: Régimen Especial del Impuesto a la Renta
- ✓ RG: Régimen General del Impuesto a la Renta.

#### **b). Persona Jurídica:**

- ✓ RER: Régimen Especial del Impuesto a la Renta
- ✓ RG: Régimen General del Impuesto a la Renta.

### **Modalidad:**

a) **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada:** Constituida por una sola persona, como persona jurídica, su denominación E.I.R.L, tiene como órgano titular y gerencia, capital social comprende dinero, bienes muebles o inmuebles.

b) **Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada:** Consiste entre 02 a 20 participantes, denominación S.R.L, constituida por la junta general de socios, gerentes, su capital son las participaciones, cancelada cada una en un 25%, teniendo una duración indeterminada.

c) **Sociedad Anónima Cerrada:**

Comprendida entre 02 a 20 accionistas, en la cual quien desee transferir sus acciones a otro accionista o terceros, este debe ser comunicado a la sociedad y solicitar su aprobación, denominación S.A.C, constituida por junta general de accionistas, directorio y gerencia; el aporte puede ser en moneda nacional y/o extranjera, contribución tecnológica intangible. Su capital puede ser mediante acciones y cada acción se debe cancelar como mínimo el 25%, teniendo una duración determinada o indeterminada.

d). **Sociedad Anónima Abierta:**

Está constituida por 02 participantes como mínimo y sin límite máximo de participantes, denominación S.A. consta de una junta general de accionistas, directorio y gerencia. Su aporte puede ser en moneda nacional y/o extranjera, contribución tecnológica intangible. Su capital puede ser mediante acciones y cada acción se debe cancelar como mínimo el 25%, teniendo una duración determinada o indeterminada.

**Gestión de calidad:**

Es un conjunto de operaciones, medidas y reparos basados en las mejoras continuas de los procesos internos de una empresa.

Según Nueva ISO (2018) Indica que “es un conjunto de acciones y herramientas, creado para la evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo”.

### **Etapas de gestión de calidad.**

- a. **Industrialización:** En el siglo XIX, durante los años de la revolución industrial, en aquel entonces el trabajo manual se encontraba siendo reemplazado por el trabajo mecánico, surge el cargo de supervisor, quien era encargado de la seguridad de las actividades del proceso operario que realizaban.
- b. **Control estadístico:** Este periodo fue entre 1930 y 1950, cuando se empiezan a interesar por la inspección y los controles estadísticos, los cuales observaron sus beneficios gracias a la tecnología de esa época.
- c. **Primeros sistemas:** Aproximadamente entre los años 1950 y 1980 descubren que el control estadístico era insuficiente, surgiendo los primeros sistemas de calidad, inclinándose desde entonces en la calidad antes que en la cantidad.
- d. **Estrategias:** A partir de los años 80 hasta mediados de los años 90, se introducen los procesos de mejora continua, la cual es promovida por dirección y se manifiesta como una ventaja positiva.
- e. **Calidad total:**  
A partir de los años 90 hasta la actualidad la calidad total se convierte en un proceso en su conjunto, además que el cliente obtiene mayor protagonismo, convirtiéndose en el principal indicador de calidad.

### **Principios:**

(Chamorro, 2016) Describe que según las normas ISO (International Standardization Organization), la encargada de regular los sistemas de gestión de calidad es la ISO 9001, la misma que se fundamenta en 8 principios de la gestión de calidad son:

#### **a. Orientación al cliente:**

Según (CIMAR, 2007) indica que las organizaciones son dependientes de sus clientes, por lo tanto, estas deben comprender sus necesidades presentes como futura, cumpliendo sus requisitos y esforzándose en aventajar las expectativas de sus clientes. Los demás principios de las normas ISO 9004 están basados en satisfacer este primer principio.

**b. Liderazgo:**

(CIMAR,2007) Refiere que éstos son los encargados de movilizar y encauzar los esfuerzos de la organización. Deben contar con conocimientos y capacidades que logren transmitir a su equipo e involucrándolos en el logro de los objetivos.

**c. Participación del personal:**

El compromiso del personal de todos los niveles es esencial para dar uso de sus habilidades en beneficio de la organización. El interés e involucramiento de todo el grupo conlleva a cumplir las expectativas y necesidades grupales, mejorando a la vez la satisfacción personal mediante la satisfacción del grupo.

**d. Enfoque basado en procesos:**

Esta es vertiginosa y fácil identificación de problemas, que nos permite hallar la solución en forma eficiente, beneficiando así a la organización para una mejor capacidad de adaptación a las exigencias y cambios en el mercado. Toda modificación de procesos debe cumplir con las necesidades y expectativas de otros procesos.

**e. Enfoque de sistemas para gestión:**

Este enfoque nos ayuda a identificar, deducir y tramitar los procesos interrelacionados como un sistema, a la vez que apoya a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

**f. Mejora continua:**

Nos permite satisfacer al cliente mediante los servicios ofrecidos, cumpliendo así las diferentes mejoras de calidad como son avance tecnológico y mejora del proceso productivo. Nos permite optimizar la gestión de la calidad, brinda concordancia de las actividades en todos los niveles, así como la flexibilidad para reaccionar anticipadamente a las oportunidades.

**g. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:**

Para una buena toma de decisiones se debe considerar la objetividad de los datos (hechos reales).

La toma de decisiones se debe basar en el logro de metas y objetivos establecidos en un plan de calidad, al intercambiar la información esta influye en la organización, por lo tanto, se debe señalar defectos y remediar la situación, sin perjudicar a algún miembro o proceso de la organización.



#### **h. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:**

Los proveedores son vitales para una organización, ya que esta necesita de los proveedores, debido a que apoyan con las necesidades y expectativas de la organización, están deben contar con una buena relación, ya que de esto depende el buen resultado del servicio brindado a los clientes y entorno.

#### **Ventajas y beneficios:**

Sirve para mejorar nuestra posición de competencia e imagen empresarial de manera interna y externa:

- a. Mejora la organización dentro de la empresa: Al sistematizar las operaciones se producen innovaciones permitiendo a ser más eficientes los procesos empresariales, permitiendo ahorrar costos, gasto innecesario de recursos.
- b. Control de desempeño de procesos y de la empresa en sí: cumpliendo de manera adecuada la normativa en relación a los productos y servicios.
- c. Capacitación mejorada de personal de la empresa: Al obtener más información de los procesos, permite que el personal realice en forma más eficaz con menos pérdidas, como también incrementa la motivación y compromiso con la empresa.
- d. La implementación de gestión de calidad: afecta de manera positiva a las empresas permitiendo su satisfacción y fidelidad de su clientela.
- e. Mejora de imagen de los productos ofertados y de la organización: Incide en la mejora de la imagen posicionando mejor en relación a la competencia; al acoger esta gestión de calidad envía la señal a todos los dependientes que interactúan con la organización.
- f. Origina la innovación y aprendizaje organizacional.
- g. Desarrolla la posición competitiva de la empresa mediante su sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo.

#### **Planeamiento estratégico:**

Según Tiempo Minero (2019) refiere que es un plan de actuación o acción constante que define los objetivos a conseguir dentro de una empresa sin importar el plazo establecido.

Según (Charles Lamb, 2014) Es el transcurso de crear y conservar un buen ajuste entre los objetivos y recursos de una empresa y las oportunidades de progreso de mercado. La meta de planeación estratégica es lograr la rentabilidad y el crecimiento a largo plazo. Por lo mismo las decisiones estratégicas requieren responsabilidades de los recursos a largo plazo (p.38).

### **Importancia de planeamiento estratégico:**

Es importante porque permite que los líderes de una organización saquen la energía de la organización para alcanzar una visión en conjunto contribuyendo para un mejor desarrollo, organización y comprensión del entorno en el que se ejecute. Además, según (Fernández J. 2009) refiere que el planeamiento estratégico es la primera herramienta de las siete maravillas de la dirección empresarial.

### **Factores de planeamiento estratégico:**

- a. Entorno:** (Huamani, 2003) Indica que comprende el mundo comercial, económico, político, tecnológico, cultural y social; es cambiante y la comprensión de los efectos del entorno es de vital importancia para la organización. Los efectos históricos y medio-ambientales en la empresa deben estudiarse, así como los efectos presentes y los futuros cambios en las variables del entorno. Esto nos permitirá observar las oportunidades y amenazas del entorno a la organización.
- b. Recursos:** (Huamani, 2003) “Una de las formas de estudiar la capacidad estratégica de una organización es considerar sus puntos fuertes y sus puntos débiles (qué es lo que la organización hace bien y en qué falla, o donde se encuentra en ventaja o desventaja competitiva”, estos puntos pueden ser identificados mediante el estudio de las áreas.
- c. Expectativas:** (Huamani, 2003) Es la espera del futuro, debido a que estas influirán en la consideración de aceptación en términos de estrategias anticipadas. Las influencias del entorno y los recursos sobre la organización deberán ser interpretados a través de creencias y supuestos.
- d. Bases:** (Huamani, 2003) Refiere que el entorno, los recursos y las expectativas, en el marco cultural y político de la organización proporcionan las bases del análisis estratégico. Sin embargo, para comprender en qué posición estratégica se encuentra una empresa, es necesario considerar también en qué medida la orientación e implicaciones

de la estrategia actual y los objetivos que sigue la organización están en línea con las implicaciones que pueden afrontarlas.

#### **Beneficios de planeamiento estratégico:**

- a. Los beneficios que brinda planeamiento estratégico fueron:
- b. Obtener una mejor visión estratégica para la empresa.
- c. Una mejor definición de la importancia estratégica.
- d. Mejor comprensión de un ambiente variante.
- e. Valor real de la planificación estratégica moderna basada en proceso de planeamiento orientado hacia el futuro, formulado en escrito.

### **III. HIPÓTESIS.**

La presente tesis de investigación titulado “Gestión de calidad y planeamiento estratégico mediante un plan de mejora en las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, Sector Rio Seco, El Porvenir, 2019” al ser descriptiva no lleva hipótesis, según (Fernandez, 2014).

### **IV. METODOLOGÍA**

#### **4.1. Diseño de investigación:**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño:

-**No experimental**, ya que se realizó sin manipular ninguna de las variables, solo se observó el fenómeno tal cual se encuentra en el contexto. según UPEL (2003).

-**Descriptivo**, debido a que se describió las características de planeamiento estratégico y MYPE. según UPEL (2003). “*Descripción de fenómenos con metodología cuantitativa o cualitativa.*”

-**Transversal**, porque se analizó en espacio de tiempo determinado del año 2019. Según UPEL (2003). “*Se realizan cortes en el proceso de investigación...*”

**Cuantitativo:** Debido a que se encuentra “*estructurado, predeterminado (procede de la recolección de datos)*” según Hernandez S. 5ta Edición (2010).

## **4.2. Población y muestra:**

La población está constituida por 10 Micro y Pequeñas Empresas del rubro de Zapatería en el Distrito de El Porvenir y la muestra de este temario fue tomada a 5 Micro y Pequeñas Empresas en el sector Rio Seco, siendo zona de afluencia el mismo sector, además de tener más desenvolvimiento en ventas y con mayor clientela, y tienen como fin el de precisar las estrategias que utilizaron para el proceso de gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas y elaborar un plan de mejora para las mismas. Según Tamayo T. y Tamayo M. (1997) indica que *“la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”* (p.38).

Cabe indicar que se realizó como técnica de instrumento una encuesta, en la cual se realizó por cada variable lo siguiente. En la variable de gestión de calidad se realizó 10 preguntas dirigidas a los propietarios, clientes y empleados, al igual que en la variable de planeamiento estratégico se considero 5 preguntas, las mismas que fueron dirigidas a los propietarios de las MYPEs encuestadas.

## **4.3. Definición y operacionalización de variable.**

### **Gestión de calidad:**

Según (Nueva-ISO-9001-2015, 2018) refiere que gestión de calidad son el conjunto de operaciones y herramientas que tienen como fin evadir potenciales deslices o extravíos durante el proceso de producción, así como en los productos y/o servicios adquiridos por el mismo.

### **Planeamiento estratégico:**

Es un proceso mediante el cual las empresas utilizan para crear sus metas y objetivos, y así lograr ser competitivos alcanzando el éxito deseado.

### Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	MARCO TEORICO	ITEM	FUENTE	ESCALA DE MEDICION
Gestión de Calidad	Etapas	Industrialización	En el siglo XIX, durante los años de la revolución industrial, en aquel entonces el trabajo manual se encontraba siendo reemplazado por el trabajo mecánico, surge el cargo de supervisor, quien era encargado de la seguridad de las actividades del proceso operario que realizaban.	¿Encuentra usted productos que satisfacen sus necesidades?	Cliente	Si No A veces
				¿Cuenta usted con maquinaria de alta tecnología para la elaboración de sus productos?	propietario	Si No A veces
		Control estadístico	Este periodo (1930 y 1950) Las compañías se interesaban por la inspección, así como también por los controles estadísticos, debido a los avances tecnológicos de la época. Se pasó de la inspección a un control más global.	¿Tiene usted el debido control de sus productos ofrecidos?	propietario	Si No A veces
				Calidad Total	(ISOTOOLS, 2016) A partir de los años 90 hasta la actualidad la calidad total se convierte en un proceso en su conjunto, además que el cliente obtiene mayor protagonismo	¿Los productos ofrecidos por la empresa son de calidad?
		¿La atención brindada por el personal a cargo es satisfactorio?	Cliente			Si No A veces
		¿El empleador es respetuoso y comprensivo con su personal ?	trabajador	Si No A veces		
	Principios	Enfoque al cliente	(ISO 9001, 2015) Las empresas dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer todos los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados. La organización debe tener claro que las necesidades de sus clientes no son estáticas, sino dinámica por lo que van cambiando a lo largo del tiempo.	¿El personal a cargo tiene buena presentación?	Cliente	Si No A veces
				¿Considera usted que el producto ofrece la empresa son innovadores?	Cliente	Si No A veces
	Principios	Liderazgo	(CIMAR,2007) refiere que éstos son los encargados de movilizar y encauzar los esfuerzos de la organización. Deben contar con conocimientos y capacidades que logren	¿Hace usted seguimiento de sus clientes claves?	propietario	Si No A veces

			transmitir a su equipo e involucrándolos en el logro de los objetivos	¿Su empleador alguna vez ha reconocido su trabajo?	trabajador	Si No A veces
Plan Estratégico	Importancia	Empresa	Permite que los líderes de una organización saquen la energía de la organización para alcanzar una visión en conjunto contribuyendo para un mejor desarrollo, organización y comprensión del entorno en el que se ejecute. Además, según Javier Fernández refiere que el planeamiento estratégico es la primera herramienta de las siete maravillas de la dirección empresarial. (2009).	¿Tiene noción de lo que es plan estratégico?	propietario	Si No A veces
	Factores	Entorno	(Huamaní, 2003) Indica que comprende el mundo comercial, económico, político, tecnológico, cultural y social; es cambiante y la comprensión de los efectos del entorno es de vital importancia para la organización. Los efectos históricos y medio-ambientales en la empresa deben estudiarse, así como los efectos presentes y los futuros cambios.	¿Sabe usted para qué sirve el plan estratégico?	propietario	Si No A veces
		Recursos:	(Huamaní, 2003) “Una de las formas de estudiar la capacidad estratégica de una organización es considerar sus puntos fuertes y sus puntos débiles (qué es lo que la organización hace bien y en qué falla, o donde se encuentra en ventaja o desventaja competitiva”.	¿Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos?	propietario	Si No A veces
		Expectativas	(Huamaní, 2003) Es la espera del futuro, debido a que estas influirán en la consideración de aceptación en términos de estrategias anticipadas. Las influencias del entorno y los recursos sobre la organización deberán ser interpretados a través de creencias y supuestos.	¿ Analiza con frecuencia la situación de su empresa para la detección de fallas o deficiencias presentadas?	propietario	Si No A veces
		Bases	(Huamaní, 2003) Refiere que el entorno, los recursos y las expectativas, en el marco cultural y político de la organización proporcionan las bases del análisis estratégico, para comprender en qué posición estratégica se encuentra una empresa, es necesario considerar también en qué medida la orientación e implicaciones de la estrategia actual y los objetivos.	¿El plan estratégico que usa en su empresa le ha sido de utilidad?	propietario	Si No A veces

*Elaboración propia.*

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

En esta presente investigación se utilizó una encuesta, teniendo como fin recolectar los datos e información necesaria de como realizan su gestión de calidad y que plan estratégico de mejora utilizan los empresarios de las Micro y Pequeñas Empresas del sector de El Porvenir.

Para lo cual se utilizó como instrumento el cuestionario de preguntas, lo cual fue aplicado a todos empresarios, trabajadores y clientes de las Micro y Pequeñas Empresas, cabe mencionar que este cuestionario se elaboró con las características demandadas para la problemática de la investigación.

#### **4.5. Plan de análisis:**

Para el análisis de esta investigación se realizó una tabulación mediante gráficos a través de porcentajes, por lo cual dicha tabulación se ejecutó en Excel, cabe agregar que también se realizó el cálculo de cada una de las variables, siendo elaborado y transmitido mediante imágenes mostrándose el resultado de cada una de las mismas, finalizando con sus recomendaciones a fin de obtener un mejor resultado para llevar a cabo los objetivos planteados.

#### 4.6. Matriz de consistencia

TITULO	VARIABLES	ENUNCIADO	OBJETIVOS	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA	TECNICA E INSTRUMENTO
Gestión de calidad y Planeamiento estratégico mediante un plan de mejora a las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, del distrito de El Porvenir, 2019	Gestion de calidad	¿Cuáles son las principales características de Gestión de calidad y Planeamiento estratégico mediante un plan de mejora que beneficiaría a las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, del distrito de El Porvenir, 2019?	<p><b>1.- GENERAL</b></p> <p>Identificar las principales características de gestión de calidad y planeamiento estratégico mediante un plan de mejora a las micro y pequeñas empresas de calzado de damas del Distrito de El Porvenir, 2019.</p> <p><b>2.- ESPECIFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las características de los microempresarios de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, del distrito de El Porvenir, 2019.</li> <li>• Describir las características de las micro y pequeñas empresas de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, del distrito de El Porvenir, 2019.</li> <li>• Describir las características de gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, del distrito de El Porvenir, 2019.</li> <li>• Describir las características de planeamiento estratégico.</li> <li>• Elaborar un plan de mejora a través de los resultados obtenidos en esta investigación de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, del distrito de El Porvenir, 2019.</li> </ul>	<p>POBLACION: N:10 MYPES.</p> <p>MUESTRA n: 5 MYPES</p>	<p>No experimental</p> <p>Descriptivo</p> <p>Transversal</p>	Técnica: Encuesta
	Planeamiento Estratégico				<p>Cuantitativo</p>	Instrumento: Cuestionario



#### 4.7. Principios Éticos

**Protección a las personas:** Toda persona necesita cierto grado de protección, de acuerdo al riesgo que incurran y la probabilidad obtenidos de un beneficio.

En el ámbito de la investigación se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no permitirá que las personas voluntarias que participan en la investigación, sino que a la vez se respetaran sus derechos fundamentales, sobre todo si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

**Beneficencia y no maleficencia:** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. Por lo cual la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: No causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

**Justicia:** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomando las precauciones necesarias para asegurarse de que las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todos los participantes en la investigación, el derecho a acceder a sus resultados. El investigador tiene el deber de tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y/o servicios asociados a la investigación.

**Integridad científica:** La integridad o rectitud deben regir en todos los ámbitos de un investigador ya que resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. A la vez éste, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

**Consentimiento informado y expreso:** En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

## V. Resultados:

### 5.1. Resultados

**Tabla 1: Características de los propietarios de las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, Sector Rio Seco, El Porvenir.**

<b>Edad</b>	n	%
18 – 30 años	3	60.00
31 – 50 años	1	20.00
51 a más años	1	20.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Genero</b>	n	%
Masculino	3	60.00
Femenino	2	40.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de instrucción</b>	n	%
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	1	20.00
Secundaria	3	60.00
Superior no universitario	1	20.00
Superior universitario	0	0.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>

*Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES*

**Tabla 2: Características de las Micro y Pequeñas Empresas de calzado de damas, Sector Rio Seco, El Porvenir.**

<b>Tiempo de funcionamiento</b>	n	%
1 – 5 años	2	40.00
6 – 8 años	2	40.00
9 a más años	1	20.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Personal</b>	n	%
1 a 5 trabajadores	3	50.00
6 a 10 trabajadores	1	33.00
11 a más trabajadores	1	17.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Tipo de personal</b>	n	%
Familiares	3	60.00
No familiares	2	40.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Finalidad</b>	n	%
Generar ganancias	2	40.00
Subsistencia	3	60.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>

*Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES*

**Tabla 3: Características de Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas de calzado de damas, del Distrito de El Porvenir.**

<b>Satisfacción de clientes</b>	n	%
Si	20	80.00
No	2	8.00
A veces	3	12.00
Total	25	<b>100.00</b>
<b>Maquinaria de alta tecnología</b>	n	%
Si	3	60.00
No	2	40.00
A veces	0	0.00
Total	5	<b>100.00</b>
<b>Control de productos</b>	n	%
Si	5	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	5	<b>100.00</b>
<b>Calidad de productos</b>	n	%
Si	25	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	25	<b>100.00</b>
<b>Cientes satisfechos con atención</b>	n	%
Si	19	76.00
No	3	12.00
A veces	3	12.00
Total	25	<b>100.00</b>
<b>Trato del empleador para sus empleados</b>	n	%
Si	19	76.00
No	3	12.00
A veces	3	12.00
Total	25	<b>100.00</b>
<b>Presentación del personal</b>	n	%
Si	21	84.00
No	4	16.00
A veces	0	0.00
Total	25	<b>100.00</b>
<b>Innovación de productos</b>	n	%
Si	25	100.00
No	0	0.00
A veces	0	<b>100.00</b>

<b>Seguimiento de clientes claves</b>	n	%
Si	4	80.00
No	1	20.00
A veces	0	0.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Reconocimiento al empleado</b>	n	%
Si	8	80.00
No	0	0.00
A veces	2	20.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

*Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios, empleados y clientes de las MYPES.*

**Tabla 4: Planeamiento estratégico de las Micro y Pequeñas Empresas de calzado de damas, del Distrito de El Porvenir.**

<b>Noción de planeamiento estratégico</b>	n	%
Si	1	17.00
No	4	83.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Conocimiento de uso del plan estratégico</b>	n	%
Si	1	17.00
No	4	83.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Utilidad del plan estratégico</b>	n	%
Si	1	17.00
No	4	83.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Frecuencia de Análisis situacional de empresa</b>	n	%
Si	5	100.00
No	0	0.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Trabajo en conjunto</b>	n	%
Si	5	100.00
No	0	0.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>

*Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios de las MYPES.*

## **5.2. Análisis de resultados.**

### **Objetivo específico N° 1: Características de los propietarios de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro calzado en el distrito de El Porvenir, 2019.**

- ✓ Se observó que el 60% de los propietarios de las MYPES del rubro calzado en el distrito de El Porvenir, están en una edad de 18 a 30 años, esto contrasta con Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018) quien afirma que el 57% de los representantes de las MYPES están en una edad de 31 a 50 años.
- ✓ El 60% de los representantes de las MYPES del rubro calzado en el distrito de El Porvenir son del sexo masculino, esto coincide con los resultados encontrados por Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018) quien muestra que el 64% de los representantes de las MYPES son del sexo masculino. Por otro lado, Andrea Nataly Sánchez Solis (2018) indica que el 54% de los representantes de las MYPES son del sexo femenino. Por consiguiente, se concluye que los representantes de las MYPES del rubro calzado en el distrito de El Porvenir son del sexo masculino, ya que es el porcentaje más alto.
- ✓ El 60% de los representantes de las MYPES del rubro calzado en el distrito de El Porvenir, cuentan con grado de instrucción secundaria, coincidiendo con Andrea Nataly Sánchez Solis (2018) quien muestra que el 54% de los representantes de las MYPES. Sin embargo, difiere con Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018) quien a la vez muestra que el 43%, cuentan con un grado de instrucción superior no universitaria.

### **Objetivo específico N° 2: Características de las micros y pequeñas empresas Micro y Pequeñas Empresas del rubro calzado en el distrito de El Porvenir, 2019.**

- ✓ Se observó que el 40% de los representantes de las MYPES del rubro calzado en el distrito de El Porvenir cuentan entre 1 a 5 años en el rubro al igual que el otro 40% también cuentan entre 6 a 8 años. Esto contrasta con Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018) quien refiere que 60% de las Micro y Pequeñas empresas tienen más de 7 años de permanencia.

- ✓ Se observó que el 50% de las MYPEs cuentan entre 1 a 5 trabajadores. Esto coincide con Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018) quien muestra que el 57% de los encuestados cuentan entre 1 a 5 trabajadores en sus MYPEs.
- ✓ Se observa que el 60% de los trabajadores de las MYPEs son familiares de los propietarios, lo cual difiere con Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018), ya que reporto que el 64% del personal de las MYPEs son personas ajenas a ellos, es decir no son familiares.
- ✓ Se observó que el 60% de los representantes respondieron que su objetivo es por subsistencia, difiriendo con Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018), quien manifiesta que el 93% de los encuestados afirmaron que su objetivo de creación fue para generar ganancias.

**Objetivo específico N° 3: Características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro calzado en el distrito de El Porvenir, 2019.**

- ✓ Un 80% de los encuestados respondieron que si encuentran productos que satisfacen sus necesidades, esto coincide con Bach. Martínez Riofrío, Jordy Gary y Bach. Silva Samamé, Kerly Eliseth. (2016) quienes indican que el 100% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo que los productos encontrados en la empresa si son satisfactorios a sus necesidades.
- ✓ El 60% de los representantes de las MYPES respondieron que, si cuentan con tecnología necesaria para la elaboración de sus productos ofrecidos, esto coincide con Bach. Martínez Riofrío, Jordy Gary y Bach. Silva Samamé, Kerly Eliseth. (2016) quienes indican que el 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), donde gracias a la tecnología se puede adquirir mejores máquinas para un buen desarrollo del servicio hacia el cliente.
- ✓ Mientras que el 100% de los representantes de las MYPES tienen el control de sus productos ofrecidos, coincidiendo con Andrea Nataly Sánchez Solís (2014) menciona que el 54% señala que siempre hay una persona que verifica que el producto terminado cumpla con todas las especificaciones requeridas.
- ✓ El 100% de los clientes encuestados encuentra calidad en los productos ofrecidos por las MYPES, coincidiendo con BR. Leslie Melisa Garrido (2018) quien indica que el 95% de los encuestados si aplican calidad en los productos que ofrecen.

- ✓ El 76% de los clientes encuestados respondió que, si encuentra satisfacción en la atención brindada por el personal de las MYPES, difiriendo con BR. Leslie Melisa Garrido (2018) quien indica que el 42% de los encuestados cumple en ocasiones con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- ✓ Se ha encontrado que un 80% de los colaboradores encuestados afirmó que el personal es respetuoso y comprensivo, difiriendo con Andrés Felipe Cano Del Castillo y Diana Alejandra Cifuentes Salazar (2011) quienes manifiestan que solo el 24% de los empleados consideran que su jefe es accesible.
- ✓ El 84% de los encuestados afirmó que el personal tiene buena presentación y el 16% respondió que no tiene.
- ✓ El 100% de los encuestados afirmó sus productos que ofrecen las MYPES si son innovadores. Coincidiendo con Bach. Martínez Riofrío, Jordy Gary y Bach. Silva Samamé, Kerly Eliseth. (2016) quienes consideran que El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), en el cual se considera que sus productos si son innovadores para poder satisfacer a sus clientes
- ✓ El 80% de los propietarios encuestados afirmó si hace seguimiento a sus clientes, lo cual difiere con Bach. Martínez Riofrío, Jordy Gary y Bach. Silva Samamé, Kerly Eliseth. (2016) porque refieren que el 100% de los encuestados no realizan seguimiento de clientes claves por parte de la empresa.
- ✓ También el 80% de los colaboradores encuestados respondieron que sus empleadores si han reconocido su trabajo, coincidiendo con Bach. Martínez Riofrío, Jordy Gary y Bach. Silva Samamé, Kerly Eliseth. (2016) quienes consideran que el 100% de los encuestados está totalmente desacuerdo (TD), lo cual el trabajador de la empresa no ha sido reconocido por haber realizado correctamente sus labores diarias.

**Objetivo específico N° 4: Características de planeamiento estratégico en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro calzado en el distrito de El Porvenir, 2019.**

- ✓ El 83% de los encuestados reconoce no tener noción de plan estratégico, por lo cual coincide con Bach. Milagros Fiorella Gonzales Solano (2018) quien indica que solo un 46% conoce lo que es un plan estratégico.
- ✓ A la vez que el 83% respondieron que no saben para que se utiliza, por lo que se

difiere con Andrea Nataly Sánchez Solís (2014) quien menciona que el 69% de encuestados señalan que, si conocen su uso, concluyendo que un plan de mejora continua ayudaría a incrementar la productividad en la empresa.

- ✓ Y el 83% refirieron que no les fue de utilidad porque no lo usan coincidiendo con BR. LESLIE MELISA GARRIDO (2018) quien indica que el 45% de ellos mencionan que no les es utilizable debido a que solo a veces se cumplen los objetivos con las estrategias que emplean.
- ✓ El 100% de los encuestados afirmaron que, si analizan con frecuencia su situación empresarial, difiriendo con BR. Leslie Melisa Garrido (2018) quien indica que el 55% de los encuestados analiza la situación de su empresa con poca frecuencia.
- ✓ El 100% de los encuestados afirmaron que, si trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos de las MYPEs, coincidiendo con ANDRES FELIPE CANO DEL CASTILLO y DIANA ALEJANDRA CIFUENTES SALAZAR (2011) quienes manifiestan El 71% de los empleados opina que sus ideas y/o opiniones son tenidas en cuenta en la empresa y trabajan en equipo.



### **5.3. Plan de Mejora**

#### **Datos Generales**

**Nombre o razón social:** MYPES

**Dirección:** Distrito de El Porvenir

#### **Misión**

Brindar bienestar y satisfacción a sus clientes, mediante un buen producto y una buena atención, que sea variado y de calidad para el gusto y comodidad del cliente, a través de la innovación, compromiso de los colaboradores y mejora perenne de las técnicas de los productos y atención al cliente.

#### **Visión**

Ser reconocidos como las mejores MYPES de calzado a nivel regional, Nacional e internacional, estando en competencia con los más altos estándares de calidad nacional e internacional, en los diversos productos y servicio de calidad de atención que se ofrece al cliente.

#### **Objetivos Empresariales**

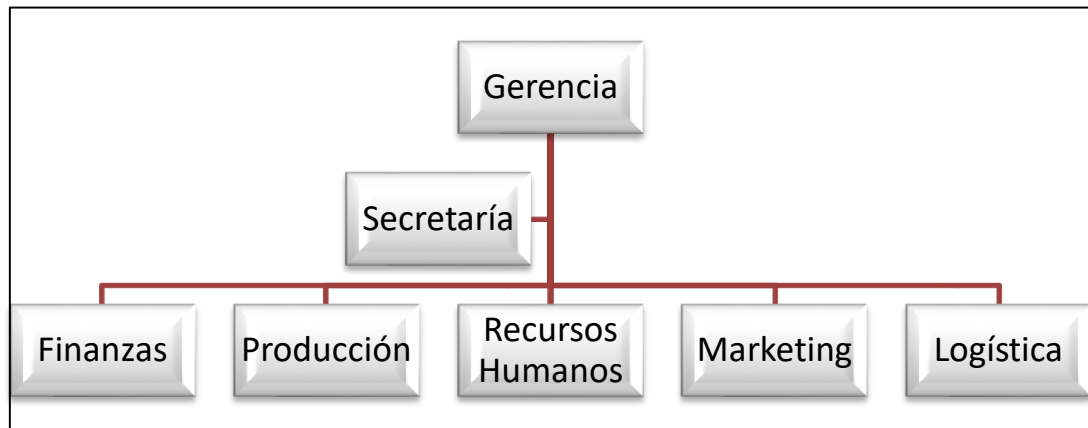
Las MYPES de calzado son organizaciones, que ofrecen variados productos de calzado para damas, innovadores, de calidad y duraderos, agradando completamente sus necesidades y gustos, ofreciendo garantía y un óptimo servicio al cliente, por lo que cuentan con los siguientes objetivos empresariales:

- Lograr lealtad de los clientes
- Brindar una impecable atención al cliente.
- Extender la rentabilidad de las empresas
- Ampliar el número de clientes nuevos
- Agregar nuevos servicios y productos
- Capacitar continuamente a los empleados.

## Servicios:

Las Micro y pequeñas empresas de calzado del Sector Rio Seco del Distrito de El Porvenir, ofrece una gama completa de productos con diseños, modelos y calidad, al gusto y preferencia del cliente, para su comodidad, salud y satisfacción.

## Estructura organizacional



Elaboración propia.

## Descripción de funciones:

Cargo	Gerente
Perfil	<p>Licenciado en Administración de empresas, a fines.</p> <p>Con conocimiento y experiencia en el rubro de producción y venta de calzado.</p> <p>Función es planificar, organizar, dirigir y controlar el buen procesamiento del producto y atención de calidad al cliente, ampliando la cartera de clientes y mantenimiento en el mercado.</p> <p>A la vez de controlar al personal a cargo e implementar la estrategia adecuada para su crecimiento y avance.</p>

Cargo	Secretaria
Perfil	<p>Técnica en auxiliar administrativo.</p> <p>Licenciado en administración o a fines.</p> <p>Experiencia de 1 año o más en el cargo.</p> <p>Con conocimiento y experiencia en el rubro de producción y venta de calzado.</p> <p>Función es apoyar en la administración de la empresa, facilitando y agilizando el proceso administrativo de la empresa.</p>

Cargo	Director financiero.
Perfil	<p>Licenciado en finanzas, contabilidad, a fines.</p> <p>Con conocimiento y experiencia en el rubro de producción y venta de calzado.</p> <p>Función es controlar y administrar los recursos financieros, analizar la situación financiera de la empresa, los ingresos y salidas del inventario, pagos y deudas en proceso.</p>

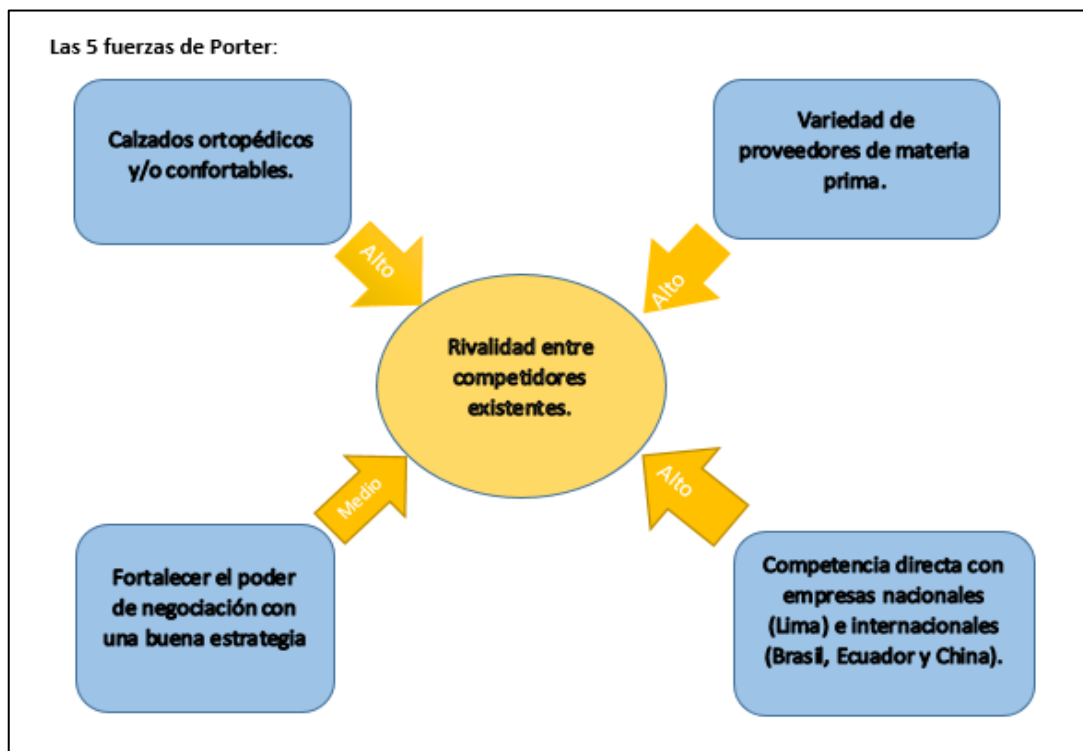
Cargo	Director de Producción.
Perfil	<p>Ing. Industrial, carrera técnica a fines.</p> <p>Con conocimiento y experiencia en el rubro de producción y venta de calzado.</p> <p>Función es planificar la producción para cumplir con el programa establecido.</p> <p>Abastecer de materia prima e insumos de planta, mantener los equipos y maquinaria en buen estado. Así como la elaboración de informes y mejora de la producción.</p>

Cargo	Director de Recursos Humanos
Perfil	<p>Lic. En administración o profesión técnica a fines.</p> <p>Con conocimiento en psicología industrial y organizacional.</p> <p>Con conocimiento y experiencia en el rubro de producción y venta de calzado.</p> <p>Función es reclutar, seleccionar el personal adecuado para el área de trabajo, garantizar el cumplimiento del programa de inducción, planificar los programas de capacitación, evaluar y mejorar el desempeño del personal, gestión de talento y proteger la salud física y mental del personal de la empresa.</p>

Cargo	Director de Marketing
Perfil	<p>Lic. en economía o administración de negocios o profesión técnica a fines.</p> <p>Con conocimiento y experiencia en el rubro de producción y venta de calzado.</p> <p>Función es diseñar o implementar el plan de marketing de la empresa, definir las estrategias para la oferta del producto, planificar elaborar y gestionar estudiar el mercado, entre otras cosas.</p>

Cargo	Director de Logística
Perfil	<p>Tener estudios universitarios y/o técnicos.</p> <p>Con conocimiento y experiencia en el rubro de producción y venta de calzado.</p> <p>Función es la selección adecuada de los proveedores, estudiar las necesidades de los clientes, controlar la administración de las compras, programar las rutas y envíos, valorar las nuevas tecnologías. Dirigir al personal del almacén en las labores planificadas.</p>

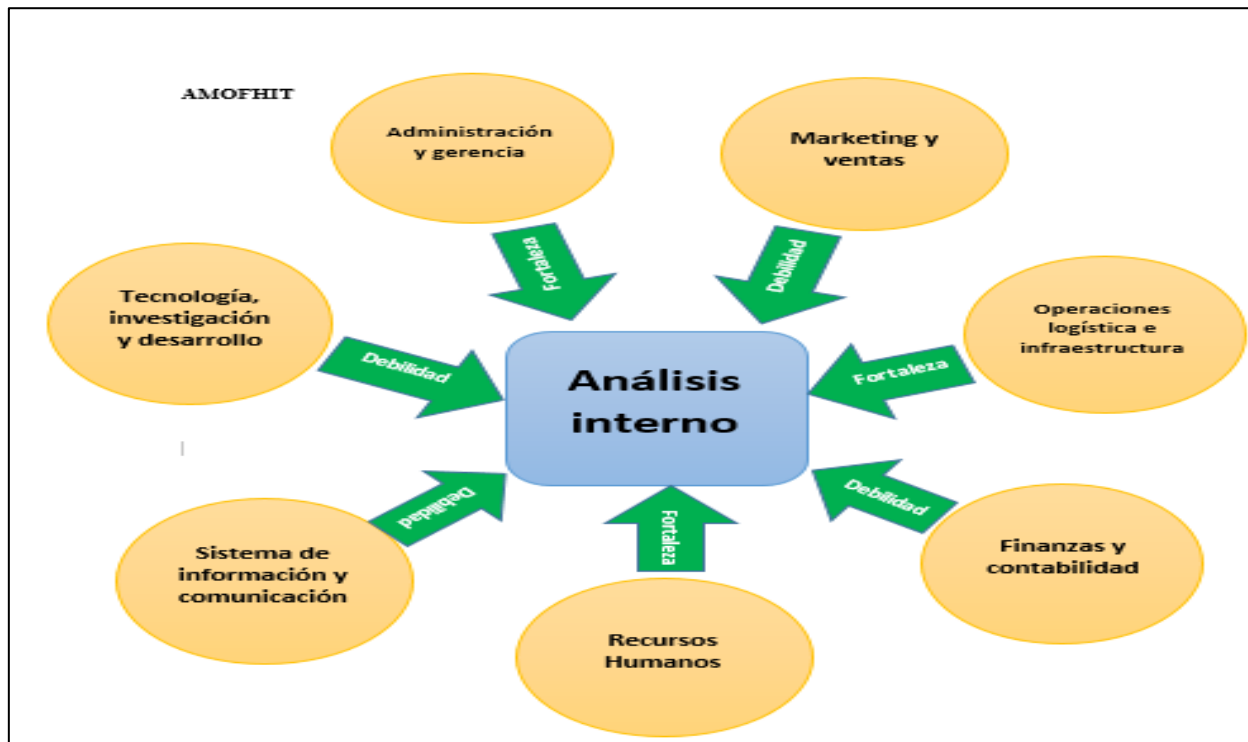
## Diagnostico empresarial Factores Externos (5 Fuerzas de Porter)



*Elaboración propia.*

- **Rivalidad entre competidores existentes:** Es alta debido a que la gran mayoría de fabricantes realizan calzado a medida, incluyendo las ventas por internet.
- **Poder de negociación con proveedores:** Es alto ya que, en Trujillo, existe diversidad de proveedores de materia prima e insumos, tanto en cuero como pegamentos, suelas, entre otros.
- **Poder de negociación con compradores:** Es medio porque el mercado al que se ingresa es variado y permite tener un poder de negociación regular, dando a conocer el producto referente no solo a moda, sino a comodidad, calidad y garantía.
- **Entrada de nuevos competidores:** Es alta, por lo que el punto de venta es general en calzado de damas, situación que afecta en forma elevada, ya que los productos ofrecidos por la competencia suelen ser muy similares y a precios más cómodos.
- **Amenaza de productos sustitutos:** Es alto, sobre todo porque existen productos sustitutos directos como calzados ortopédicos y/o confortables.

## Diagnostico empresarial Factores Internos (AMOFHIT)



*Elaboración propia.*

### **Fortalezas:**

- Proceso de capacidad, inventarios, mano de obra y calidad.
- Personal calificado para el proceso de producción
- Personal con experiencia en el campo de producción.
- La empresa cuenta con clientes fijos.
- Proveedores que demuestra su preferencia.

### **Debilidades:**

- Los proveedores de maquinaria pesada aumentan sus costos constantemente.
- No se cuenta con un adecuado plan de marketing.
- No es tan alto el nivel de venta y prestación de servicios.
- Son muy pocas las licitaciones que se consiguen anuales.
- Cuenta con muy escasa maquinaria propia y de tecnología actual.
- Falta de control de pagos y opciones para pago de facturas.
- No se cuenta con un MOF (Manual de Organización y Funciones), ROF (Reglamento de Organización y Funciones) y RIT (Reglamento Interno de Trabajo).

**Análisis FODA de las MYPES del distrito de El Porvenir.**

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p><b>Factores externos</b></p> <p><b>Factores internos</b></p>	<p>F1. Personal capacitado.</p> <p>F2. Producción estandarizada de calzado para damas a fin de facilitar la adaptabilidad y confort del pie.</p> <p>F3. Atención comercial especializada.</p> <p>F4. Servicio de post venta del producto.</p>	<p>D1. Personal poco calificado para el uso de la nueva tecnología sobre la producción de calzado.</p> <p>D2. Falta de tecnología avanzada en el mercado nacional, se debe importar.</p> <p>D3. Proceso artesanal en la producción.</p> <p>D4. La marca no es muy conocida en el mercado.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O1. Los clientes buscan productos que brinde confort, calidad, adaptabilidad, diseño y buen precio.</li> <li>• O2. Ingreso de nuevos equipos y materiales de producción de calzado.</li> <li>• O3. Acceso de redes sociales para ofrecer el producto y llegar a más clientes.</li> <li>• O4. facilidad de modalidad de pago que ofrecen los bancos y cajas financieras para el uso de tarjetas de créditos y debidos para la compra de usuarios.</li> </ul>	<p>F1, O1, F3:</p> <p>Se debe mostrar la diferenciación del producto al pretender demostrar al cliente sobre los beneficios y atributos del producto. Por lo cual la atención comercial especializada es indispensable debido a que permitirá la venta y podrá visualizar el cliente la idea del producto.</p>	<p>D1, O2, D2, O3, D3, O4:</p> <p>En caso de que la producción sea exitosa en ventas la capacidad operativa se podrá cubrir con el trabajo de destajo, y a su vez se fomentara mediante capacitación sobre las nuevas manufacturas del calzado, con la intención de minimizar el tiempo para la inversión de equipos y estar a la delantera, en especial con la tecnología llegando a más clientes, con el uso de las redes sociales y a su vez la mejora de los costos del producto con mayor capacidad de distribución y atención a sus clientes, brindando facilidades de pago mediante el uso de las tarjetas de crédito y débito.</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
<p>A1. Ingreso de nuevos productos de empresas nacionales y extranjeras.</p> <p>A2. La empresa extranjera o más grande realice el mismo producto por más bajo costo.</p> <p>A3. El producto no cumpliera con las expectativas del cliente.</p> <p>A4. Publicidad comercial violenta por parte de la competencia existente.</p> <p>A5. Informalidad del sector.</p>	<p>A1, F2, A2, A3, F4:</p> <p>Establecer ante el ingreso de nuevas marcas y productos, que los tiempo de atención serán diferentes, ya que al ser una producción de fábrica y con un comercio en la misma ubicación, garantiza una respuesta eficaz del producto, garantizando al cliente la procedencia del producto, y puntualizar la garantía del producto en caso de recurrir a una atención post venta.</p>	<p>A4, D4, A5:</p> <p>Se deberá buscar alianzas con el estado para que brinde las facilidades de incrementar la producción y hacer conocer la marca de los productos, lo cual permitirá poder posicionarse en la mente de los clientes como un producto que no solo busca satisfacer sus necesidades físicas, sino también brindar seguridad al usar el producto ofertado.</p>

## **VI. Conclusiones:**

Que el 60% de propietarios tienen entre 18 a 30 años de edad, son de sexo masculino y cuentan con estudios secundarios como nivel de grado de instrucción, siendo su falta de experiencia o recursos para una preparación profesional algunos de los principales motivos, que se ven en la opción en la creación de micro y pequeñas sin un fin definido en sus metas y propósitos son de muy corto plazo.

Se observo que el 80% de las MYPE, rubro calzado, cuentan con una duración aproximada de 1 a 8 años, con 5 personas como máximo conformados entre familiares, dedicándose a la confección y venta del calzado, el conocimiento es básico con respecto al rubro, y no cuentan con una orientación de administración, lo cual los lleva a perder oportunidades de reconocimiento y competencia justa en el mercado.

Mas del 80% de las MYPE cumplen con satisfacer al cliente, invirtiendo en maquinaria de alta tecnología, teniendo un buen control de sus productos y de calidad, a la vez que se esmeran en dar una buena presentación mediante sus trabajadores al cliente, no obstante, no cuentan con capacitación permanente de su personal, pero igualmente demuestran un buen uso de gestión de calidad. Sin embargo, la injusta competencia en la que se encuentran frente a otras empresas de la misma categoría o más grandes, sus ventas solo sirven para mantenerse a pesar de brindar un buen servicio y satisfacer a la poca demanda con la que cuentan. Además de no contar con el apoyo financiero ni del estado, ya que se prioriza el ingreso de productos importados a bajos precios, dejando sin muchas oportunidades al producto nacional.

En cuanto al planeamiento estratégico el 83% de los empresarios, por falta de economía y motivación, desconocen específicamente sobre plan estratégico. Sin embargo, evidencian usarlo de forma involuntaria en ciertas actividades de la empresa como el uso frecuente de análisis situacional de sus MYPEs y el trabajo en conjunto, siendo su principal obstáculo para superarse, llegando al conformismo de la misma.

Se elaboró un plan de mejora de acuerdo a los resultados de la investigación realizada, con la finalidad de emplear nuevas estrategias; renovando y mejorando la gestión de calidad mediante productos y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del Distrito de El Porvenir.



## **Aspectos complementarios**

### **Recomendaciones:**

Se debe fomentar cursos técnicos en los escolares, sobre todo de actividades más frecuentes de las zonas correspondientes, por parte del estado impulsando la concientización y creación de talentos en los jóvenes, avalando con prácticas y reconocimiento para los mismos.

El estado debe elaborar y programar capacitaciones gratuitas sobre el rubro para micro empresarios, incentivando así un mejor desenvolvimiento empresarial y competencia más justa con otras empresas en el mercado tanto local como nacional, dando la prioridad al producto nacional.

Para lograr las metas y propósitos deseados deben ser analizar constantemente la producción y calidad se servicio al cliente, mediante capacitaciones, innovación y coordinación con el personal de la empresa, para llegar al mercado y mantenerse en el mismo, ampliando su cartera de productos y servicios, con el uso de la tecnología.

También se debe brindar facilidades para su formalización de empresas y apoyo financiero por parte del estado a los microempresarios e impulsar el uso del producto nacional a la población así como brindar una buena atención y un producto de calidad al cliente, logrando llegar a más clientes y manteniéndose activo en el mercado.

Aplicar un plan estratégico de acuerdo a las necesidades de la empresa, teniendo un mejor control de calidad del producto y brinde una buena atención a sus clientes, manteniéndolo satisfechos y leales.

## Bibliografía

- Palacios Dongo. (18/08/2018.). *Situación de las micro y pequeñas empresas*. 25/01/2021, <https://www.expreso.com.pe/opinion/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Bch. Martínez Riofrío, J. G. (2016). *Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch–Chiclayo*. PIMENTEL - CHICLAYO: UNIVERSIDAD SR DE CIPAN.
- Br. Tejada Ludeña, G. B. (2016). *Propuesta de un plan estratégico para mejorar la competitividad de la empresa “Serviconfort E.I.R.L.” de la ciudad de Trujillo periodo 2016 - 2018*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Calle, B. M. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MYPES hoteleras del centro de Piura en el año 2018*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Chamorro, L. S. (28 de enero de 2016). *deustoformacion*. Recuperado el 06 de diciembre de 2019, de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>
- Chango, M. V. (2017). *PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA EMPRESA ARTESANAL CALZADO “SANTI”, EN LA PARROQUIA PICAIHUA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, CANTÓN AMBATO A PARTIR DEL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2015*. RIOBAMBA – ECUADOR: ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO.
- Charles Lamb, J. H. (2014). *La Planeación Estratégica*.
- Emmanuel, M. F. (2018). *Propuesta de un plan estrategico para la Bendicion de Dios S.A.* Guayaquil - Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Fernandez, H. C. (2014). *Metodologia de la investigacion 6ta Edicion*. & Bautista Lucio.
- Huamani, P. L. (2003). Importancia del Planeamiento Estrategico para el Desarrollo Organizacional. *Gestión en el Tercer Milenio, Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas,*, 106-107.
- Joel, H. B. (15 de diciembre de 2009). (2009, diciembre 15). *Las Mypes en el Perú*. Recuperado de. Recuperado el 04 de diciembre de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>
- Milano. (2016).

- Nueva-ISO-9001-2015. (16 de octubre de 2018). *Quiere saber lo que significa la gestión de calidad?* Recuperado el 02 de diciembre de 2019, de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>
- Peruano, E. (22 de junio de 2018). *google*. Recuperado el 05 de diciembre de 2019, de <https://elperuano.pe/noticia-pymes-emplean-75-de-pea-y-destacan-emprendimientos-67499.aspx>
- Reategui, B. C. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO ZAPATERÍAS DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA, AÑO 2018*. TINGO MARIA: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE.
- REPUBLICA, C. D. (01 de julio de 2013). *proinversion.gob.pe*. Recuperado el 04 de diciembre de 2019, de [https://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI\\_LEY\\_30056/ley30056.pdf](https://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf)
- SALAZAR, A. F. (2011). *DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA DISEMPACK LTDA*. BOGOTA: UNIVERSIDAD LA SALLE.
- Sebastián, G. L. (2014). *DEFINICION E IMPLEMENTACION 25wats*. ARGENTINA.
- Sebastián, G. L. (s.f.). *DEFINICION E IMPLEMENTACION*. ARGENTINA: INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO.
- Solano, B. M. (2018). *Gestión de calidad con el uso de planeamiento estratégico y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías; centro histórico de Trujillo-2018*. Trujillo: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- SOLÍS, A. N. (2014). *PLAN DE MEJORA CONTINUA EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA BETO JR. PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD*. AMBATO - ECUADOR: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE ECUADOR SEDE AMBATO.
- Vinicio, C. C. (2017). *Plan Estratégico de comercialización para la empresa artesanal calzado "Santi", en la Parroquia Picaihua de la Provincia de Tungurahua, Canton Ambato a partir del segundo semestre del año 2015*. Riobamba - Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Anexos:

### Anexo N° 1: Cronograma de trabajo

Cronograma de actividades de Tesis																				
N°	Actividades	Año 2019				Año 2020								Año 2021						
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Curricular		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del proyecto.	X																		
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación.		X																	
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación.			X																
4	Exposición del proyecto de investigación.				X															
5	Mejora del marco teórico y metodológico.					X														
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos.						X													
7	Elaboración del consentimiento informado.							X												
8	Recolección de datos.								X											
9	Presentación de resultados.									X										
10	Análisis e interpretación de resultados.										X									
11	Redacción del informe preliminar.											X								
12	Corrección del informe preliminar.												X							
13	Revisión del informe final de tesis por el jurado de investigación.														X					
14	Aprobación del informe de la tesis por el jurado de investigación.															X				
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación.																X			
16	Redacción del artículo científico.																	X		
17	Revisión del informe de tesis y artículo científico.																		X	
18	Pre Banca																		X	
19	Sustentación del informe final.																		X	

*Elaboración propia.*

**Anexo N° 2: Presupuesto**

**PRESUPUESTO**

<b>ITEM</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>SUB TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INSUMO</b>					S/ 42.00
Cuaderno	Unidad	1	S/ 7.00	S/ 7.00	
lapiceros	docena	0.25	S/ 5.00	S/ 5.00	
lapiz	Unidad	1	S/ 1.00	S/ 1.00	
Corrector	Unidad	1	S/ 3.00	S/ 3.00	
USB	Unidad	1	S/ 25.00	S/ 25.00	
Borrador	Unidad	1	S/ 1.00	S/ 1.00	
<b>SERVICIOS</b>					S/ 232.00
Luz	Mes	1	S/ 60.00	S/ 60.00	
Internet	Mes	1	S/ 100.00	S/ 100.00	
Movilidad	dias	10	S/ 6.00	S/ 60.00	
Impresión	Hojas	30	S/ 0.10	S/ 3.00	
Copias	Hojas	30	S/ 0.30	S/ 9.00	
<b>TOTAL</b>					S/ 274.00

*Elaboración propia.*

Anexo N° 3: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, de la escuela profesional de Administración, facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, en esta oportunidad me encuentro realizando una investigación que será esencial para el desarrollo de mi Tesis denominada: **“Gestión de calidad y Planeamiento estratégico mediante un plan de mejora a las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, sector Rio Seco, El Porvenir, 2019”**, que tiene como objetivo: **“Determinar las metas y propósitos a través de la dirección y planificación teniendo aplicando el Planeamiento estratégico y plan de mejora favorecería a las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, sector Rio Seco – El Porvenir, 2019.”**

Marque con un aspa (X) la respuesta que usted crea correcta, los datos recopilados serán empleados únicamente en la investigación. Por lo tanto, se le agradece mucho por su valiosa información proporcionada.

1. Edad

- a) 18 – 30 años ( )
- b) 31 – 50 años ( )
- c) 51 a más años ( )

2. Género

- a) Masculino ( )
- b) Femenino ( )

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción ( )
- b) Primaria ( )
- c) Secundaria ( )
- d) Superior no Universitario(a) ( )
- e) Superior Universitario(a) **53** ( )

4. ¿Cuánto tiempo tiene de funcionamiento en el rubro?

- a) 1 – 5 años ( )
- b) 6 – 8 años ( )
- c) 9 a más años ( )

5. ¿Cuántos trabajadores integran dentro de su negocio?

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

6. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares ( )
- b) No Familiares ( )

7. Crear la idea de su negocio tuvo como finalidad de generar:

- a) Generar ganancias ( )
- b) Subsistencia ( )

8. ¿Encuentra usted productos que satisfacen sus necesidades?

- Si ( )
- No ( )
- A veces ( )

9. ¿Cuenta usted con maquinaria de alta tecnología para la elaboración de sus productos?

- Si ( )
- No ( )
- A veces ( )

10. ¿Tiene usted el debido control de sus productos ofrecidos?

- Si ( )
- No ( )
- A veces ( )

11. ¿Los productos ofrecidos por la empresa son de calidad?

- Si ( )
- No ( )
- A veces ( )

12. ¿La atención brindada por el personal a cargo es satisfactorio?

- Si ( )
- No ( )
- A veces ( )

13. ¿El empleador es respetuoso y comprensivo con su personal?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

14. ¿El personal a cargo tiene buena presentación?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

15. ¿Considera usted que el producto que ofrece la empresa son innovadores?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

16. ¿Hace usted seguimiento de sus clientes claves?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

17. ¿Su empleador alguna vez ha reconocido su trabajo?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

18. ¿Tiene noción de lo que es plan estratégico?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

19. ¿Sabe usted para qué sirve el plan estratégico?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

20. ¿El plan estratégico que usa en su empresa le ha sido de utilidad?

Si ( )

No ( )

A veces ( )



21. ¿Analiza con frecuencia la situación de su empresa para la detección de fallas o deficiencias presentadas?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

22. ¿Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos?

Si ( )

No ( )

A veces ( )

**Link de encuesta:** [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd\\_994JbIDk44LXOx-T3ztQbuq\\_y2JrDRPbvWQv0ghauBCe7w/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd_994JbIDk44LXOx-T3ztQbuq_y2JrDRPbvWQv0ghauBCe7w/viewform?usp=sf_link)

#### **Anexo N° 4: Validación**

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO JOSE VICTOR PELAEZ VALDIVIEZO, identificado con DNI 18161446,  
**MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS.**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(S) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por CUEVA FLORES MILAGRITOS JESUS, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTION DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO ESTRATEGICO MEDIANTE UN PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE CALZADO DE DAMAS, SECTOR RIO SECO, EL PORVENIR, 2019**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Trujillo, 25 de julio de 2020



Lic. Adm. Pelaez Valdivieso José  
CLAD 16236

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto
		Si	No	Si	No	Si	No	
Gestión de calidad	1. ¿Encuentra usted productos que satisfacen sus necesidades?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	2. ¿Cuenta usted con maquinaria de alta tecnología para la elaboración de sus productos?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	3. ¿Tiene usted el debido control de sus productos ofrecidos?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	4. ¿Los productos ofrecidos por la empresa son de calidad?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	5. ¿La atención brindada por el personal a cargo es satisfactorio?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	6. ¿El empleador es respetuoso y comprensivo con su personal ?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	7. ¿El personal a cargo tiene buena presentación?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	8. ¿Considera usted que el producto que ofrece la empresa son innovadores?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	9. ¿Hace usted seguimiento de sus clientes claves?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	10. ¿Su empleador alguna vez ha reconocido su trabajo?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
Planeamiento Estratégico	11. ¿Tiene noción de lo que es plan estratégico?	X			X		X	Si ( ) No ( )
	12. ¿Sabe usted para qué sirve el plan estratégico?				X		X	Si ( ) No ( )
	13. ¿El plan estratégico que usa en su empresa le ha sido de utilidad?	X			X		X	Si ( ) No ( )
	14. ¿Analiza con frecuencia la situación de su empresa para la detección de fallas o deficiencias presentadas?	X			X		X	Si ( ) No ( )
	15. ¿Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos	X			X		X	Si ( ) No ( )

Cuestionario dirigido a propietario, empleado y clientes.

¡Muchas gracias por su colaboración!

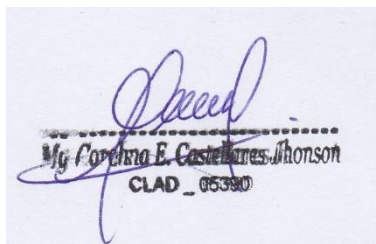
Lic. Adm. Pórez Valderrama José  
CLAD 16236

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, Carolina Esther Castellares Jhonson identificado con DNI 40364160 **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(S) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por CUEVA FLORES MILAGRITOS JESUS, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTION DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO ESTRATEGICO MEDIANTE UN PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE CALZADO DE DAMAS, SECTOR RIO SECO, EL PORVENIR, 2019**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Trujillo, 26 de julio 2020.



Mg Carolina E. Castellares Jhonson  
CLAD\_05380

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto
		Si	No	Si	No	Si	No	
Gestión de calidad	1. ¿Encuentra usted productos que satisfacen sus necesidades?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	2. ¿Cuenta usted con maquinaria de alta tecnología para la elaboración de sus productos?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	3. ¿Tiene usted el debido control de sus productos ofrecidos?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	4. ¿Los productos ofrecidos por la empresa son de calidad?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	5. ¿La atención brindada por el personal a cargo es satisfactorio?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	6. ¿El empleador es respetuoso y comprensivo con su personal ?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	7. ¿El personal a cargo tiene buena presentación?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	8. ¿Considera usted que el producto que ofrece la empresa son innovadores?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	9. ¿Hace usted seguimiento de sus clientes claves?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	10. ¿Su empleador alguna vez ha reconocido su trabajo?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
Planeamiento Estratégico	11. ¿Tiene noción de lo que es plan estratégico?	X			X		X	Si ( ) No ( )
	12. ¿Sabe usted para qué sirve el plan estratégico?				X		X	Si ( ) No ( )
	13. ¿El plan estratégico que usa en su empresa le ha sido de utilidad?	X			X		X	Si ( ) No ( )
	14. ¿Analiza con frecuencia la situación de su empresa para la detección de fallas o deficiencias presentadas?	X			X		X	Si ( ) No ( )
	15. ¿Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos	X			X		X	Si ( ) No ( )

Cuestionario dirigido a propietario, empleado y clientes.

¡Muchas gracias por su colaboración!

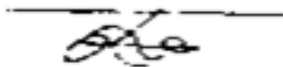
Mg. Carolina E. Castellanos Johnson  
CLAD - 05380

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, JUAN VICENTE NUÑEZ GONZALES identificado con DNI 41006496 **MAGISTER EN CIENCIAS ECONÓMICA**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(S) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por CUEVA FLORES MILAGRITOS JESUS, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTION DE CALIDAD Y PLANEAMIENTO ESTRATEGICO MEDIANTE UN PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE CALZADO DE DAMAS, SECTOR RIO SECO, EL PORVENIR, 2019**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Trujillo, 27 de julio 2020



---

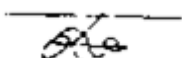
Mgr. Juan Vicente Núñez Gonzales  
CLAD N°2975

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto
		Si	No	Si	No	Si	No	
Gestión de calidad	1. ¿Encuentra usted productos que satisfacen sus necesidades?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	2. ¿Cuenta usted con maquinaria de alta tecnología para la elaboración de sus productos?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	3. ¿Tiene usted el debido control de sus productos ofrecidos?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	4. ¿Los productos ofrecidos por la empresa son de calidad?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	5. ¿La atención brindada por el personal a cargo es satisfactorio?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	6. ¿El empleador es respetuoso y comprensivo con su personal ?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	7. ¿El personal a cargo tiene buena presentación?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	8. ¿Considera usted que el producto que ofrece la empresa son innovadores?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	9. ¿Hace usted seguimiento de sus clientes claves?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	10. ¿Su empleador alguna vez ha reconocido su trabajo?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
Planeamiento Estratégico	11. ¿Tiene noción de lo que es plan estratégico?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	12. ¿Sabe usted para qué sirve el plan estratégico?				X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	13. ¿El plan estratégico que usa en su empresa le ha sido de utilidad?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	14. ¿Analiza con frecuencia la situación de su empresa para la detección de fallas o deficiencias presentadas?	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )
	15. ¿Usted y su equipo trabajan en conjunto y están relacionados para lograr los objetivos estratégicos	X			X		X	Si ( ) No ( ) A veces ( )

Cuestionario dirigido a propietario, empleado y clientes.

¡Muchas gracias por su colaboración!



Mgtr. Juan Vicente Núñez Gonzales  
CLAD N°2975

## Anexo 5: Protocolo de consentimiento informado para encuestas



### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **Gestión de calidad y planeamiento estratégico mediante un plan de mejora en las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, sector Rio Seco, El Porvenir, 2019.** Y es dirigido por la asesora Mercedes Rene Palacios de Briceño, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: obtener información sobre **Gestión de calidad y planeamiento estratégico mediante un plan de mejora en las micro y pequeñas empresas de calzado de damas, sector Rio Seco, El Porvenir, 2019.** Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [mili152216@gmail.com](mailto:mili152216@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: \_\_\_\_\_  
Fecha: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Firma del participante: \_\_\_\_\_

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cueva Flores Milagritos', is written over a horizontal line.

Cueva Flores Milagritos  
Estudiante de la Escuela de Administración  
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



## Anexo 6: Plan de Mejora

Plan de mejora de la capacitación al personal como factor relevante de la Gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro calzado, Distrito de El Porvenir, 2019.

<b>Problemas encontrados Resultados</b>	<b>Surgimiento del problema</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
La falta de compromiso de los representantes impide, implementar una correcta gestión de calidad	El desinterés y la irresponsabilidad en conocer sobre temas de gestión empresarial además porque tienen prioridades en otras actividades de negocio	Buscar asesoramiento con especialistas para implantar una correcta gestión de calidad, así mismo incorporar a todos los miembros de cada área contribuyendo a participar para una adecuada gestión administrativa, obteniendo mayor productividad.	Representante
La evaluación que se realiza al personal mediante la evaluación es regular	Falta de responsabilidad por parte de los representantes, ya que muchas veces no cuentan con tiempo suficiente y escasamente se encuentran en la empresa	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento para una correcta evaluación de personal	Representante
El tiempo de capacitación que recibe el personal es una sola vez durante el año	Por el escaso presupuesto que tiene la empresa para contratar un profesional especialista en temas de atención al cliente, además por el temor de hacer una inversión perdida, cuando el personal ya no requiere seguir trabajando.	Realizar un plan presupuestario considerando un presupuesto específico para la capacitación y poder contratar un especialista en el tema, para capacitar al personal de acuerdo a las necesidades que pueda tener.	Representante
La empresa solo a veces cuenta con programas de capacitación	Por la irresponsabilidad y desinterés del área de R.H. para elaborar un programa de capacitación estructurado	La alta dirección evaluar constantemente al R.H. para conocer el motivo que lleva a que no cumplan con su trabajo	Representante
Para brindar capacitación la empresa muy pocas veces realiza un diagnóstico previo de las necesidades que tiene el personal	Falta de supervisión y evaluación al personal por parte de la alta dirección	Realizar supervisiones y evaluaciones constantes al personal para conocer que necesidades tienen y así proponer temas para poder capacitar.	Representante

*Fuente:* Plan de mejora propuesto elaborado por el Autor

## Anexo 7: Figuras

Figura 1: Edad

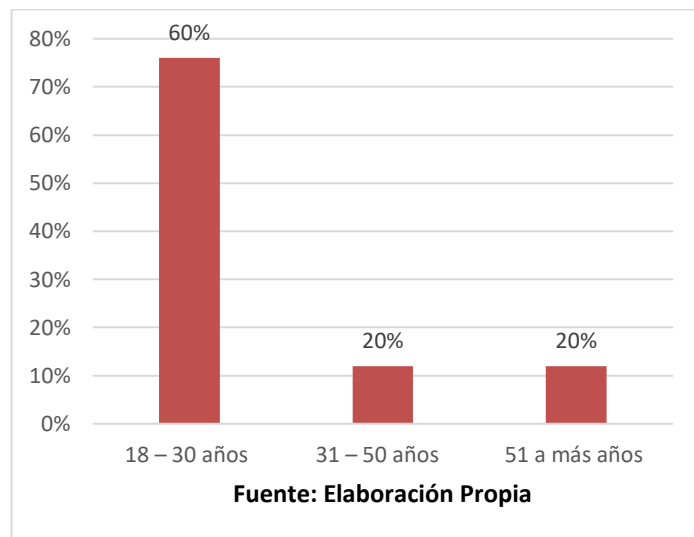


Figura 2: Sexo

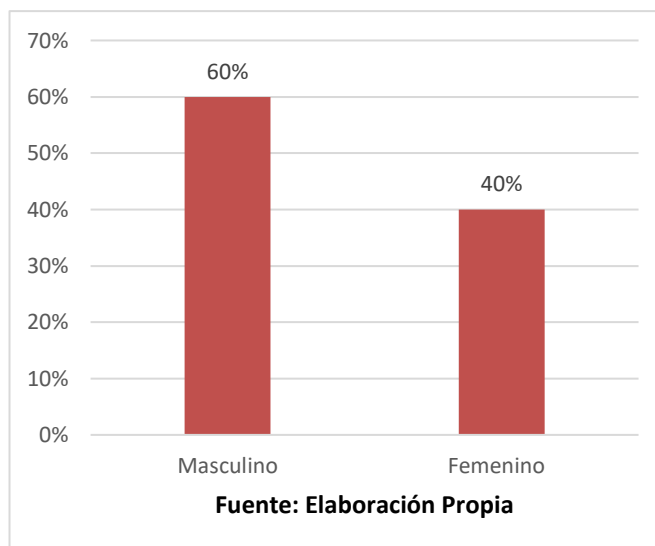


Figura 3: Grado de instrucción

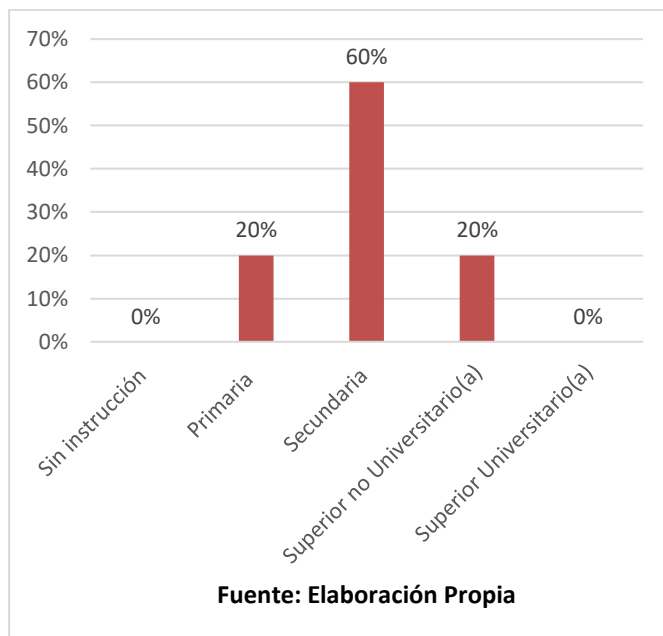


Figura 4: Funcionamiento en el rubro

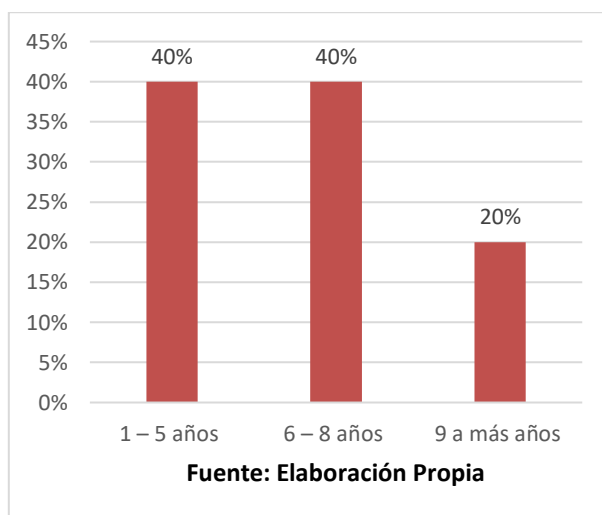


Figura 5: Número de trabajadores

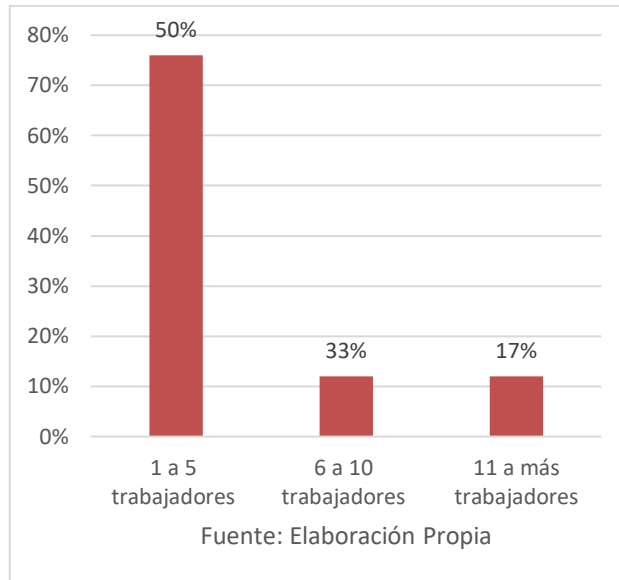


Figura 6: MYPES constituidas por familia.

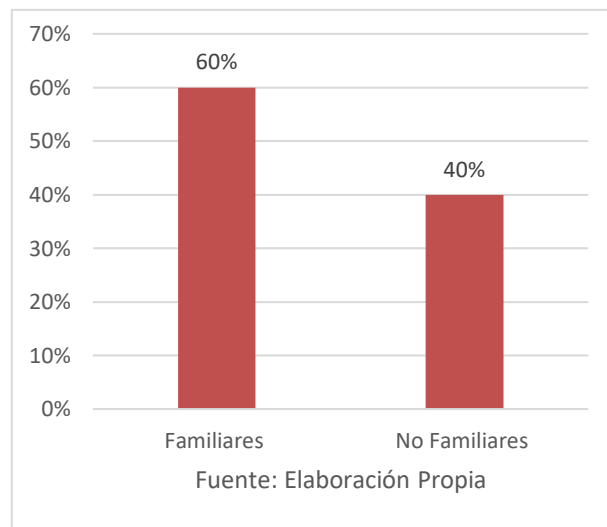


Figura 7: Finalidad de negocio

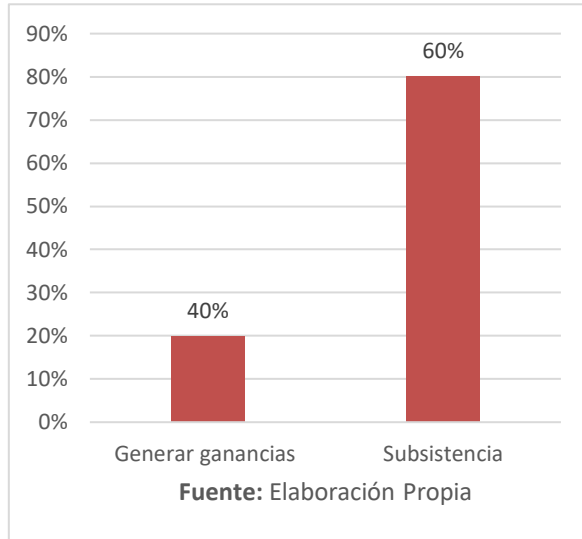


Figura 8: Satisfacción de clientes.

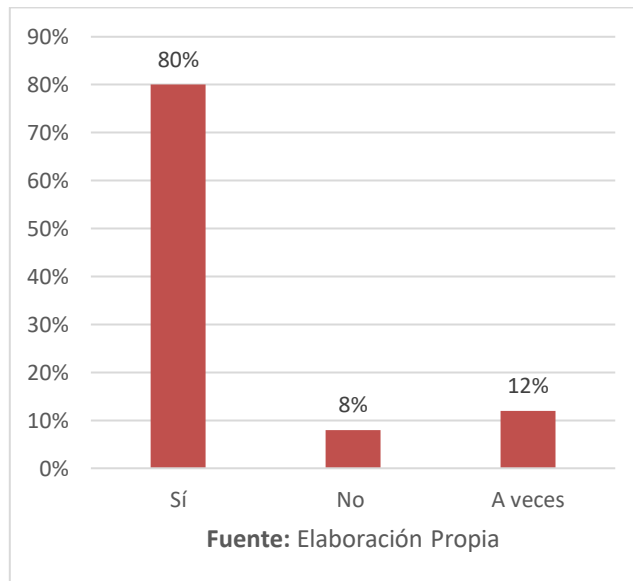


Figura 9: Equipo de Tecnología

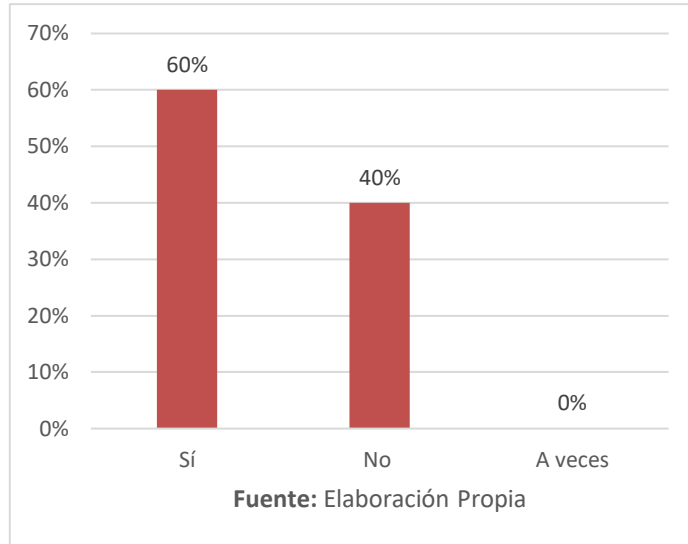


Figura 10: Control de productos

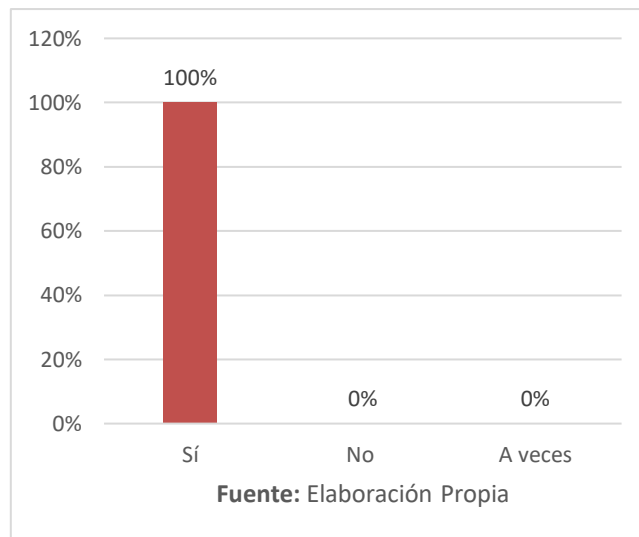


Figura 11: Productos de calidad

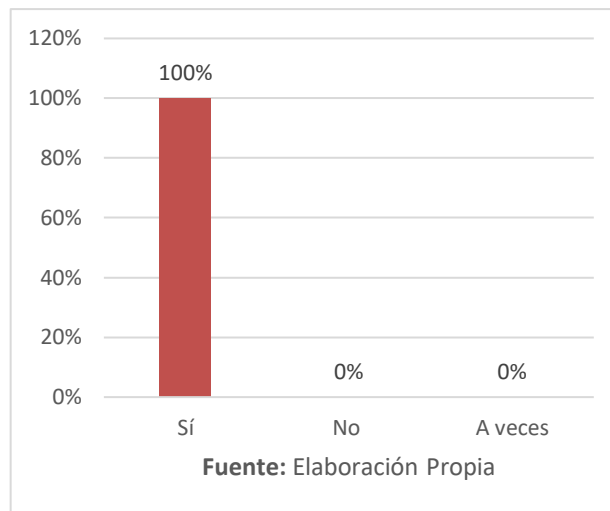


Figura 12: Satisfacción de atención al cliente

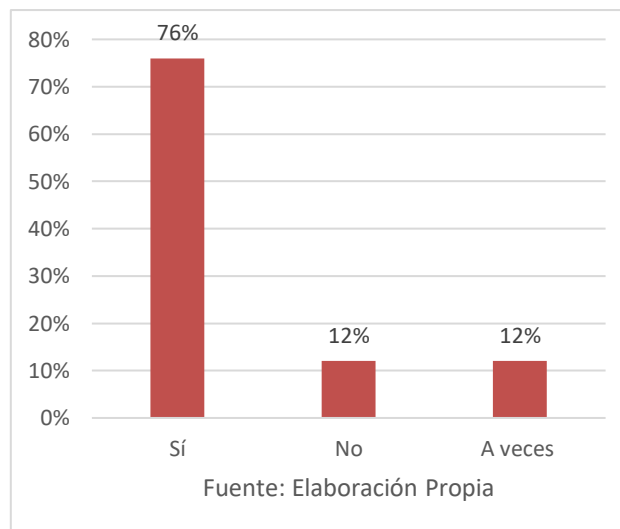


Figura 13: Dominio de conocimiento de producto

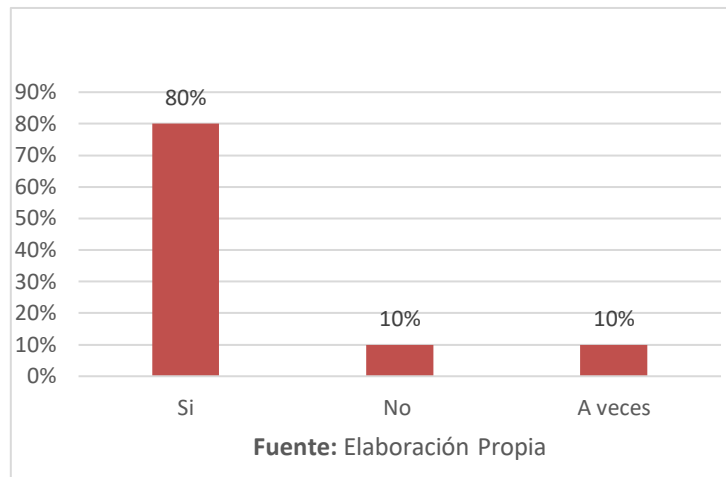


Figura 14: Buen trato al personal

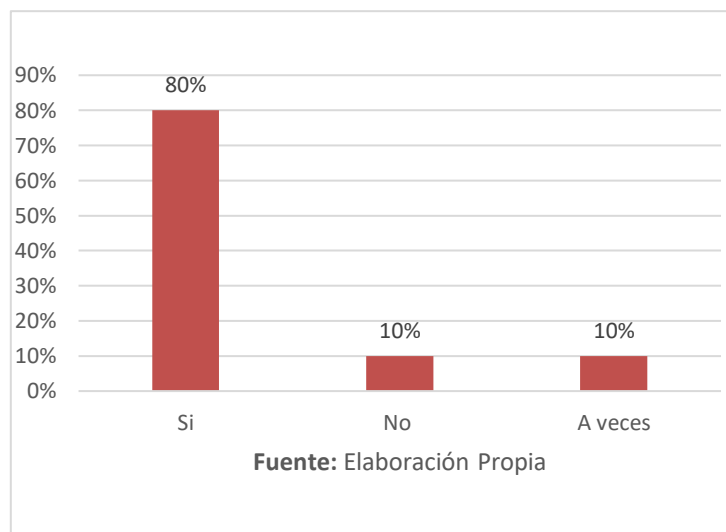


Figura 15: Presentación adecuada de personal



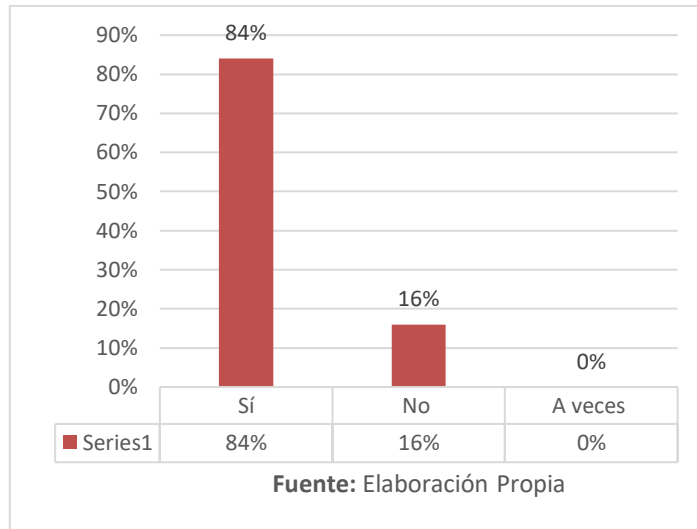


Figura 16: Innovación de productos

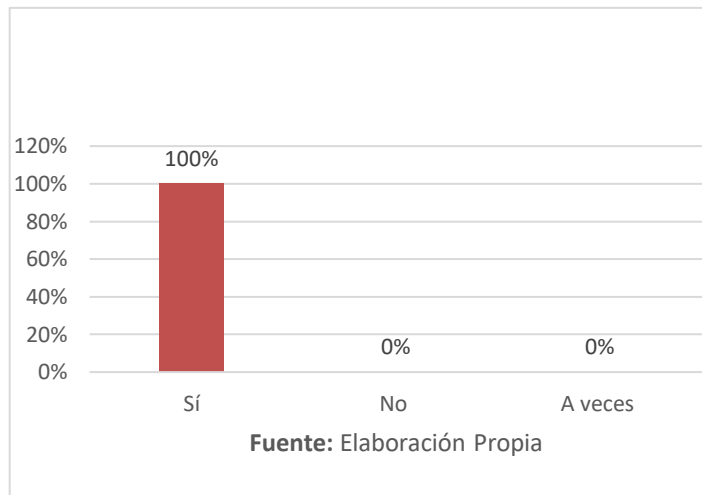


Figura 17: Seguimiento de clientes claves

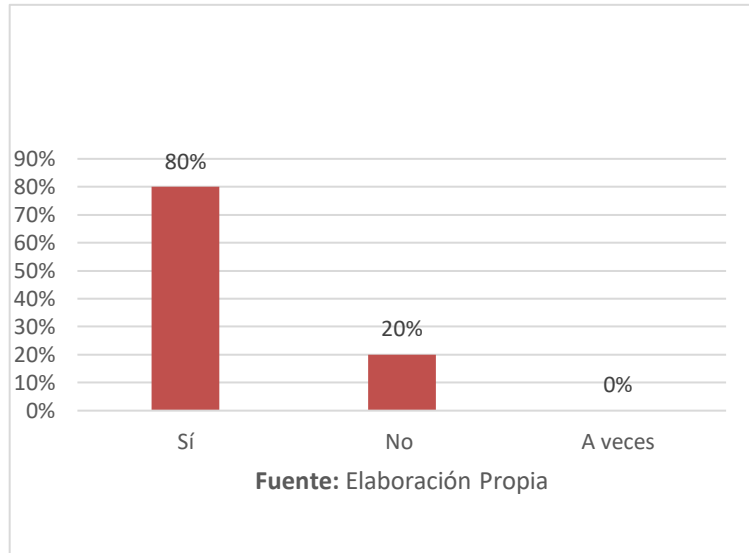


Figura 18: Reconocimiento de personal

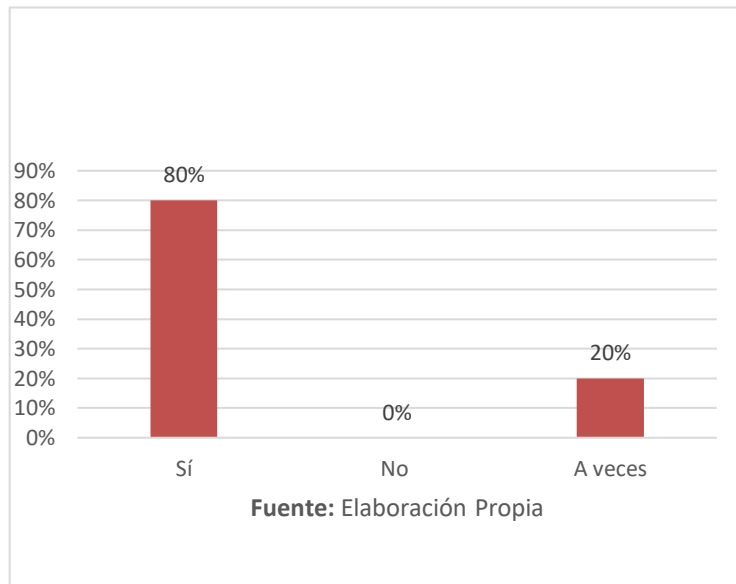


Figura 19: Conocimiento sobre plan estratégico

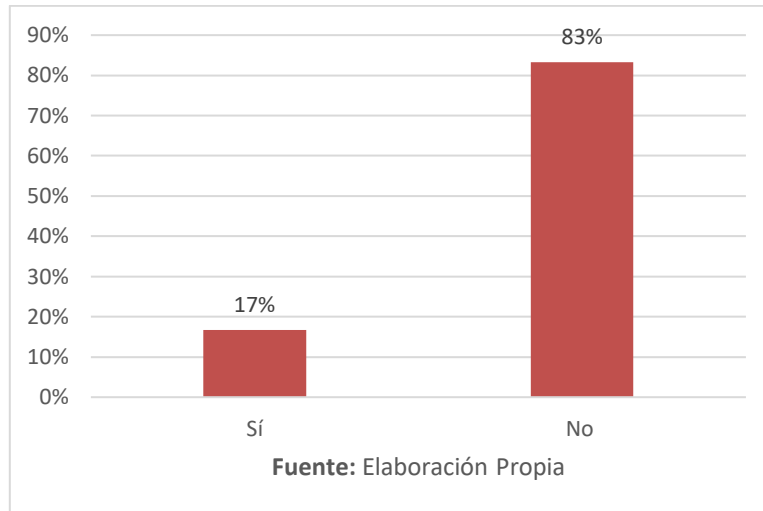


Figura 20: Conocimiento sobre función del plan estratégico

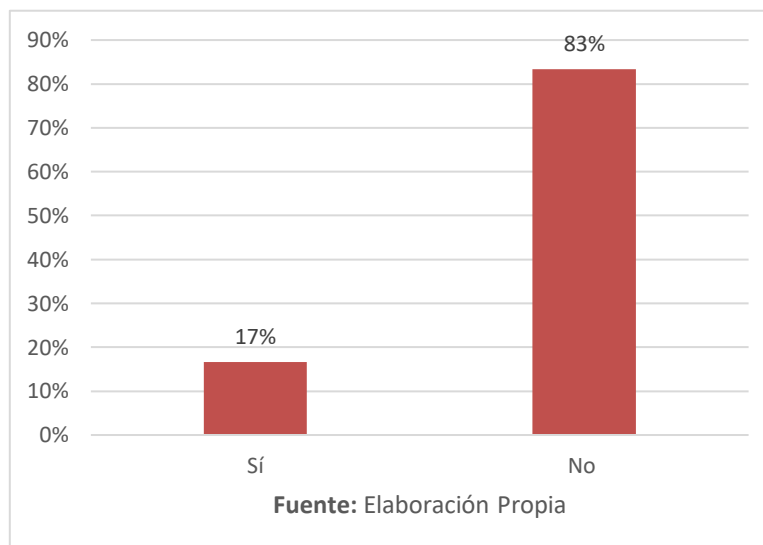


Figura 21: Frecuencia del uso del plan estratégico

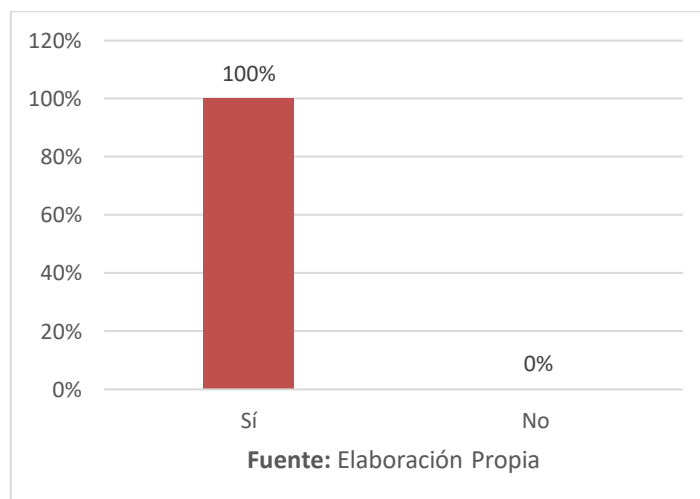
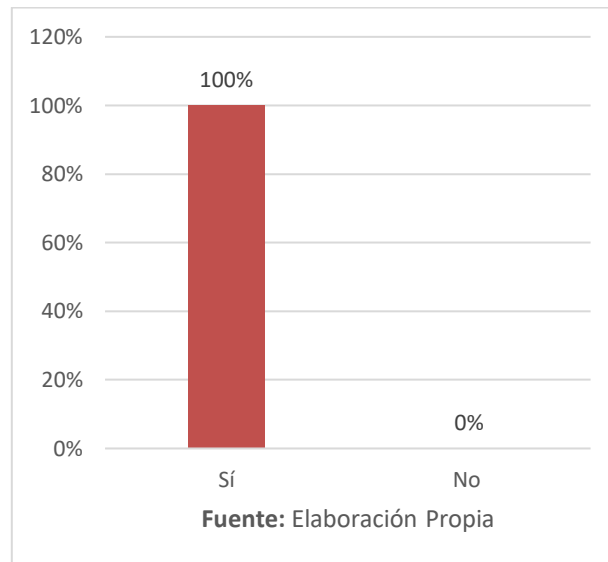


Figura 22: Trabajo en conjunto



A screenshot of a plagiarism checker application window titled 'INFORME FINAL.pdf - Nitro Pro'. The main content area displays 'INFORME FINAL' and 'INFORME DE ORIGINALIDAD'. It shows four categories with 0% similarity: 'INDICE DE SIMILITUD', 'FUENTES DE INTERNET', 'PUBLICACIONES', and 'TRABAJOS DEL ESTUDIANTE'. Below this, 'FUENTES PRIMARIAS' are listed with settings: 'Excluir citas' (Activo), 'Excluir bibliografía' (Activo), and 'Excluir coincidencias' (< 4%). A 'MARIA FLORES' notification bubble is visible in the top right. The Windows taskbar at the bottom shows the date 17/12/2021 and time 23:33.