



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÀNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR
COMERCIO- RUBRO DE CARPINTERÍA METÁLICA,
CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018**

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

AUTOR:

Bach. JUAN MIGUEL VALLADARES PRIETO

ASESOR:

Mgtr. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

Bach. Juan Miguel Valladares Prieto

Estudiante de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas

Docente Tutor Investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Docente Asesor Revisor de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

Secretario

Dr. Félix Wong Cervera

Miembro

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas

Asesor

AGRADECIMIENTO

A los dueños y gerentes de las MYPE, dedicadas a la venta mayoristas y minoristas de construcción de estructuras metálicas, quienes son los principales protagonistas de esta investigación y nos permitieron cumplir con el desarrollo de la misma brindándome la información requerida.

DEDICATORIA

A Dios que me ha dado la vida y fortaleza
para terminar este proyecto de
investigación,

A mis Padres por estar ahí
cuando más los necesité; en
especial a mi madre por su
ayuda y constante
cooperación.

RESUMEN

La presente investigación ha tenido como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de la MYPES del sector comercio- rubro Carpintería Metálicas, en la ciudad de Sullana, año 2018; con el cual da respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y competitividad de la MYPES del sector Comercio- rubro Carpintería Metálicas, en la ciudad de Sullana, año 2018?, la investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 20 preguntas cerradas. Para el análisis de datos obtenidos, se aplicó el programa SPSS versión 25 y Microsoft Office Excel 2010 para la tabulación y cuadros, la población en la variable gestión de calidad y competitividad es finita son 15 gerentes, por tanto fue finita conocida. Obteniendo los resultados que el 67% según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad siempre han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa, el 57% según los nuevos productos siempre son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia, y concluyo que los principios de gestión de calidad son: Organización orientado, el líder toma decisiones radicales basadas en hechos, y las ventajas de la competitividad en las MYPE del sector comercio rubro carpintería son equipo porque tienen la oportunidad de implementar nuevas maquinarias y equipos de trabajo.

Palabras claves: Competitividad, Gestión de Calidad.

ABSTRACT

The general objective of this research was to: Determine the main characteristics of the quality and competitiveness management of the MYPES of the trade sector - Carpintería Metálicas sector, in the city of Sullana, year 2018; with which answers the following question: What are the main characteristics of the management of quality and competitiveness of the MYPES of the sector Trade-item Carpintería Metálicas, in the city of Sullana, year 2018 ?, the research is of descriptive type , quantitative level, non-experimental cross-sectional design. For the collection of information, the survey technique and the questionnaire instrument were used, consisting of 20 closed questions. For the analysis of data obtained, the program SPSS version 25 and Microsoft Office Excel 2010 were applied for the tabulation and tables, the population in the variable quality management and competitiveness is finite are 15 managers, therefore it was finite known. Obtaining the results that 67% according to sales of new products with quality standards have always obtained results in the growth of your company, 57% according to the new products are always acceptable in the market and are better than the competition, and I conclude that the principles of quality management are: Oriented organization, the leader makes radical decisions based on facts and the advantages of competitiveness in the MSEs of the sector trade, woodworking are team because they have the opportunity to implement new machineries and work teams .

Keywords: Competitiveness, Quality Management.

INDICE GENERAL

JURADO EVALUADOR Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRAFICOS	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	22
2.1. Antecedentes	22
2.1.1. Variable Gestión de la Calidad	22
2.2.1. Variable Competitividad	35
2.2. Bases teóricas	44
2.2.1. Carpintería Metal Mecánica	44
2.2.1.1. Definición de Carpintería Metal Mecánica	44
2.2.1.2. Entorno de la MYPE	45
2.2.2. Gestión de Calidad	46
2.2.2.1. Teoría de Gestión de Calidad	48
2.2.2.2. Principios de Gestión de Calidad	50
2.2.2.3. Ventaja de la Gestión de Calidad	52
2.2.2.4. La calidad en el servicio al cliente	53
2.2.2.5. Técnicas de Gestión de Calidad	54
2.2.3.5. Sistema de Gestión de calidad	55
2.2.4. Competitividad	57
2.2.4.1. Teorías de la Competitividad	58
2.2.3.2. Ventajas de la Competitividad	59
2.2.3.3. Etapas de La Competitividad	60
III. HIPÓTESIS	62
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	63

4.1.	Diseño de la Investigación	63
4.2.	Población y Muestra	64
4.3.	Definición y operacionalización de las variables	67
4.4.	Técnicas e instrumentos de la recolección de datos	70
4.5.	Plan de análisis	70
4.6.	Matriz de Consistencia	71
4.7.	Principios éticos	72
V.	RESULTADOS	74
5.1.	Resultado	74
5.2.	Análisis de Resultados	99
VI.	CONCLUSIONES.....	111
	Aspectos Complementarios	112
	Referencias Bibliográficas.....	114
	ANEXOS	126
1.	CUESTIONARIO	127
2.	LIBRO DE CODIGO	129
3.	CUADRO DE RESUMEN.....	131
4.	TURNITIN	134
5.	CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO	135
6.	VALIDACIÓN DEL ESTADÍSTICO	138

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: ¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?.....	74
Tabla 2: ¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?.....	76
Tabla 3: ¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?.....	77
Tabla 4: ¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?.....	78
Tabla 5: ¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?..	79
Tabla 6: ¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?.....	80
Tabla 7: ¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización?...	81
Tabla 8: ¿Según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?.....	82
Tabla 9: ¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos?.....	83
Tabla 10: ¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?.....	85
Tabla 11: ¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa?...	86
Tabla 12: ¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?.....	88
Tabla 13: ¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?.....	89
Tabla 14: ¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas	90

tecnologías y de información?.....	
Tabla 15: ¿Considera Ud., que la empresa es competitiva con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología?.....	92
Tabla 16: ¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?.....	93
Tabla 17: ¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?...	94
Tabla 18: ¿Según los nuevos productos son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia?.....	96
Tabla 19: ¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?.....	97
Tabla 20: ¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?	98

ÍNDICE DE GRAFICOS

	Pág.
Figura 1: ¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?.....	74
Figura 2: ¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?...	76
Figura 3: ¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?	77
Figura 4: ¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?.....	78
Figura 5: ¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?..	79
Figura 6: ¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?.....	80
Figura 7: ¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización	81
Figura 8: ¿Según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?.....	82
Figura 9: ¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos?.....	83
Figura 10: ¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?.....	85
Figura 11: ¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa?	86
Figura 12: ¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?.....	88
Figura 13: ¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?.....	89
Figura 14: ¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información?.....	90
Figura 15: ¿Considera Ud., que la empresa es competitividad con las demás	92

organización en la infraestructura y en la tecnología?

Figura 16: ¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?.....	93
Figura 17: ¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?..	94
Figura 18: ¿Según los nuevos productos son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia?.....	96
Figura 19: ¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?...	97
Figura 20: ¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?...	98

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01 Cuadro de MYPES en investigación.....	Pág. 66
--	-------------------

I. INTRODUCCIÓN

Se conoce que el país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Esta situación plantea grandes retos a los países y a las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) en cuanto a diversos temas como la generación de empleos adecuados, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasa promedio que bordea el 6.5% anual. Esta tasa permitiría reducir sustantivamente el 52% de pobreza, el 15% de extrema pobreza y las altas tasas de analfabetismo que actualmente tenemos. Es decir, es posible promover el desarrollo humano en nuestro país, teniendo a las MYPES como un componente clave de crecimiento para alcanzar posteriormente el desarrollo. (Cruz, 2013).

De acuerdo a un diagnóstico sobre la situación empresarial en el Perú, 8 de cada 10 empresas son consideradas de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE), según datos del Ministerio de la Producción, representan el 98,6% de las (94.7% micro y 3.9% pequeña) empresas en el país, generan el 77% del empleo anual y representan el 42% del PBI Nacional. Sin embargo el 80% muere antes de cumplir su primer año. (Gutiérrez, 2013).

Por tanto las MYPES en el Perú es un tema de enorme relevancia para la economía del país. Más del 98% de las empresas en el país son micro y pequeñas.

Aportan más del 50% del producto bruto interno y son las principales generadoras de empleo en la economía. Sin embargo, alrededor del 74% opera en la informalidad y todas ellas - formales e informales - se desarrollan con evidentes limitaciones que condicionan su desarrollo económico. (Rojas, 2014)

Además las MYPES han adquirido un papel importante en la economía peruana, que el 98% de las empresas en el Perú. Estas aportan el 45% del PBI y emplean a casi el 80% de la población económicamente activa. Constituyéndose este sector como un ente activo o permanente que propicia bienestar económico para muchas familias. Ahora también; se le considera como motor generador de descentralización ya que gracias a su flexibilidad puede adaptarse a todo tipo de mercado, es por eso que está presente en todas las regiones del Perú, aunque la gran mayoría este centrada en Lima.

Según datos de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), el 99.3% de las empresas a nivel nacional son Microempresas (94.7%) y pequeña empresa (4.6%) a su vez, representan un 42.1% del PBI nacional y ocupan el 69% de la PEA nacional con proyección a seguir creciendo. Séptimo, (2016)

Hoy en día la responsabilidad del sistema de gestión recae en la alta dirección o nivel jerárquico de la empresa, la gestión incluye procesos que se debe llevar paso a paso empezando con la planificación, dirección y control del desarrollo del sistemas contantemente y otras actividades relacionadas con la

calidad, la implementación de la política de calidad de una organización requiere sistemas de calidad. El 40% de los empresarios utilizan controles posteriores a su fabricación y el 33.3% de los empresarios utilizan controles permanentes y el 26.7% de los empresarios no emplean ningún control en sus procesos. (Valderrama, 2015)

Por tanto la calidad de los sistemas es uno de los aspectos más valorados por las carpinterías metálicas a la hora de seleccionar el proveedor. Otros factores que debes tener en cuenta son el precio y la capacidad del proveedor para realizar entregas a corto plazo, lo que sólo es posible si dispone de la infraestructura adecuada. Además, es importante resaltar que algunas empresas te pueden proporcionar diferentes servicios: jornadas de formación, asistencia a pie de obra, asistencia a la resolución de incidencias, aplicaciones informáticas para la elaboración de presupuestos, etc. Todos ellos son aspectos a tener en cuenta cuando decidas el proveedor que te suministrará el producto. (FABRICACIÓN DE CARPINTERÍA METÁLICA)

En tanto la materia de producción, la calidad y la fiabilidad de un producto suelen contribuir poderosamente a la eficacia de la comercialización. La gestión de la calidad total es muy útil instrumento para la disminución de costos, repercutiendo en todos los niveles de la empresa. Un sistema bien diseñado de gestión de calidad puede traer consigo una fuerte reducción de los desechos y, por ende, de los costos. (Vaez, 2015)

Con respecto a la competitividad en el mundo actual se define como la capacidad de generar una mayor producción con el menor costo posible, en áreas de la competitividad los salarios de los trabajadores han ido descendiendo en todo el mundo y los países que son más competitivos son precisamente en los cuales el salario mínimo es mucho menor que en el promedio del mundo, hoy en día las empresas que mayores ganancias obtienen en el mundo son las que maquilan sus productos en países como China donde la mano de obra es muy económica y esos productos los venden en los países de primer mundo donde el poder adquisitivo de un ciudadano promedio es mucho más elevado que en la mayoría de demás países. La competitividad no puede ser captada por la diferencia de los precios. Las formas de competencia en los mercados son complejas. (Iparraguirre, 2014)

Una empresa es competitiva si es capaz de vender sus productos en el mercado internacional a unos precios más baratos, o con una calidad superior que los de la competencia, o cuando vende en el exterior productos totalmente nuevos. "Su proceso innovador y su estrategia competitiva se sustentan en recursos y capacidades difíciles de imitar o reproducir por otras empresas". (Lequernaque, 2013)

En tal sentido, las MYPE peruanas no han logrado alcanzar el nivel competitivo que les permita desarrollarse con prosperidad económica y enriquecimiento, e incluso afrontar exitosamente el reto dual de competir en el mercado interno y externo. El nuevo escenario, en las condiciones actuales de la realidad económica de nuestro país, ofrece múltiples oportunidades para las MYPE

en general, y el rubro fabricación de partes y piezas (Carpintería), se ubica entre la gran industria y la informalidad. (Moore, 2015)

Las empresas deben planificar, analizar y direccionar la parte administrativa y la política que tiene cada organización en que se basa en la Licencia de Funcionamiento que tiene las diferentes empresas en las distintas modalidades de la jurisdicción de los Gobiernos Nacionales. Además una empresa es competitiva si es capaz de vender sus productos en el mercado internacional a unos precios más baratos, o con una calidad superior que los de la competencia, o cuando vende en el exterior productos totalmente nuevos. "Su proceso innovador y su estrategia competitiva se sustentan en recursos y capacidades difíciles de imitar o reproducir por otras empresas". (Lequernaque, 2013)

En el Perú en referencia con la actual economía y con los datos obtenidos de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), se basa que el 99.3% de las empresas a nivel nacional son Microempresas (94.7%) y pequeña empresa (4.6%) a su vez, representan un 42.1% del PBI nacional y ocupan el 69% de la PEA nacional con proyección a seguir creciendo. (Septimo, 2016)

“Dentro del factor político el tratado de libre comercio entre Perú y Estados Unidos, que entró en vigencia en el 2009, contiene disposiciones para impedir la exportación de especies de madera peruana en peligro de extinción, pero esos esfuerzos se han visto obstaculizados por la corrupción en las zonas rurales, agregaron. Las exportaciones de Perú, uno de los países de más rápido crecimiento

en América Latina, aumentaron en los próximos años, debido a que sus acuerdos comerciales con grandes economías como la Unión Europea y Japón están por entrar en vigencia. La Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas, que el Perú debe cumplir bajo su tratado de libre comercio con Estados Unidos, exige a los exportadores peruanos presentar certificados de origen de madera de cedro y caoba. Las certificaciones deben garantizar la localización precisa de la tala forestal, así como prácticas forestales sostenibles” (Urranaga, 2012).

“Las exportaciones de material metálico a México crecieron 13% en el primer trimestre del 2012, en comparación con similar período el año pasado, al registrarse ventas por 8.7 millones de dólares, informó la Asociación de Exportadores (ADEX). Además sostuvo que el crecimiento de las exportaciones a México fue impulsado por las ventas de material metálico. En el caso de los productos semi manufacturados, para la construcción y manufacturados hubo descensos de 92%, 72% y 99%, respectivamente. Los muebles y sus partes, así como las hojas, chapas y láminas no registraron envíos en este período, a diferencia del 2011” (Lía, 2012).

La estabilidad económica del material metálico es uno de los principales recursos que tiene la selva. El Perú tiene todo para ser una potencia en el mercado de madera en el mundo. Acá los árboles crecen dos o tres veces más rápido que en países como Chile. Sin embargo, el país vecino exporta US\$ 6,500 millones y nosotros solo US\$ 160 millones e incluso importamos US\$ 1,160 millones, lo que hace que tengamos un déficit de US\$ 1,000 millones al año. No aprovechamos el

potencial que tenemos, ya que no se apuesta por este sector, que puede sacar a más gente de la pobreza que la agricultura (Koechlin, 2015).

Según el último reporte del PBI, que data de enero de este año, una de las caídas más fuertes dentro de la producción manufacturera se encuentra en el aserrado de la madera (-34,6%). Hablamos del material metálico ya convertida en una pieza maciza y que es la base para la construcción de ventanas, puertas y suelos de interiores y exteriores. "Ahora se tiende a usar productos alternos. Ya no se hacen muchos pisos del material metálico en interiores, sino que se prefiere la mayólica. Y, en algunos casos, se prefiere el uso de madera importada ya que en nuestro país no se tiene una oferta para algunas maderas especiales". "Las importaciones alcanzaron durante el 2015 un total de S/ 1.006 millones. Pese a su participación en el país, estas también han presentado una reducción de 9% durante el 2015, según información brindada por CITE. No obstante, la caída más preocupante se da en las exportaciones. Durante el 2015 alcanzaron los S/ 481,3 millones, lo que representa una caída de 12% a comparación del 2014" (Moscoso, 2017).

La confianza empresarial resistió también las tensiones de las últimas semanas, el caos desatado tras las declaraciones de Jorge Barata favorecía a PPK ante un escenario de vacancia (SE 1609, 1611). Pero no al señalar que el ruido político estaba siendo internalizado por los empresarios y que la confianza no se desbarataría. La confianza para invertir se mantuvo estable en marzo y la confianza para contratar cayó principalmente por factores no relacionados al ruido político.

“El sector construcción creció menos de lo que esperábamos durante el primer trimestre. Esto y el desatino de incrementar el salario mínimo en un contexto donde el empleo formal está cayendo puede haber afectado la confianza para contratar” (Saavedra, 2018).

En el cuarto trimestre del año 2017, el Producto Bruto Interno (PBI), a precios constantes del año 2007, se incrementó en 2,2% explicado por la evolución favorable de la demanda interna (5,0%) siendo la tasa más alta desde el tercer trimestre de 2013; “informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) mediante el Informe Técnico Comportamiento de la Economía Peruana. En el informe se precisó que dicho comportamiento se dio en un contexto de crecimiento de las principales economías desarrolladas como es el caso de la zona del Euro, China, Estados Unidos de América y Canadá. A esto se sumaron las repercusiones positivas en los precios de las materias primas, en particular de los metales. Asimismo, se indicó que en el resultado del PBI del cuarto trimestre (2,2%) incidió el aumento del consumo final privado (2,6%), el incremento del consumo del gobierno (11,5%), el buen desempeño de la inversión privada (6,2%) y la inversión pública (4,3%). Los componentes del comercio exterior mostraron un comportamiento diferenciado; así, el volumen exportado disminuyó en 1,5% y el de las importaciones aumentó en 8,3%. Por otro lado, se informó que el PBI desestacionalizado, en el cuarto trimestre de 2017, aumentó en 0,9% en comparación con el trimestre inmediato anterior”. (INEI, 2018).

En el segundo trimestre de 2016, la actividad Manufactura disminuyó en -7,9% debido a los menores niveles de producción de la industria alimenticia (-23,9%), productos manufacturados diversos (-13,7%), industria de madera y muebles (-8,0%), industria textil y de cuero (-7,1%) y fabricación de productos metálicos (-0,5%). Sin embargo, aumentó la fabricación de productos minerales no metálicos (1,7%), industria de papel, edición e impresión (0,3%), industria química (0,3%), e industrias metálicas básicas (0,2%), además la exportación de bienes y servicios aumentó en 13,7% por los mayores envíos al exterior de minerales como cobre (34,6%) y oro (9,8%); y, palta (35,5%), entre los principales. “En cambio, disminuyeron las ventas al exterior de zinc (-16,6%), plomo (-7,4%) y harina de recursos hidrobiológicos (-48,2%). Entre los cinco principales mercados de destino de nuestras exportaciones figuraron China (22,2%), Estados Unidos (16,0%), Suiza (7,8%), Brasil (4,6%) y Canadá (4,1%)” (INEI, 2016).

El aporte de la actividad metálica al Producto Bruto Interno (PBI) aumentó de menos de 1% actualmente a 8% en los próximos diez años, el sector forestal, caracterizado principalmente por la producción y exportación de productos de madera, tiene potencial de desarrollo si se establecen las medidas adecuadas de protección y explotación de los bosques peruanos. "En la actualidad la actividad forestal no alcanza a representar ni el 1% del PBI, pero con las medidas que estamos implementando consideramos que esta participación aumentará a 8% en los próximos diez años", (Von, 2013).

“Las tasas de interés que cobra el sistema financiero a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) bajaron a la mitad, porque estas unidades productivas contarán con certificados de garantías de empresas afianzadoras avalados mayoritariamente con fondos estatales los emprendedores que se financian en promedio a 34% podrán rebajar esa tasa a la mitad con el esquema de garantías recíprocas”, la tasa de interés promedio en soles para préstamos a 360 días otorgados a las medianas empresas en el sistema de cajas municipales se ubicó en 21.21% a enero último, mientras que para las pequeñas empresas en 31.94% y para las microempresas en 43.45%” (Ortega, 2018).

Otro factor importante es el socio cultural, ya que según el informe del Observatorio Socioeconómico Laboral de la Dirección Regional de Trabajo, las pequeñas y microempresas (Pymes) absorben el 31.9% de la Población Económicamente Activa (PEA) de la región Piura. De esta manera, 283,701 personas laboran en estos sectores. El documento refiere que este personal está ubicado, primordialmente, en las ramas de la actividad económica extractiva con un 34.9% y en servicios con el 24.4%. Indica que del total de servidores que integran las Pymes, el 77.6% son hombres, donde el 38% son de 14 a 29 años de edad; y el 57%, de 30 a 59 años, según el grupo de edad. Además la mayor parte del personal culminó la primaria (32%) y la secundaria (39.3%). Asimismo, refiere que en la región Piura hay un total de 62,204 Pymes, donde el 96.1% son microempresas y el 3.9% son pequeñas empresas. Estos resultados también están publicados en el tríptico socioeconómico laboral “La micro y pequeña empresa en la Región Piura” (Palacios, 2016).

En el Perú, la distribución de la población está asociada a los patrones de asentamiento y dispersión de la población dentro del país. De acuerdo a los datos encontrados, la población urbana y rural del país se ha incrementado de manera diferente. La población urbana se incrementó de 19 791 344 a 20 589 404 personas, lo que significa un incremento promedio de 262 mil personas por año, lo que significa una tasa promedio anual de 1,3%. La población rural, se incrementó en 332 mil personas por año, lo que representa una tasa de crecimiento de 3,8% anual (Velásquez, 2017).

“El número de empresas peruanas que invierten en investigación, desarrollo e innovación tecnológica (I+D+I) ascendió a 17 en 2017, cantidad que duplicó a las compañías que invirtieron en este rubro en 2016. En ese sentido, el monto de inversión total que se estima realizarán las 17 empresas en sus proyectos supera los 21.5 millones de soles, y el beneficio se calcula en alrededor de 16 millones de soles. En el 2016, el CONCYTEC autorizó 8 proyectos de I+D+I, que fueron desarrollados por el mismo número de entidades privadas”. “Por lo que en el 2017 se logró duplicar la cantidad de empresas y casi triplicar el número de proyectos, de los cuales 13 son de innovación tecnológica y 9 de desarrollo tecnológico” (Andina, 2018).

Además la ciencia y la tecnología son componentes esenciales para un plan de innovación para la competitividad de un país. Con la aplicación del conocimiento científico y de nuevas tecnologías se resuelve problemas relacionados con la obtención y utilización de energía, de alimentos, mejor aprovechamiento de la tierra, suministro de agua potable, entre otros, y se mejora la productividad y la

competitividad, con lo que se logra el crecimiento económico. La innovación es el arma para la competencia comercial entre empresas y países. “Las empresas innovadoras tienen mejores productos a menores precios, para imponerse en el mercado globalizado. Las empresas patentan los procesos y productos -obtenidos en sus laboratorios de investigación- para tener el derecho por 20 años al monopolio de su explotación comercial, que les permita recuperar su inversión en investigación y desarrollo y obtener utilidades, parte de las cuales serán reinvertidas en investigaciones de nuevos procesos y productos” (CONCYTEC, 2015).

Otra medida importante es “el factor ecológico que fue materia de recomendación por parte de la Defensoría del Pueblo, es la reciente creación del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles, adscrito al Ministerio del Ambiente. Dicha entidad es la encargada de revisar y aprobar los estudios de impacto ambiental detallados de los proyectos de inversión y, actualmente, viene realizando esta labor en los sectores agrícolas. Este constituye un avance importante para el fortalecimiento de la institucionalidad ambiental y una oportunidad para generar confianza en la gestión del Estado, toda vez que sería una autoridad distinta a la promotora de la inversión del sector la que evaluaría los impactos ambientales” (Vásquez, 2016).

En lo que respecta al material metálica para la construcción de productos de carpintería afecta al medio ambiente ya que existen personas que llegan a tumbar hectáreas de bosques con la finalidad de vender y lo realizan inmediblemente como bien se dice que toda actividad humana genera impactos.

Estos impactos pueden ser diversos. Significativos en muchos casos y en otros no. Por este motivo, es preciso adoptar medidas destinadas a prevenir y evitar que el desarrollo de las actividades tenga efectos negativos sobre el ambiente y, en consecuencia, vulnere el derecho de vivir en un ambiente adecuado y equilibrado, y con mayor razón en este sector.

Hoy en día “el Estado peruano aprobó los reglamentos que permitirán la vigencia de la Ley Forestal y de Fauna Silvestre N° 29763, que reconoce, por primera vez, el rol de las comunidades nativas y campesinas al incorporar su participación en el Consejo Directivo del Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR), las normas se emitieron tras cuatro años de consenso con la ciudadanía y los pueblos indígenas, mediante la aplicación de la consulta previa, por lo tanto los reglamentos aprobados son: Reglamento para la Gestión Forestal, Reglamento para la Gestión de Fauna Silvestre, Reglamento para la Gestión Forestal y de Fauna Silvestre en comunidades campesinas y comunidades nativas, y Reglamento para la Gestión de las Plantaciones Forestales y los Sistemas Agroforestales” (Ley, N° 29763).

En el ambiente microentorno se puede apreciar que según (Porter, 2010) para las empresas están en una buena posición competitiva, deben hacer un profundo análisis de cada uno de los siguientes aspectos:

El poder de negociación de los proveedores es muy bajo, El cambio de proveedor no es fácil, porque los volúmenes transados son altos y los distribuidores

de planchas de triplay y las placas de aluminio no son muchos en nuestro país, además que este cambio incorpora un aumento en los precios de los artículos transados. Una integración hacia adelante es compleja, debido a que las Carpinterías Metálicas cuentan con clientes establecidos, sobre todo en el mercado Minoristas y Mayoristas. El negocio es importante para los proveedores, ya que dependen directamente de las ventas que realice la empresa para generar sus ingresos. Relativo a los costos de los insumos, estos no representan una influencia importante dentro de los costos de la empresa, siendo no más del 25% de los costos totales por producto.

No existe una gran cantidad de compradores respecto a las empresas proveedoras existentes, los clientes, cada vez más, forman una estrecha relación con su proveedor siendo muy difícil poder acceder a nuevos clientes. Este mercado posee tres tipos de compradores: Retail, Corporaciones y Mayoristas: El mercado Retail es el más fluctuante y con gran cantidad de clientes que compran según el precio en el cual se ofrezca el producto, este tipo de consumidores representan una gran proporción del total de sus compradores, pero estos, dejan un escaso margen de venta. El mercado Corporaciones es pequeño, pero sus compras son importantes en cuanto al tipo de productos y margen que generan las ventas a este segmento. El mercado Mayorista tiene una mayor cuota de negociación, debido al volumen de sus compras, siendo el mercado que mayor poder de negociación tiene.

Con el cual se pretende lograr, promover la creatividad y la motivación de los funcionarios, para que fortalezca la calidad del producto y del servicio y así conseguir una buena cultura organizacional. Pero para conseguir nuestro objetivo se debe basar de valores éticos que forma parte de la atención al cliente. Con respecto

al estudio de las MYPE se ha identificado que los empresarios el 70% son empresas informales y el 30% son empresas formales debido a la falta de conocimiento, desinterés que tiene los empresarios al respecto de formalizar su empresa debido a los costos y tiempo que pueden perder en realizar los trámites correspondientes. En la variable de gestión de calidad se ha obtenido un resultado que el 30% de las MYPE implementa una política de calidad en la distribución y en la producción de sus productos para el servicio de sus clientes, el 25% casi siempre las empresas implementa una política de calidad a sus productos, el 15% algunas veces implementa una política de calidad a sus productos, el 14% casi nunca implementa una política de calidad a sus productos y el 16% en ninguna ocasión han implementado una política de calidad para sus productos. La competitividad el 80% siempre están de acuerdo en implementar nuevas máquinas para minimizar el tiempo de fabricación de los productos para lograr ser competitivos con las demás MYPE, el 15% casi siempre están de acuerdo en adquirir nuevas máquinas, el 3% algunas veces están de acuerdo en adquirir nuevas máquinas y el 2% muy pocas veces están de acuerdo con adquirir nuevas maquinarias por las bajas ventas.

“El mercado por su naturaleza importadora y consumista permite la incursión de toda serie de productos sustitutos elaborados principalmente en madera y plástico, los cuales indiscutiblemente llegan a precios más bajos, pero no existen productos de este tipo que logren competencia en términos de elegancia, durabilidad y adaptabilidad al cliente, al compararlos con los productos elaborados en metálica. Por otra parte, la preferencia de los clientes o consumidores se enfoca en los muebles de material metálico al momento organizarse en familia sin importar

pagar más al obtener un producto de excelente calidad”.

La Amenazas de posibles sustitutos, si bien existen materiales sustitutos a los productos generados por madera o fierros como lo son diferentes plásticos, bambú, el corcho y el cartón y para el fierro tal como el grafeno, entre otros, estos no han logrado ser un sustituto perfecto para la madera y el fierro, ya que no poseen las propiedades físicas, como su densidad, resistencia a la corrosión, soporte de la tensión y flexión, además de su baja conductividad eléctrica y capacidad de mantener el calor.

La amenaza de entrada de nuevos competidores son muchos los países que actualmente analizan la posibilidad de incursionar en el mercado Hoy en día las empresas están orientadas a las ventas de los nuevos productos que lanzan a los nuevos mercados nacionales e internacionales de cualquier tipo, para ello se necesita de materia prima y basado en la micro y macroeconomía que mayor materia prima se utiliza, mayor será el poder de negociación que tendrán, siempre y cuando existen diferentes ofertas en el mercado. Las negociaciones de los precios del PBI varía según el tamaño y calidad que requiere la empresa, así, las micro y pequeñas podrán tener mayor o menor poder de negociación de precios dado a la cantidad de adquisición que realicen. El negocio de las carpinterías metálicas no es diferente a las transferencias o negociaciones de los precios o productos, ya sea dependiendo de la cantidad, calidad, tamaño, grosor de las maderas o fierros que requiere la empresa es el poder de negociación del costo de las materias primas con el proveedor, por lo tanto siendo la diferencia del poder de la negociación de precios debe ser comparada con las demás empresas del mismo rubro.

Para poder acceder a los canales de distribución existe una dificultad, debido a que las materias primas son escasas, el tiempo o trayectoria de la empresa, juega a favor al momento de acceder a los canales de distribución, ya que existe una confianza y conocimiento de los vendedores de materia prima.

Asimismo los empresarios de las Carpinterías Metálicas en la Ciudad de Sullana, tienen en los centros comerciales una amenaza como las empresas: Maestro, Sodimac, Promart, que comercializan puertas, ventanas, mesas y diversos productos y la capacitación de los empresarios favorecerá en mejorar su gestión, y manejar mejor el tema de competencia. El problema aqueja a la mayoría de los empresarios de la Ciudad de Sullana. Al mismo tiempo es un reto importante favorecer a los empresarios de las MYPE de la ciudad de Sullana, de manera que se logre la mejora de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE de las Carpinterías Metálicas. Será un aporte, una herramienta para los empresarios de las MYPE, para las autoridades y entidades del Sector empresarial en la toma de decisiones de financiamiento a los empresarios MYPE.

No existe una innovación en cuanto a materiales utilizados, procesos productivos y tecnologías de fabricación, tampoco cuentan con métodos de producción, ubicación de las máquinas, trabajadores empíricos, la planificación de los talleres es deficiente y muchas veces no obedece a un criterio lógico del ordenamiento del proceso productivo. (...) La carpintería no desarrolla un proceso capaz de producir las características del producto de calidad, por desconocimientos

del tratamiento, selección y acabado de los productos que fabrican. Igualmente es considerable desarrollo de la industria estimulo la expansión colonial, con fines esencialmente económicos. Fue así como: Inglaterra, Francia, Alemania, Bélgica, Italia entre otros, se posesionaron de extensos territorios en Asia, África y Oceanía, estableciendo en ellos prósperos mercados para la venta de sus productos manufactureros, de los que , a su vez, extraían valiosas materias primas para sus industrias. (Vaez, 2015)

Según datos estadísticas en el Perú existen alrededor de 18,437 establecimientos de transformación secundaria dedicados a la fabricación de partes y piezas, puertas, ventanas y marcos, muebles, artesanía, etc., y de este total, el 3% está constituido por grandes y medianas empresas y el 97%, son micro y pequeñas empresas. Además, el estudio confirma la centralización de la economía, al revelar que la mayor concentración de las MYPE de la madera se encuentra en Lima Metropolitana con 16,667 empresas, que representa el 90% del total de empresas del sector a nivel nacional. En las MYPE dedicadas al rubro fabricación de partes y piezas (Carpintería), los problemas que vienen enfrentando están relacionados con la calidad del diseño (el producto diseñado no satisface las necesidades del usuario, y su diseño no responde al uso que se le va a dar), calidad de concordancia (el producto o servicio no presenta las características diseñadas y muchas no cumplen con las especificaciones), disponibilidad (el producto no proporciona bienestar continuo y confiable, con mantenimiento sencillo) y servicio técnico (velocidad de respuesta óptima, competencia y que los empleados estén bien capacitados y den confianza al cliente).(Moore,2015)

Las MYPE de Carpintería Metálicas se basa en la fabricación de muebles, mesas, sillas y para cada necesidad del consumidor para ello la empresa debe de analizar los precios y ofertas de los diferentes proveedores y escoger la mejor oferta que convenga para la economía de la organización para lograr producir un nuevo producto que va a lanzar al mercado pero eso se lograra si realiza un estudio de mercado para conocer las necesidades de los clientes y las ofertas que pueden lanzar a los productos.

La calidad de los sistemas es uno de los aspectos más valorados por las carpinterías metálicas a la hora de seleccionar el proveedor. Otros factores que debes tener en cuenta son el precio y la capacidad del proveedor para realizar entregas a corto plazo, lo que sólo es posible si dispone de la infraestructura adecuada. Además, es importante resaltar que algunas empresas se pueden proporcionar diferentes servicios: jornadas de formación, asistencia a pie de obra, asistencia a la resolución de incidencias, aplicaciones informáticas para la elaboración de presupuestos, etc. Todos ellos son aspectos a tener en cuenta cuando decidas el proveedor que te suministrará el producto. (FABRICACIÓN DE CARPINTERÍAMETÁLICA)

De allí nace la pregunta: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la competitividad dela MYPE del sector comercio- rubro carpintería metálica en la ciudad de Sullana año 2018?.Y para dar respuesta a esta pregunta se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de la MYPE del sector

comercio-rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana, Provincia de Sullana, año 2018 y como objetivo específico: (a) describir los principios de gestión de calidad en las MYPE del sector comercio rubro carpintería metálica en el distrito de Sullana año 2018.(b) Identificar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana 2017. (C) Describir las ventajas de la competitividad en las MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana 2018. (d) describir las etapas de la competitividad en la MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería metálica en la ciudad de Sullana año 2018.

Por tanto la investigación se justifica en el aspecto teórico porque dado el crecimiento económico del Perú, la globalización, la celebración de los tratados de libre comercio (TLC), y de las principales economías del mundo, además porque permite conocer en el ámbito de estudio las principales características de la Gestión de calidad y competitividad, de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Carpintería Metálica del Distrito de Sullana, año 2018.

Además la investigación se justifica de manera práctica porque se pretende conocer las principales características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro comercio de la Carpintería Metálicas-Sullana, año 2017; se busca identificar los principios de la calidad de los productos, las ventajas competitividad, la rentabilidad económica y las estrategias de la MYPE en estudio.

También la investigación se justifica en el aspecto profesional porque se aplicó por la necesidad de lograr cumplir con los requisitos que la ULADECH Católica para obtener la titulación profesional, además sirve para tener un mayor conocimiento de las dificultades y oportunidades que tienen las empresas al frente de la nueva economía que está sufriendo el País y como nosotros como profesional podemos ayudar y aportar nuevas ideas para el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

Por tanto se justifica en el aspecto social porque sirvió como apoyo para las instituciones, empresarios y universitarios que necesiten de una guía o instrumento que desea entrar para cualquier información que necesiten para la elaboración de sus proyectos de investigación.

Y por último se justifica de manera metodológica la investigación utilizó la técnica de la encuesta para el recojo de datos primarios, a través del instrumento del cuestionario aplicando a los trabajadores para la variable de gestión de calidad y a los representante para las variables de competitividad.

Obteniendo los resultados que el 53% de los propietarios manifiestan que su empresa casi siempre cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos, el 67% según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad siempre han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa, el 47% de los propietarios estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo, el 57% según los nuevos productos

siempre son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia, y concluyo que los principios de gestión de calidad son: Organización orientado, el líder toma decisiones radicales basadas en hechos, y las ventajas de la competitividad en las MYPE del sector comercio rubro carpintería son equipo porque tienen la oportunidad de implementar nuevas maquinarias y equipos de trabajo.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Gestión de la Calidad

Díaz (2010) en su trabajo de investigación denominado “Propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en la empresa “filtración industrial especializada S.A. de C.V.” de Xalapa, Veracruz”, tesis para optar el título de Magíster en Gestión de la Calidad en la Universidad Veracruzana, MEXICO, el objetivo general: Realizar una propuesta de mejora en la empresa “Filtración Industrial Especializada, S.A. de C.V.” que ayude a optimizar los procesos existentes para la obtención de productos con mejor calidad y la reducción de las pérdidas que actualmente se presentan, para el cual empleó la metodología de investigación de tipo prospectivo y transversal ya que la investigación estuvo centrada en el estudio de las actividades realizadas en la empresa durante un solo

lapso de tiempo comprendido de enero a abril del 2009 y durante el cual se realizaron las observaciones y 31 colección de datos una sola vez. Este estudio se clasifica como descriptivo, debido a que este tipo de estudios se efectúan normalmente, los principales resultados y conclusiones fueron que el 45.3% opinaron que no existe el trabajo en equipo en la organización, un 53.1% de los empleados considera que sus compañeros de trabajo no realizan su mejor esfuerzo, el 42.2% de los empleados en esta empresa considera que si se trabaja con calidad, el 43.8% de ellas han recibido en más de una ocasión cursos o capacitación, el 40.6% de los empleados en esta empresa piensan que la calidad es hacer las cosas a la primera, el 65.6% de los empleados no tienen conocimiento sobre algún tipo de control estadístico de calidad que se realice en la empresa, y concluyo que Con lo mencionado y descrito anteriormente, se obtuvieron los argumentos suficientes para respaldar la hipótesis planteada y con ello realizar la propuesta del sistema de gestión de calidad, la cual únicamente se describió como un proyecto de desarrollo de la documentación mínima requerida para establecer un sistema, esperando convertirlo en la base para la implementación del sistema. Cabe recordar que la investigación fue de carácter propositivo y es la organización quien decidirá si lleva a cabo la implementación o no del sistema. Se debe considerar que para la implementación de un sistema de gestión de calidad, debe existir un fuerte compromiso de la alta dirección quien toma decisiones y gestiona los recursos necesarios. La implementación de un sistema de calidad no le garantizará a “Filtración Industrial Especializada S.A. de C.V.” que su servicio será de calidad si no existe un compromiso real de todas y cada una de las partes de la organización para cumplir con todos y cada uno de los requisitos y programas establecidos para tal fin y por otro lado se debe estar consciente de que cuando se quiere establecer

un SGC se deberá estar dispuesto a pagar los costos que esto conlleva, esto con el propósito de mejorar las carencias existentes.

Hernández (2015) en su trabajo de investigación denominada “Gestión de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014”, Tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Trujillo, quien tuvo como objetivo general: determinar y dar a conocer las principales características de la gestión de calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014. La metodología que empleó El tipo de investigación fue descriptiva y para llevar a cabo escogimos una muestra poblacional de 15 Mypes. En estas Mypes se aplicaron encuestas tanto a los gerentes o administradores así como a los clientes en general terminando con una encuesta de satisfacción de los clientes finales, los principales resultados y conclusiones fueron que del 50 % de las Mypes no se tienen no tienen conocimiento sobre la norma ISO 9001, además se detectaron carencias sobre el control de salud e higiene en el trabajo. El 67% de las Mypes aplican la innovación tecnológica para aumentar la competitividad. Como resultado final tenemos el 88 % de clientes (50 % que piensan que es buena y el 38 % que dio como evaluación final mala) no están satisfechos del todo y por consiguiente se tiene un riesgo de fuga bastante importante que afectaría directamente sobre nuestros indicadores gestión de calidad, y concluyo que la gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar marcado o parametrisado, en la mayoría de las empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede

permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio. No se lleva una correcta gestión de proveedores y de insumos ya que a pesar de que se manifiesta que ellos exigen calidad y precio, hemos tenido la oportunidad de estar presente en muchas entregas de productos y la manipulación de los mismos por parte de los proveedores esta apartada de ser una manipulación de calidad, inclusive muchas veces a vista de los consumidores. El no exigir ningún tipo de certificación por parte de estos nos deja una preocupación latente por no tener la certeza de la calidad de los mismos. Las condiciones de higiene en ocasiones se limita a tener un carnet de sanidad pero sin tener en cuenta aspectos primordiales como la higiene en la atención, el aseo de las manos antes y después de atender a cada comensal, orden y limpieza. También tenemos casos bastante ejemplares donde la higiene y políticas de salud son más que impecables, aquí quien ejerce un orden y exigencia en este tema es el Gerentes y/o Administrador.

Beltran (2014) en su tesis de investigación titulada “Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la capacitación y la gestión de calidad en las Mypes del sector industria en el rubro panaderías de la ciudad de Chimbote. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra de 16 Mypes, representando un 50% de población conformada por 32 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron

que el 56,3% de las Mypes panaderas encuestadas señaló que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la rentabilidad de sus productos o servicios, de las Mypes que implementaron sistemas o técnicas en gestión de calidad el 56,3% manifestó que utilizaron la técnica de la mejora continua, Asimismo el 87,5% de las Mypes encuestadas consideró importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de calidad en las empresas, y concluyo que la mayoría de los representantes señalaron que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrece su negocio. Los representantes que utilizaron sistemas para mejorar la calidad de los productos y servicios la mayoría se inclinó en prácticas la mejora continua en su organización. La totalidad de los representantes de las Mypes encuestadas manifestaron brindar productos y servicios de calidad en su empresa. Los representantes manifestaron mayoritariamente que es importante usar técnicas de calidad empresarial en las organizaciones.

Septimo (2016) en su tesis de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de muebles de madera (mueblerías) del distrito de Huaraz, 2015”, Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la Mejora Continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de muebles de madera (mueblerías) del distrito de Huaraz, 2015, cuya metodología fue descriptivo de diseño no experimental/transversal, se utilizó un cuestionario estructurado de 15 preguntas cerradas, se tuvo una población de 10 gerentes a quienes se les aplicó un

cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que el 60% de gerentes estuvo en desacuerdo con la planificación de las actividades, el 60% indicó estar en desacuerdo en la asignación de las actividades y funciones a sus colaboradores y un 40% está en desacuerdo con la implementación de nuevos procesos de mejora, y concluyo que en el estudio realizado respecto a las características de la gestión de la calidad, se ha identificado que no se planifica al no establecer los objetivos de la organización, existiendo duplicidad de funciones, no existe un encargado de verificar los resultados anteriores y los actuales, así como la falta de implementación constante de procesos de mejora continua. Las principales características de los gerentes de venta de muebles de madera (mueblerías), la mayoría son de género masculino, con estudios superiores no universitarios y cuentan con una experiencia de 1 a 5 años en el cargo, la escasa experiencia con que cuentan genera dificultades en la implementación de procesos de calidad. Las características de la gestión de calidad identificadas en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de muebles de madera (mueblerías) del distrito de Huaraz, se desarrollan de manera deficiente originando problemas en los procesos, lo que repercute en la calidad en los procesos.

Martinez (2014) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad y formalización de las Mype del sector comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, quien tuvo como objetivo general: Cómo influye la gestión de Calidad y la formalización de las MYPE sector Comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013, empleó la metodología fue de tipo descriptiva porque

se conoció como influye la formalización y la gestión de calidad de las MYPE servicio rubro transportes de pasajeros (Piura) año 2013, se trabajó con el diseño de una investigación no experimental de nivel cualitativa porque permitió conocer las opiniones de los sujetos de estudio. Mediante una entrevista y aplicación de un cuestionario a 15 empresarios y 30 trabajadores con el propósito de conocer cuáles son los factores que influyen la gestión de calidad y la Formalización MYPE de servicio rubro transporte de pasajeros, los principales resultados y conclusiones fueron que el 75% de los empresarios utiliza mediciones de desempeño de los procesos de calidad, se encontró que el nivel de liderazgo con 75% por parte de los empresarios es muy loable para éxito empresarial, y concluyo que las características de manejo en gestión de calidad de las MYPE en el rubro transporte de pasajero no es la más adecuada. son varios aspectos negativos como: la mala atención al cliente en el servicio que se brinda y poca responsabilidad por capacitarse. A pesar del conocimiento sobre formalización y gestión de calidad las MYPE estas no se preocupan por mejorar su gestión y renovar sus unidades móviles. Se tiene conocimiento de la importancia de formalización y la rentabilidad que se puede obtener como beneficio de la misma, sin embargo hay una despreocupación por las empresas en brindar un buen servicio. Existe un buen nivel de liderazgo por los directivos, pero esto no se concreta ya que no hay un buen manejo en lo que concierne a la calidad de gestión.

Saba (2018) en su trabajo de investigación realizada sobre “Caracterización gestión de calidad y capacitación en las MYPE comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018”, tesis para obtener el título licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,

en la ciudad de Piura, cuyo objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y Capacitación en las MYPE rubro confección de ropa para niños mercado modelo de Piura año 2018, empleó la metodología tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, la encuesta fue utilizada como técnica de recolección de datos, se trabajó con 5 MYPE, donde se realizó 18 para los trabajadores las cuales estuvieron agrupados de acuerdo a las variables: Gestión de calidad y 18 preguntas para la variable capacitación, los principales resultados y conclusiones fueron que el 33.33% afirman que les facilitan los Equipos de Protección Individual necesarios para el trabajo, el 100% si hacen mantenimiento a las maquinas, el 100% si cuenta con un sistema de seguridad, el 100% si se adapta a las tendencias, el 100% si creen que los gerentes utilizan la información y datos de los clientes de manera continúa, el 100% si se guían de las temporadas para llevar a cabo las confecciones, y concluyo que las MYPE rubro confección de ropa para niños emplean la gestión de calidad, la cual es confiable debido a que existe una adaptación de las tendencias a la hora de confeccionar, cuentan con un sistema de seguridad, que es facilitado por la empresa a sus trabajadores y además tienen una buena gestión por parte del gerente, quien implementa continuamente plan de mejoras para el desarrollo de la empresa. Los elementos con los que cuentan las MYPE y que ayudan a determinar la gestión de calidad son: un manual de calidad, que determina las políticas de calidad y objetivos que apuntan al cumplimiento de las mismas, un control del desempeño de sus trabajadores que ayuda de manera eficiente a la MYPE; por otro lado encontramos, la importancia de contar con un kardex que facilita un mejor control de los ingresos y salidas del inventario. Es importante recalcar además la satisfacción de las necesidades y expectativas del

cliente las cuales constituyen básicamente uno de los elementos primordiales de la gestión de calidad.

Pérez (2017) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y confiabilidad de las MYPES sector turismo rubro hoteles del distrito de Zorritos - Tumbes, año 2017”, tesis para obtener el título licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, quien tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y confiabilidad de las MYPE del sector turismo rubro hoteles en el distrito de Zorritos - Tumbes, año 2017, empleó la metodología su tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal. La población está conformada por las 03 MYPE del sector turismo rubro hoteles en el distrito de Zorritos, donde la muestra está conformada por los 43 clientes para las variables gestión de calidad y confiabilidad, habiendo aplicado la encuesta piloto para determinar la proporción positiva y negativa de clientes; la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que el 84% de los clientes encuestado dicen que los trabajadores tienen capacidad para brindar un buen servicio, el 35% de los clientes encuestados respondieron que el servicio de transporte que brindan los hoteles, atiende de manera eficiente, un 40% de los clientes encuestados en los servicios hoteleros respondieron que si tienen servicio de tecnología como soporte, el 84% de los clientes encuestados respondieron que los servicios de hoteles si tienen infraestructura que brinda status, el 93% de los clientes encuestados respondieron que la infraestructura hotelera les brinda un área para la seguridad de sus pertenencias, el 72% de los encuestados respondieron que si les confirman la

reservación, el 93% de los encuestados dicen si les ofrecen servicios complementarios, y concluyo que los facilitadores que representan el apoyo a los usuarios/clientes, en el sector turismo del servicio hotelero de la ciudad de zorritos son: El área de personal como uno de los mayores soportes, seguido de los facilitadores de la calidad, la infraestructura, y manifiestan menor aceptación por los facilitadores del transporte y el marketing. En el sector de turismo rubro hotelero en la ciudad de Zorritos se ha determinado que la gestión del servicio en el proceso de atención al usuario/cliente son. La recepción, las habitaciones, la limpieza, la estadía, la reserva, y con poca aceptación la seguridad y la comunicación. Se ha podido identificar que la efectividad del servicio a los usuarios/clientes y que expresan confiabilidad, en el sector turismo del servicio hotelero de la ciudad de zorritos son: garantía, receptividad, confianza, compromiso, satisfacción. Se ha podido determinar que las habilidades demostradas por el personal del servicio a los usuarios/clientes y que expresan confiabilidad, en el sector turismo del servicio hotelero de la ciudad de zorritos son: Amabilidad, Cordialidad, actitud, empatía, integridad.

Castillo (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación y gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio - rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, año 2016”, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Sullana, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, periodo 2016, la investigación fue de tipo no experimental, de

tipo descriptivo, cuya muestra fue de 118 personas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, validado por especialistas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 100% no considera que sea lo mismo gestión de calidad y pruebas de producto, incluso desconocen el término, el 100% considera que si deben participar en este proceso, el 100% considera que todo el personal debe involucrarse en el proceso de gestión de calidad, el 90% si considera importante, el 90% si considera importante, y concluyo que la gestión de calidad se caracteriza por permitir mejorar los procesos de producción en base a las normas estandarizadas y establecidas en el ISO 9000. Así mismo permite mejorar los estándares de calidad de los productos y servicios logrando la competitividad de la MYPE en los mercados nacionales.

More (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización del liderazgo y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas elaboración y venta de chifles en el distrito de Sullana año 2017”, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Sullana, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características del liderazgo y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas elaboración y venta de chifles en el distrito de Sullana año 2017, en la que se estableció una metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal. La población en la variable liderazgo es dirigido a los gerentes de 04 personas, y en la variable gestión de calidad es infinita, aplicando fórmula estadística se determinó 345 clientes a encuestar, luego de aplicar una encuesta prediseñada para determinar el valor de las variables. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta

y la herramienta del cuestionario, conformado de 18 preguntas cerradas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 87% de clientes encuestados considera que el personal de la empresa de chifles le brinda un servicio de calidad, el 87% de clientes encuestados considera que el personal de la empresa de chifles le brinda un servicio de calidad, el 76% de clientes encuestados considera que no tiene conocimiento si la empresa de chifles tiene la estructura y los sistemas de control de calidad, el 83% de clientes encuestados considera que la empresa no cuenta con los requisitos de calidad para la elaboración y venta de sus productos, el 96% de clientes encuestados considera que es un beneficio que las empresas tengan un sistema de calidad, y concluyo que se determina que las características de la gestión de calidad en la producción de las micro y pequeñas empresas de este rubro son, el compromiso directo con el proceso y elaboración del producto, el personal no brinda un buen servicio y les falta un manual de calidad, donde esté bien estructurado los sistemas de control, los requisitos de calidad para la elaboración y venta de chifles. Los beneficios que logran con la gestión de calidad los microempresarios de este rubro son procedimientos competitivos, incrementan la satisfacción y motivación de los clientes al momento de realizar la compra del producto, además la reducción de las reclamaciones, los plazos de entrega, por ende adquieren y mejoran las maquinarias, equipos y herramientas más eficientes para la empresa.

Rojas (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro centros recreacionales en el distrito de Sullana año 2017”, Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote en la

ciudad de Sullana, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro centros recreacionales en el distrito de Sullana año 2017. La investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal. La población en la variable gestión de calidad y marketing es infinita, aplicando formula estadística se determinó 68 clientes a encuestar, luego de aplicar una encuesta prediseñada para determinar el valor de las variables. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento el cuestionario, conformado de 19 preguntas nominales, los principales resultados y conclusiones fueron que el 74% de clientes encuestados considera que las empresas recreativas no innovan sus productos y servicios para la satisfacción de los clientes, y el 81% de clientes encuestados considera que el servicio y producto brindado por las empresas recreacionales no son eficientes y no fijan la atención en la eficiencia, y concluyo que En cuanto a factores claves de gestión de calidad se concluye que no tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos; el personal no tiene una participación activa y no están comprometidos con la MYPE; porque los administradores no brindan capacitación de mejora continua a los mismos, por otro lado no innovan sus productos y servicios para la satisfacción de los clientes y consideran que la prevención no es un factor importante para el aseguramiento de la calidad. Por tanto se concluye que el grado de gestión de calidad en las MYPES es muy bajo, ya que no cuenta con un sistema de gestión de calidad, mucho menos trabajan siguiendo estándares de calidad; además los servicios y productos que brindan no son eficientes.

2.2.1. Variable Competitividad

Llorente (2013) en su trabajo de investigación denominada “Análisis de competitividad de las empresas de acuicultura. Aplicaciones empíricas al cultivo de la dorada (*Sparus aurata*) y la lubina (*Dicentrarchus labrax*)”, tesis para obtener el título de Doctor en Administración de Empresas en la Universidad de Cantabria, España, como objetivo general: Contribuir a la mejora de la competitividad de los procesos de producción en acuicultura, el primer paso es identificar cuáles son los factores que influyen en su gestión, ya que se pretende abordar el análisis de un proceso tan complejo como es la cría de organismos acuáticos, el método que empleó es sistemática y rigurosa en el desarrollo de cada uno de los trabajos presentados en esta Tesis Doctoral, la investigación no está exenta de algunas limitaciones, que se explican en este apartado, los principales resultados y conclusiones fueron que un 88 por ciento proceden de la acuicultura marina, el 80 por ciento de los ingresos por ventas, mientras que en el año 2011 esa cifra se reduce hasta el 62 por ciento, el 96 por ciento de los establecimientos activo, el 47 por ciento del valor de la producción de las principales especies cultivadas en España. Esta, junto con la lubina y el rodaballo generaron el 93 por ciento del valor total, y concluyo que la extensa revisión sobre la evolución y estado del uso de la bioeconomía en la pesca y la acuicultura muestra el creciente interés de la economía pesquera y acuícola por esta línea de conocimiento. La consideración de los aspectos biológicos y medioambientales para alcanzar la sostenibilidad económica de la actividad está mucho más extendida en la pesca que en la acuicultura. Sin embargo, en los últimos años ha crecido significativamente el número de trabajos bioeconómicos aplicados a la gestión de esta última. En el caso

concreto de la dorada y la lubina existen algunos trabajos enmarcados en esta línea de conocimiento que han sentado las bases para el desarrollo de una línea de investigación, si bien existen muchas cuestiones aún en las que la bioeconomía puede contribuir a incrementar la eficiencia de los procesos de cultivo y aumentar así la competitividad de las empresas.

Coello (2013) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la competitividad y la rentabilidad de las MYPEs comercializadoras en el rubro ferretero del distrito de Nuevo Chimbote, durante el año 2011”, tesis para optar el Título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Angeles de Chimbote, en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPEs comercializadoras en el rubro ferretero del distrito de Nuevo Chimbote, durante el año 2011. La metodología que empleó de tipo no experimental-transversal-descriptivo, de una población de 11 MYPEs se tomó una muestra del 100% de la población registradas en la Sunarp Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 91% de las MYPEs de este sector comercial son formales, ya que están debidamente registradas en SUNARP y con sus documentos en regla. De los Empresarios encuestados se puede observar que el 46% de las empresas es Competitiva en Precios, el 36% en lo que es Calidad y el 18% en la atención al Cliente, y concluyo que la mayoría de los empresarios de este sector comercial conoce el término competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios pero no realizó ninguna investigación de mercado al respecto.

Navarrete (2013) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la formalización y la competitividad de las mypes del sector industria - rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las Mypes del sector industria–rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011. La metodología que empleó fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 9 Mypes de una población de 34, a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas, los principales resultados y conclusiones fueron que el 100% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente, y concluyo que Las principales características son: El total de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen conocimiento del término competitividad, además manifiestan que son competitivas, en aspectos tales como la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente.

Nolasco (2014) en su tesis de investigación denominada “Caracterización de la formalización y la competitividad de las mypes sector producción rubro panaderías en el distrito de Chimbote período 2010 - 2011”, tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración en la Universidad los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Chimbote, quien tuvo como objetivo general: Describir

las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector producción - rubro panaderías del distrito de Chimbote, periodo 2010- 2011. La metodología que empleó fue descriptiva, para llevarla a cabo se trabajó con una muestra poblacional de 14 microempresas de una población de 49, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta; los principales resultados y conclusiones fueron que el 86% de los empresarios encuestados afirman que las MYPES son competitivas, pues aseguran tener un valor agregado que les permite tener un alto nivel de competitividad y esto se debe principalmente a la calidad de sus productos, de sus trabajadores y la calidad de atención al cliente, el 93% afirma que siendo competitiva le permitirá tener una mejor imagen ante sus clientes mientras que el 86% asegura que una MYPES competitiva obtendrá mayor rentabilidad, y concluyo que la mayoría de las MYPES son competitivas por las ventajas competitivas que ofrecen como; calidad del producto, precios bajos, etc. Constituyendo una mejor imagen para la empresa, por ende la obtención de una mayor rentabilidad.

Suarez (2018) en su trabajo de investigación Denominado: “Caracterización del capital humano y la competitividad en las mype comerciales, rubro librerías de Piura centro, año 2018”, Tesis para optar el Título de Licenciada en Administración de Empresas, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, el cual tuvo como objetivo general: Identificar las características que tiene el capital humano y la competitividad en las MYPE comerciales, rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, año 2018, empleó la metodología de la investigación fue de diseño no experimental, de corte transversal.

La población estuvo conformada por las MYPE del rubro librerías del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue y el cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que el 33% de los colaboradores son competentes, el 44% de los clientes encuestados consideran que en el restaurante ofrecen productos de calidad, el 36% de los clientes encuestados consideran que los precios que con los que trabajan las librerías son accesibles, el 41.2% fija precios menores a la competencia, y concluyo que al tercer objetivo en su dimensión ventajas competitivas se obtiene que el principal atributo es el respeto de los colaboradores a los clientes, por otro lado la concurrencia de los clientes es de un nivel acogedor alto, así mismo a través de la cadena de valor en la actividad de apoyo el criterio de la capacitación de mayor nivel que se mide es el de la competencia, de otro lado el atributo de la calidad del producto así como la exhibición de los mismos y los costos manejándose con precios accesibles, descuentos y así como la variedad de productos. En función con el cuarto objetivo vinculado con las estrategias genéricas que se desarrollan en las MYPE, se obtuvo como resultado respecto a liderazgo de costos considera que los precios son muy accesibles, así mismo la diferenciación con la competencia los descuentos que ofrecen hacen que los fidelicen y la segmentación ofrecen el servicio de delivery, promociones, descuentos y variedad de productos.

Vásquez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la calidad de servicio y competitividad en las MYPE rubro hospedaje de San José de Sisa, provincia el Dorado, San Martín, año 2017”, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, en la

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Piura, el cual tuvo como objetivo general: determinar las características de la calidad de servicio y la competitividad en las MYPE del rubro hospedaje de San José de Sisa, provincia El Dorado, año 2017. El cual empleo la metodología de la investigación fue descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 04 MYPE, basado en una muestra de 150 clientes para ambas variables, a quienes se les aplicó como instrumento el cuestionario, los principales resultados y conclusiones fueron que en cuanto a los elementos de competitividad se identificó: que los hospedajes tienen reconocimiento que cuentan con los recursos necesarios para la atención que el personal está capacitado e innovan la tecnología. Se identificó en relación a las estrategias competitivas, se tiene que los precios del hospedaje están acorde con el servicio brindado, satisfacen los requerimientos de los huéspedes.

Domínguez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización del financiamiento y competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande-Piura, año 2017”; tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Piura, quien estableció como objetivo general: Determinar las características del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017, la investigación empleó la metodología de investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental - transversal. Se realizó a través de un cuestionario, con la finalidad de recoger los datos de la MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de

Tambogrande Piura al año 2017, para llevar acabo se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta a 10 MYPE, los principales resultados y conclusiones fueron que el 63% si percibe que motivan a los trabajadores, el 68% afirma que la atención es buena, el 71% que innovan en los productos, el 92% si le ofrecen descuento y que el 83% los productos son de buen calidad, y concluyo que las ventajas de la competitividad de las MYPE es innovar el porcentaje bajo estudio es que más de la mitad de las MYPE innova constantemente en los productos que ofrece trayendo modelos acorde a la temporada con la finalidad de captar más clientes y así posicionarme en el mercado en estudio. Las estrategias de la competitividad que utilizan las MYPE es el poder de negociación de los clientes el porcentaje bajo estudio es que la totalidad de las MYPE ofrece descuentos a sus clientes para que no se va vallan a la competencia. Mayores ventas mayores ganancias.

Velásquez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016”, tesis para optar el título Profesional de Licenciada en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Sullana, teniendo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector servicio, rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016. Se empleó la metodología de investigación de e tipo cuantitativa, descriptiva. Para la recopilación de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 09 microempresas dedicadas al rubro; en las cuales se aplicó un cuestionario conformado de 17 preguntas cerradas, los principales resultados y conclusiones

fueron que el 67% de clientes encuestados consideran que el personal de los grifos tiene habilidades y atributos al momento de atender, y concluyo que las principales características de competitividad que poseen las microempresas de este rubro son la confianza que tienen los clientes al adquirir combustible, tienen personal capacitado y con cualidades en atención al cliente, además poseen la infraestructura, el mantenimiento y la seguridad adecuada para las operaciones de las empresas. Los factores de competitividad que utilizan las microempresas pertenecientes al sector servicio en el rubro grifos es tecnología, recursos para mantener el precio del combustible, calidad de servicio y producto que brindan para tener satisfecho a los clientes.

Zúñiga (2016) en su trabajo de investigación denominado “Características de la competitividad y la rentabilidad en las MYPE de servicio – rubro animación de eventos en Sullana-2016”, tesis para optar el título Profesional de Licenciada en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Sullana, el cual tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPE de servicio del rubro animación de eventos en Sullana, año 2016, empleó la metodología en la investigación con un tipo descriptiva y de nivel cuantitativo, empleándose una muestra poblacional de 14 gerentes o representantes legales de 14 MYPE de animación de eventos de la Provincia de Sullana a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas, utilizándose la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 50% considera que algunas veces la capacidad tecnológica hace más competitiva a la MYPE, el 64% muy pocas veces invierte en mantener una buena imagen, el 43% casi siempre ha previsto el ingreso de nuevos competidores, y concluyo que las MYPE del rubro

animación de eventos se determinó que los empresarios han logrado desarrollar distintas capacidades dentro de su empresa, entre ellas tenemos que han logrado adquirir capacidad tecnológica, también tienen capacidad de endeudamiento y la capacidad de su recurso humano se alinea a las necesidades de la empresa. Las características determinadas de competitividad de las MYPE dedicadas a la animación de eventos son: existe preocupación por una buena imagen, existe inversión en prestaciones adicionales al servicio que brinda, se busca una ubicación privilegiada, precio más reducido que el de los rivales. Se determinó que los empresarios no utilizan políticas que les permitan mejorar las ventajas comparativas con que cuenta la empresa. Se determinó que los empresarios de este rubro sólo utilizan algunas estrategias competitivas, entre las cuales tenemos: El estudiar a sus competidores, medir la satisfacción de sus clientes y desarrollar sus estrategias en función de la calidad.

Alburqueque (2014) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la competitividad y la capacitación en las MYPES del sector comercial, rubro de textiles de la ciudad de Sullana. Año 2014”, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la ciudad de Sullana, quien tuvo como objetivo general: Determinación y descripción de las principales características de la competitividad y la capacitación de las MYPES del sector comercio – rubro textil de la ciudad de Sullana, año 2014. Es una investigación Método cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 20 microempresarios de una población de 30, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, los principales

resultados y conclusiones fueron que el 60% se muestran conformes con la competitividad y dispuestos a aplicar estrategias para mejorar el negocio, sin embargo sólo el 45% considera importante la tecnología en la industria de textiles, y concluyo que en casi todos los ítems, el 60% de los encuestados consideran un grado de aplicabilidad considerable y máximo, sin embargo el 40% de los encuestados un grado mínimo, es decir se muestran conformes y aprueban la competitividad al interior de las MYPES.

2.2.Bases teóricas

2.2.1. Carpintería Metal Mecánica

2.2.1.1. Definición de Carpintería Metal Mecánica

La Carpintería metálica se denomina al taller, al oficio y al producto elaborado del carpintero que emplea metales para la fabricación de muebles, puertas, ventanas, accesorios, etc. Se conoce como empresas de carpintería metálica a las que utilizan profesionales que se dedican a la fabricación y comercialización de productos metálicos, como acero y aluminio.

Se conoce como empresas de carpintería metálica a las que utilizan profesionales que se dedican a la fabricación y comercialización de productos metálicos, como acero y aluminio, para los mercados de la construcción, industria y decoración, así como la gama de productos orientada al cerramiento integral de la vivienda: Puertas, ventanas, persianas laminadas, rejas de hierro y forjado

artístico, etc. (Quintana, 2013).

2.2.1.2. Entorno de la MYPE

Las MYPE en este mundo globalizado deben tener un compromiso en tanto al desarrollo como en el crecimiento económico ya que están a la vanguardia de la actualizaciones de las nuevas tecnologías y productos nuevos es por ese motivo que la empresa debe de estar en constante actualización y capacitaciones de los empleados en las ventas, servicio y distribución de los nuevos productos.

En cada MYPE debe existir el compromiso del crecimiento económico per para lograrlo se debe centrar en la innovación porque ya no debe de brindar los mismos productos de siempre sino ser novedosos y auténticos en los productos que están vendiendo para eso se debe indicar que las MYPE, como sector, muestran una gran complejidad. Una de ellas es su estratificación, cuyas variables están relacionadas a la capacidad de autofinanciamiento para su crecimiento y generación de valor económico, productividad y capacidad de innovación y diferenciación. (Agustín, 2013).

Los productos que la empresa lanzan al mercado se basa en satisfacer las necesidades de los clientes y estar en competencia con las demás empresas y que los productos debe ser cómodos para el bolsillo de las personas.

2.2.2. Gestión de Calidad

En la gestión de calidad se debe cambiar la forma de cómo atender a los clientes y el ambiente adecuado para alcanzar la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

La Gestión de Calidad adoptada por organizaciones que confían en el cambio orientado hacia el cliente y que persiguen mejoras continuas en sus procesos diarios y es un servicio cada vez más óptimo a sus clientes, que aumente la satisfacción de sus necesidades y expectativas, requiere comprometerse con la incorporación de una mejora continua en sus productos a través de procesos controlados. (Manrique, 2015)

Las empresas debe de brindar un producto que sea atractivo a los ojos de los clientes que sea llamativo en tanto a la marca, diseño, color y todo lo referente al producto y también para sus empleados debe existir una comunicación y un ambiente adecuado para que trabajen con eficiencia y eficaz.

En la gestión de calidad está basado en que la empresa brinde una mejor calidad en sus productos y a los empleados brindarle un mejor ambiente de trabajo para que se siente a gusto y cómodo trabajar en la organización. La gestión de calidad es un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo, aseguramiento y mejora de la calidad, realizados por los diversos grupos en una organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y que sean compatibles con la satisfacción del cliente. (Vaez, 2016)

La calidad se centra en el producto que va a brindar la empresa para alcanzar las expectativas que tiene los consumidores para eso debe de brindar un buen servicio de distribución. Para crear un nuevo producto con una buena calidad la empresa debe realizar un análisis detallado de los requerimientos de las personas y de los productos que venden las demás empresas para no fabricar el mismo producto sino algo novedoso.

La calidad es la presentación que la empresa da a su producto que puede ser la imagen, diseño, forma o el nombre que tiene su producto para la vista de los consumidores es por eso que la empresa debe de invertir en su producto y sacar a la venta un producto confiable y que le guste a los consumidores .La calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone el cumplimiento por parte del producto de las especificaciones para las que ha sido diseñado, que deberán ajustarse a las expresadas por el cliente. (Luna, 2013)

La empresa para fabricar un nuevo producto este debe pasar por ciertos procedimientos para poder analizar la calidad que va a brindar a los clientes es por ese motivo que el producto debe ser analizado detalladamente para observar la mejora pertinente antes de ser distribuidos a los consumidores.

Es el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, que se incorpora por medio de procesos de gestión. Es decir que es el modo en que la

dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de calidad con vistas a su mejora permanente. Para realizar un producto debe pasar por varios procedimientos antes de ser distribuidos a los consumidores pero para eso debe pasar por una serie de pasos para su entrega. (Tissieres, 2013)

Las opiniones de vista de los trabajadores son importantes para la creación de los productos y en las diversas situaciones que ocurre en la empresa porque el jefe de brindar la confianza a sus trabajadores para que se existe un buen ambiente de trabajo y no ser alguien autoritario.

En cada organización debe incluir a sus trabajadores para que deán sus puntos de vista en las situaciones que está ocurriendo en la empresa porque su voz también vale pero para ellos debe ver confianza entre el trabajador y el jefe. Esto implica que su personal también puede participar en la toma de decisiones de la organización. Los principios de la Gestión de Calidad son adoptados por las organizaciones para realzar la calidad de sus productos y servicios, y de esta manera aumentar su eficiencia. (Denys, 2015)

2.2.2.1. Teoría de Gestión de Calidad

La empresa cuando se fija un objetivo debe ser a corto plazo para poder lograr en unión con sus trabajadores que debe ser integrado en las decisiones que se va a tomar. La empresa siempre se debe enfocarse a la mejora continua pero para lograr ese cometido primero debe tener una visión y misión que quiere lograr desde ahí seguir el proceso de mejoramiento en tanto en la tecnología y en las técnicas que se utilizara para organización.

Para que una empresa quiere lograr ser solida debe fijarse objetivos que debe cumplirse a un tiempo determinado pero eso se debe lograr en unión con todos los trabajadores de la organización para lograr ese objetivo la empresa tiene que verse como un sistema integrado donde intervienen procesos, recursos y controles orientados al logro de los objetivos y metas de la organización. Las bases de este cambio son la adopción de una nueva filosofía de calidad, el compromiso gerencial y la búsqueda incesante del mejoramiento. A este proceso se le denomina Mejora Continua. La Mejora Continua es algo más que aplicar una serie de herramientas o técnicas que se pueden aprender en un seminario o curso, es una visión total y diferente de la organización y un modo de vida organizacional que debe aprenderse, reaprenderse y refinarse con el tiempo en un medio propicio. (Rodriguez, 2015).

La empresa tiene otro punto que fijarse que es el precio que va a comercializar en su producto que sea acorde con la economía de los consumidores ya que es una herramienta importante para los canales de distribución porque sirve de apoyo a la empresa para tener una mayor calidad, productividad en su producto y una fiabilidad de los clientes.

La empresa debe centrarse en la comercialización de los productos en tanto el precio que va a lanzar al mercado para el consumo de los clientes porque es un instrumento que sirve de apoyo para la empresa para conocer un poco más de los diversos canales de distribución que debe contar la empresa para lograr esto

se debe indicar que en materia de producción, la calidad y la fiabilidad de un producto suelen contribuir poderosamente a la eficacia de la comercialización. La gestión de la calidad total es muy útil instrumento para la disminución de costos, repercutiendo en todos los niveles de la empresa. Un sistema bien diseñado de gestión de calidad puede traer consigo una fuerte reducción de los desechos y, por ende, de los costos. (Vaez, 2015).

En cada empresa la pieza clave para el buen funcionamiento y manejo de la organización son sus trabajadores porque gracias a ellos la empresa funciona correctamente. El jefe debe de incluir a los trabajadores en la toma de decisiones porque son ellos los que están más integrados al producto y a las necesidades de los clientes.

Esto implica que su personal también puede participar en las tomar decisiones de la organización. Los principios de la Gestión de Calidad son adoptados por las organizaciones para realzar la calidad de sus productos y servicios, y de esta manera aumentar su eficiencia. La pieza clave de cada empresa son sus empleados porque sin ellos la empresa no funciona correctamente por lo que debe el gerente incluirlos en la toma de decisiones de cualquier situación que tiene la empresa. (Denys, 2015)

2.2.2.2.Principios de Gestión de Calidad

La gestión de calidad se basa en principios que tiene que cumplir la organización en cuanto a brindar un buen servicio y trato a los clientes, que los lideres está obligado a establecer objetivos orientados al bienestar de los

empleados y que ellos estarán involucrados en el desarrollo y comprometerse con el beneficio de la organización.

Según Tissieres, (2013) manifiesta que la norma ISO 9000, identifica ocho principios de la gestión de calidad, que la dirección de empresas puede utilizar para mejorar su sistema de calidad. Cuando una empresa quiere mejorar su calidad en los productos debe tener en cuenta los principios básicos que deben de conocer para brindar una mejor atención y servicio en los productos y son:

Principio N°1: La organización está orientada al cliente: depende de sus clientes y por lo tanto debe identificar sus necesidades actuales y futuras, cumplir sus requisitos y esforzarse en superar sus expectativas.

Principio N°2: Liderazgo: los líderes establecen la unidad de objetivos y la orientación, de forma que el personal puede involucrarse en el logro de los objetivos de la organización.

Principio N°3 Participación de personal: el personal, los niveles, la esencia de una organización y compromiso, se utiliza en beneficio de la organización.

Principio N°4: Orientación a los procesos: se alcanza más eficientemente mediante la gestión por procesos.

Principio N°5: Orientación a la gestión del sistema: identificar, entender y gestionar los procesos, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización.

Principio N°6: Mejora continua: en todas las áreas de la organización debe ser un objetivo permanente.

Principio N°7: Decisiones basadas en hechos: se van en el análisis de los datos y la información.

Principio N° 8: Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Pueden crear valor incrementado mutuamente beneficiosas.

2.2.2.3. Ventaja de la Gestión de Calidad

Para este autor (Correa, 2004) Estos sistemas se refieren a la evaluación sobre el cómo y el por qué se hacen las cosas. Todas las empresas, cualquiera sea su tamaño, ya tienen una forma establecida o un sistema para hacer sus negocios. Las Normas del Sistema de Gestión de Calidad identifican rasgos que pueden ayudar a que las empresas satisfagan consistentemente los requisitos de sus clientes.

Algunos clientes, tanto del sector privado como del público, valoran la confianza que puede dar el que un negocio tenga un Sistema de Calidad. Si bien satisfacer estas expectativas es una razón para tener un Sistema de Gestión de Calidad, puede haber otras razones tales como las siguientes:

- Mejora del desempeño, coordinación y productividad
- Focalización en los objetivos de su negocio y las expectativas de sus clientes

- Logro y mantenimiento de la calidad de su producto para satisfacer las necesidades implícitas y explícitas de sus clientes
- Confianza en que la calidad que se busca se está logrando y manteniendo
- Evidencia a los clientes actuales y potenciales, de las capacidades de la organización
- Apertura de nuevas oportunidades en el mercado, o mantenimiento de su participación en el mismo
- Oportunidad de competir en igualdad de condiciones con organizaciones más grandes
- Posibilidad de adoptar estrategias de marketing, mostrando la calidad como factor diferenciador, de reconocimiento en el mercado y para la mejora de la imagen de la organización

2.2.2.4.La calidad en el servicio al cliente

La empresa debe de realizar un estudio de mercado pero para lograr ese objetivo debe de utilizar la herramienta de la encuesta para conocer las opiniones de las personas y que producto novedoso quiere que exista en la empresa después de recolectar los datos la empresa debe centrarse en crear un nuevo producto que logre superar las expectativas que tienen los clientes.

La empresa debe de realizar un estudio de mercado para conocer las necesidades que tienen los clientes para adquirir un producto al mercado. Esta es una definición de la calidad claramente centra da en el cliente. Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona

calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad. (Tafur, 2014)

2.2.2.5. Técnicas de Gestión de Calidad

En la transformación de los productos se debe utilizar técnicas para lograr la gestión de calidad que sirven para mostrar resultados de la empresa en la calidad de sus productos y las necesidades de los clientes para tener un mayor control en la productividad de nuevos productos y nuevos proveedores y clientes.

Según Tissieres, (2013) Despliegue de la función de Calidad: Pretende transformar los deseos del cliente en especificaciones técnicas correctas, que ayuden a diseñar un producto que satisfaga las necesidades del cliente. Las dimensiones de la Gestión de Calidad:

- Requerimientos de diseño
- Componentes específicos
- Procesos de producción
- Plan de calidad
 - a) Selección del curso de acción a seguir: las causas principales y causas secundarias del problema.
 - b) Conformación del éxito de las medidas: deben realizar un seguimiento de las medidas propuestas para confirmar la resolución del problema inicial.

- c) Establecimientos de Reglas que eviten la recepción del problema: el éxito de las medidas adoptadas se establece un nuevo conjunto de procedimientos que garanticen que dicho problema no vuelva a repetirse.
- d) Presentación de los resultados: los resultados de su trabajo.

Siguiendo con el autor Tissieres, (2013) Ente las principales ventajas de la implementación de un sistema de círculos de calidad pueden citarse:

- Mejora de las aptitudes personales y con ello de la productividad de la organización.
- Aumento de la autoestima y moral de los trabajadores.
- Aumento del respeto de la dirección por los trabajadores y la comprensión por parte de los trabajadores de la labor de dirección.
- Cambio de actitudes negativas respecto a la empresa.
- Reducción de los conflictos laborales.
- Comprensión de la importancia de la Calidad.

2.2.3.5.Sistema de Gestión de calidad

La empresa en cuanto a la gestión de calidad tiene que tener responsabilidad en brindar un producto establecido en el mercado actual y que sea acorde a las políticas y objetivos de la norma que pretende guiar al personal a

contar un sistema de gestión ordenado que consiste en los recursos y elementos que tiene la organización.

Para este autor Luna, (2013) Un sistema de gestión es un conjunto de elementos, comúnmente procesos que se encuentran mutuamente relacionados entre sí, existiendo interacción entre ellos. Tiene por objeto el establecimiento de la política y los objetivos de la organización (MYPE), en el marco de los cuales se planificara una serie de actividades con el ánimo de alcanzar los objetivos propuestos.

La NTP ISO 9001 propone un modelo de gestión de la calidad que comprende los siguientes elementos:

- Los requisitos de los clientes y otras partes interesadas como elementos de entrada para el diseño de productos, procesos o servicios.
- La responsabilidad de la dirección o gerencia como pieza fundamental para guiar al personal de la empresa hacia un sistema de gestión ordenado y consistente.
- La gestión de los recursos, elemento clave para asegurar el otorgamiento de materias primas, maquinarias de proceso, equipos de medición, implementos para el trabajo del personal, etc., de modo que la empresa cuente con todo lo necesario para atender las demandas de sus clientes.
- La realización del producto a través del cual la empresa se

organiza para atender las demandas de sus clientes, bajo el cumplimiento de requisitos que caracterizan al producto, proceso o servicio que se brinda. Comprende los procesos de compra, de producción del bien o prestación del servicio.

2.2.4. Competitividad

Según lo obtenido podemos definir que la competitividad está unida con la producción e innovación que debe tener cada organización para sus clientes brindarle un mayor servicio de calidad para que se sienta a gusto donde realizan sus comprar y para ello se debe considerar que la competitividad se establece a partir de factores relacionados con los campos de acción de las organizaciones, la toma de decisiones y ejecución de éstas, como la gestión, la innovación, la producción y el recurso humano.

La competitividad en una empresa está asociada con conceptos como la rentabilidad, la productividad, los costos, el valor agregado, el porcentaje de participación en el mercado, el nivel de exportaciones, la innovación tecnológica, la calidad de los productos, entre otros. También se pueden encontrar indicadores como productividad de la mano de obra, productividad del capital, etc. (Castellanos, 2013)

Para que una empresa sea competitiva en el mercado globalizado para ello debe de desarrollar sus habilidades y capacidades en el posicionamiento de su

entorno y en la competencia para ellos debe tener recursos que sean novedosos para la acogida de los consumidores para alcanzar el éxito de la empresa.

Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico. En este caso para que una empresa puede ser exitosa debe estar pendiente de sus recursos y de las ventajas competitiva que tiene el mundo globalizado y como debe estar acorde con ello. (Carmen, 2015)

2.2.4.1. Teorías de la Competitividad

La empresa debe centrarse en el mercado que se va a expandir con sus productos que sea acorde con las necesidades de los clientes para que sea una organización competitiva al frente de los competidores. Cuando una empresa es competitiva tiene la capacidad de una organización pública o privada para así mantenerse en el mercado competitivo y lograr sus objetivos y metas.

La competitividad que debe generar una empresa se debe basar en la sociedad cuál sería su nuevo plan operativo que debe centrarse utilizar para generar más ganancias y a su vez poder alcanzar un mercado expansivo pero para ello se debe indicar que la competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada

posición en el entorno socioeconómico. El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud auto protectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo. La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de MYPE y empresario. (Alburqueque, 2014)

2.2.3.2. Ventajas de la Competitividad

Para que una empresa logre ser competitiva tiene que fijarse una marca para identificarse con la competencia, también tener un lugar específico y cómodo tanto para sus trabajadores, como para los clientes; en tanto una empresa primero debe ser implementarse con nuevas tecnologías que se adquiere con los proveedores a corto plazo.

Para este autor Palacios (2013) nos indica que la ventaja competitiva de una empresa se genera dentro de la organización, sobre la base del análisis de los recursos, las capacidades y las competencias de la empresa y son:

- El registro de una patente, que permita tener propiedad intelectual.
- El registro de una marca, que permita identificar y posicionar un producto, servicio o una empresa, como una marca de calidad.
- Una ubicación privilegiada, que ninguna otra empresa

podiera tener por un tiempo determinado.

- Un equipo o maquinaria, que por su nivel de especialización tecnológica no pueda ser adquirido por algún competidor cercano en el corto o mediano plazo.
- Un sistema de información, que permita tomar decisiones rápidas y eficientes, y así estar un paso adelante de los competidores.
- Un equipo de trabajadores capaces, fieles a la organización y plenamente comprometidos con la calidad del servicio al cliente.

2.2.3.3.Etapas de La Competitividad

En este punto se refiere a las etapas competitividad que debe pasar la empresa. La empresa debe adecuarse a los cambios de medio ambiente que viene ser el mundo globalizado para fijar metas que quiere lograr para el futuro y desarrollo de la organización.

Para este autor Coello, (2013) Para diferenciar la evolución de la competitividad se debe fijar cuatro etapas, cada una de ellas tiene un nombre específico y una serie de características que las distinguen es así como se tiene:

Etapa I. Incipiente:

La empresa es altamente vulnerable a los cambios del medioambiente como

funciona de manera autodefinida, actúa según las presiones del mercado o bien a capricho y estado de humor de sus dueños, la aplicación de los principios de competitividad es prácticamente nula y tiene poco control sobre su destino, reaccionando más bien por intuición a los cambios del medio ambiente y por ende se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

Etapa II. Aceptable:

Se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad contándose con los cimientos adecuados para hacer un buen papel ante los ojos del público consumidor y la competencia. Los principios de competitividad se aplican aceptablemente, y aunque no se dominan totalmente, es claro que para seguir compitiendo se requiere fortalecerlos, el equipo directivo se hace responsable del futuro de su organización y dirige su destino hacia donde visualiza lo que mejor le conviene, representando esto una gran ventaja para la empresa.

Etapa III. Superior

La empresa comienza a ocupar posiciones de liderazgo y se caracteriza por el grado de innovación que mantiene dentro de su mercado. Domina los principios de competitividad, se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del medio ambiente. Aunque de manera equilibrada pone atención a los diez principios de competitividad, da mayor énfasis al de cultura organizacional para lograr homogeneizar el pensamiento, sentimiento y

accionar de todo su personal.

Etapa IV. Sobresaliente

La empresa que se encuentra en esta etapa es considerada como visionaria, por la generación de tecnología directiva a un ritmo acelerado, sirviendo de benchmarking al resto de la industria, pues ella es la que va generando los cambios y las demás se van adaptando a ellos. En esta etapa, la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores de las etapas anteriores, pues tratan de encontrarle debilidades y huecos en el mercado. Los principios de Competitividad se aplican con alta eficiencia y todos los miembros de la empresa tienen una real convicción de ellos. Están en la posibilidad de compartir su tecnología directiva con otras empresas, sean o no del giro o de la industria en la que compiten. La empresa muestra disposición por compartir los resultados y las formas para alcanzar su posición actual.

III. HIPÓTESIS

En los estudios cuyo enunciado no es una proposición, es imposible plantear una hipótesis. Por lo tanto esta investigación no tiene hipótesis ya que es una investigación de tipo descriptivo y estará sujeta a los resultados, según Hernández, Fernández y Baptista, (2014)

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño de la Investigación

La investigación aplicada fue de tipo descriptivo porque comprendimos la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza en su momento, y la composición o proceso de los fenómenos. En este tipo de investigación se basa en realizar una breve descripción de los pasos y procedimientos de las variables que se utilizaron como base de estudio de la MYPE para poder hacer el análisis detallado de la problemática que está sufrió la empresa. (Marimón, 2006).

El trabajo de investigación fue de nivel cuantitativo porque se recogieron los datos de forma científica, para ello se utilizó la estadística y así poder analizar todos los datos recogidos sobre las diferentes variables estudiadas en su momento. Estudiamos también las propiedades y la situación problemática guiándonos por los objetivos y los resultados obtenidos de la investigación.

Según Castillo, (2015) Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental, porque es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no variamos

intencionalmente las variables independientes. Lo que hicimos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural, para después analizarlos, y será de corte transversal porque no se manipulan las variables.

M O

Dónde:

M = Muestra conformada por los propietarios encuestados.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y Competitividad.

4.2. Población y Muestra

La población N de esta investigación estuvo conformada por un total de 15 MYPES del rubro talleres de carpinterías metálicas de cada MYPE, se consideró como criterio de investigación todas las empresas formalizadas y con RUC vigentes en los últimos años en la ciudad de Sullana.

POBLACIÓN:

P1: Para la variable gestión de calidad se ha considerado a los 15 gerentes de las MYPES del rubro talleres de carpinterías metálicas, y es una población finita conocida.

P2: Para la variable competitividad se considera a los 15 gerentes de las MYPES del rubro talleres de carpinterías metálicas, y es una población finita conocida.

MUESTRA:

M1: Para la variable gestión de calidad se ha considerado a los 15 gerentes de las MYPES del rubro talleres de carpinterías metálicas, y es una población finita conocida y no se necesita de fórmula, lo manifiesto Hernández, Fernández y Sampieri (2014), quienes dijeron que cuando una población es menor a 50 personas se opta por tomar el total de las personas que son en total 15 gerentes.

M2: Para la variable competitividad se ha considerado a los 15 gerentes de las MYPES del rubro talleres de carpinterías metálicas, y es una población finita conocida y no se necesita de fórmula, lo manifiesto Hernández, Fernández y Sampieri (2014), quienes dijeron que cuando una población es menor a 50 personas se opta por tomar el total de las personas que son en total 15 gerentes,

La investigación se desarrolló con quince unidades económicas debidamente identificadas en la Municipalidad Provincial de Sullana, se constituyeron en el objetivo fundamental de la investigación, de quienes se podía obtener la información a través de técnicas e instrumentos y luego fueron analizadas y tabuladas.

Nombres y ubicaciones de MYPE en estudio

Orden	Razón Social o Nombre Comercial	N° de RUC o DNI	Dirección del Establecimiento Comercial		
			Tipo de Habilitación Urbana	Nombre de Habilitación Urbana	Nombre de la Vía
1	CARPINTERIA JIMENEZ	10036791085	ASENTAMIEN TO HUMANO	SANTA TERESITA	ATAHUALPA
2	FABRIMUEBLES METALICA	10467686025	CENTRO POBLADO	BARRIO BUENOS AIRES	DOS
3	MADERERA PUCALLPA	20529894695	ASENTAMIEN TO HUMANO	EL OBRERO	ANDRES RAZURI
4	MADERERA PUCALLPA	20529894695	CENTRO POBLADO	BARRIO NORTE	CINCO
5	TIMANA MARTINEZ RAFAEL	1035842077	CENTRO	SULLANA	SAN MARTIN
6	INFANTE BARBA BORMER HUMBERTO	10036480993	CERCADO	SULLANA	JOSE DE LAMA
7	MADERERA MI KARINA	10435460398	A.H.JESUS MARIA	A.H.JESUS MARIA	AV PORVENIR
8	MORETO DE ACHA AMELITA	10034972775	CENT.POB.	BUENOS AIRES	SIETE
9	MADERERA CISNEROS	20178345176	PARQUE INDUSTRIAL	CALLE 8, 0	MZ D LT 10,11,12
10	NEGOCIOS GENERALES XIMENA (SIN ANUNCIO)	10036702066	AA.HH.	NUEVE DE OCTUBRE	BUENOS AIRES
11	CREDITO LIMA	10036480993	CERCADO	SULLANA	JOSE DE LAMA
12	COMERCIAL NANCYS	10279278831	CERCADO	SULLANA	IGNACIO MERINO
13	CONSTRUCCIONES METALICAS ARAVA	10332897876	A.H.SANCHEZ CERRO	SANTA CATALINA	
14	CONSORCIO MADERERO SAN JUAN S.A.C.	20187654234	CENT.POB.BARRIO BUENOS AIRES	CENT.POB.BARRIO BUENOS AIRES	- CA SIETE, 300
15	ZUCO MADERERA	20198725756	CENT.POB.BARRIO BUENOS AIRES	CENT.POB.BARRIO BUENOS AIRES	CA SEIS, 256

CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN

– **Criterios Inclusión:**

Para la variable gestión de calidad y competitividad se considera a los gerentes que tengan más de un año en el cargo.

– **Criterios Exclusión:**

Para la variable gestión de calidad y competitividad se excluye a los gerentes menores de un año.

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Matriz de operacionalización de variables

Vari able	Definición Conceptual	Dimen siones	Definición Operacional	Indica dores	Items	Fuen te	Niv el
Gestión de Calidad	La Gestión de Calidad adoptada por organizaciones que confían en el cambio orientado hacia el cliente y que persiguen mejoras continuas en sus procesos diarios y es un servicio cada vez más óptimo a sus clientes, que aumente la satisfacción de sus necesidades y expectativas, requiere comprometerse con la incorporación de una mejora continua en sus productos a través de procesos controlados. (Manrique,2015)	Principios	La dimensión de los principios se medirá con su indicador es: cliente, liderazgo, personal, procesos, sistemas, mejora continua, hechos, proveedor. Con el método de encuesta, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal.	Organización Orientado al Cliente	¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?	Propietarios	Nominal
				Liderazgo	¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?		
				Participación de personal	¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?		
				Orientación a los procesos	¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?		
				Orientación a la Gestión de Sistema	¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?		
				Mejora Continua	¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?		
				Decisiones Basada en Hechos	¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización?		
				Relaciones con el Proveedor	¿Según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?		
		Ventajas	La dimensión de las ventajas se medirá con su indicador es: productividad, objetivos, mantenimiento, confianza, estrategias. Con el método de encuesta, y su	Productividad	¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos?		
				Objetivos	¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?		
				Mantenimiento	¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el		

			instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal.		crecimiento de su empresa?		
				Confianza	¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?		
				Estrategias	¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?		

Vari able	Definición Conceptual	Dimen siones	Definición Operacional	Indicad ores	Items	Fuen te	Niv el
Competitividad	La competitividad en una empresa está asociada con conceptos como la rentabilidad, la productividad, los costos, el valor agregado, el porcentaje de participación en el mercado, el nivel de exportaciones, la innovación tecnológica, la calidad de los productos, entre otros. También se pueden encontrar indicadores como productividad de la mano de obra, productividad del capital, etc. (Castellanos, 2013)	Ventajas	La dimensión de las ventajas se medirá con su indicador es: maquinarias, competidores, equipo. Con el método de encuesta, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal.	Maquina ria	¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información?	Propietarios	Nominal
				Competi dores	¿Considera Ud., que la empresa es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología?		
				Equipo	¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?		
		Etapas	La dimensión de las etapas se medirá con su indicador es: incipiente, aceptable, sobresaliente. superior. Con el método de encuesta, y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada, con cotejo de escala nominal.	Incipient e	¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?		
				Aceptabl e	¿Según los nuevos productos son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia?		
				Sobresali ente	¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?		
				Superior	¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?		

4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

Técnicas:

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta a los representantes legales o gerentes de las MYPE del sector comercio- rubro Carpintería Metálica. Estos datos que se obtuvieron de la encuesta sirvieron para conocer y tener una idea más clara de las dificultades y problemática que tienen la MYPE de Carpintería Metálicas en la ciudad de Sullana.

Instrumentos:

Para el recojo de la información de la investigación se aplicó un cuestionario, el cual estuvo conformado por un total de 20 preguntas a los clientes de las diferentes MYPES.

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados de la encuesta se hará uso del análisis descriptivo para saber el porcentaje de MYPE formales que laboran en la ciudad de Sullana, teniendo los datos numéricos se utilizara el programa SSPS VERSION 25 serán presentados en tablas y/gráficos para el análisis e interpretación considerando el marco teórico.

4.6. Matriz de Consistencia

Matriz de consistencia

Título	Enunciado del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variables	Metodología
Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de la MYPE del sector comercio-rubro de carpintería metálica, ciudad de Sullana, año 2018.	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y competitividad de la MYPES del sector Comercio-rubro Carpintería Metálicas, en la ciudad de Sullana, año 2018?	Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de la MYPES del sector comercio-rubro Carpintería Metálicas, en la ciudad de Sullana, año 2018.	a) Describir los principios de gestión de calidad en las MYPE del sector comercio rubro carpintería metálica en el distrito de Sullana año 2018.	Gestión de Calidad	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptiva NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativa DISEÑO: No experimental, corte transversal
			b) Identificar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE del sector comercio - rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana 2018.		
			c) Describir las ventajas de la competitividad en las MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana 2018.	Competitividad	UNIVERSO O POBLACIÓN: 15 propietarios de gestión de calidad y competitividad.
			d) Describir las etapas de la competitividad en la MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería metálica en la ciudad de Sullana año 2018.		

4.7. Principios éticos

Según Uladech, (2016) el Código de Ética para la Investigación (versión 001), indica que los principios éticos que se tendrá en cuenta en la presente investigación fue:

- **Protección a las personas.-** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular 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. En ese sentido, 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 tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a

quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

- **Integridad científica.-** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador 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. Asimismo, 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 sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1. Resultado

VARIABLE: Gestión de Calidad

Primer objetivo específico: Describir los principios de gestión de calidad en las MYPE del sector comercio rubro carpintería metálica en el distrito de Sullana año 2018.

Tabla 1
¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	1	7%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	8	53%
Siempre	4	27%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías
Elaboración: Investigador

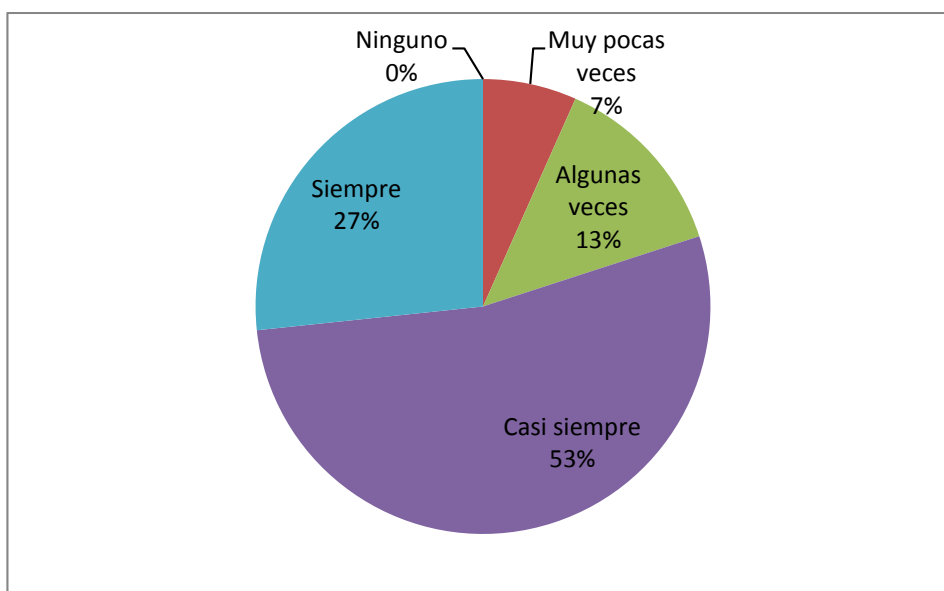


Figura 1: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 1 ¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?

Interpretación:

Referente a la tabla 1 denominado “Cumple” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que casi siempre cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos, mientras que el 27% indica que el algunas siempre cumple, el 13% indica que el algunas veces cumple, y el 11% indica que muy pocas veces cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos.

Tabla 2
¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	3	20%
Siempre	7	47%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías
Elaboración: Investigador



Figura 2: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 2 ¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?

Interpretación:

Referente a la tabla 2 denominado “Líder” se pudo observar que el 47% de propietarios encuestados considera que su equipo de trabajo siempre lo considera un líder, mientras que el 20% indica casi siempre lo considera un líder, mientras que el 20% indica que algunas veces lo considera un líder, mientras que el 13% indica que su equipo de trabajo muy pocas veces lo considera un líder.

Tabla 3
¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	1	6%
Algunas veces	4	27%
Casi siempre	4	27%
Siempre	6	40%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías
Elaboración: Investigador

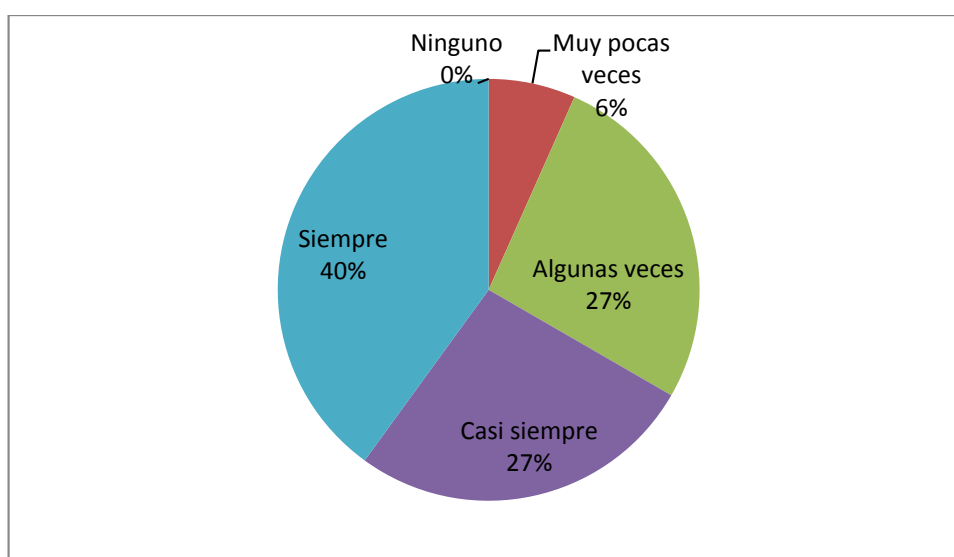


Figura 3: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 3 ¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?

Interpretación:

Referente a la tabla 3 denominado “Participación de sus empleados” se pudo observar que el 40% de propietarios encuestados considera que en su organización siempre existe la participación de sus empleados, mientras que el 27% indica que casi siempre existe la participación de sus empleados, mientras que el 27% indica que algunas veces existe la participación de sus empleados, y el 6% que en su organización muy pocas veces existe la participación de sus empleados.

Tabla 4
¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	5	34%
Siempre	6	40%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

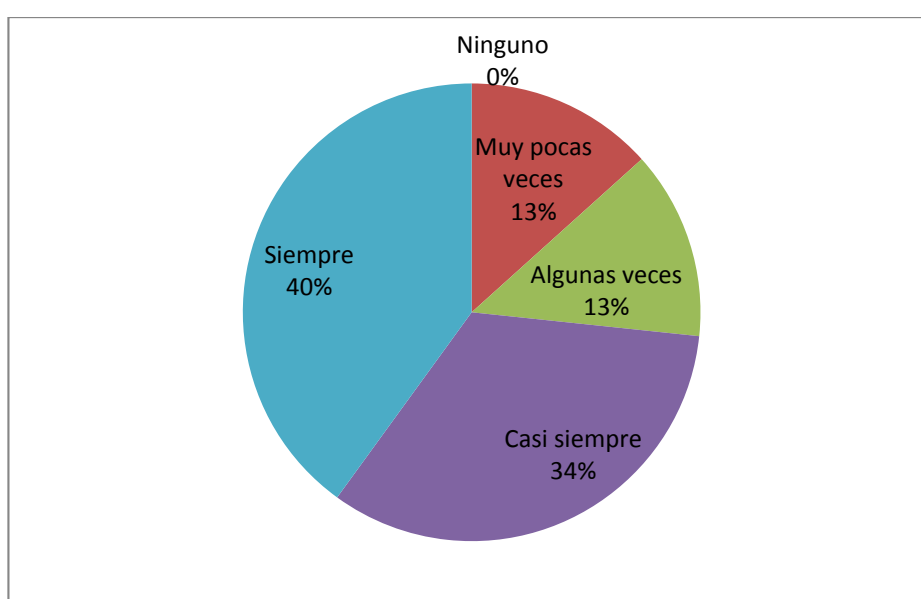


Figura 4: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 4 ¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?

Interpretación:

Referente a la tabla 4 denominado “Gestión de procesos” se pudo observar que el 40% de propietarios encuestados considera que en su empresa siempre está basada en la gestión de procesos de sus productos, mientras que el 34% indica que casi siempre está basada en la gestión de procesos, mientras que el 13% indica que algunas veces está basada en la gestión de procesos, y el 13% indica que en su empresa muy pocas veces está basada en la gestión de procesos de sus productos.

Tabla 5

¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	2	13%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	3	20%
Siempre	5	34%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

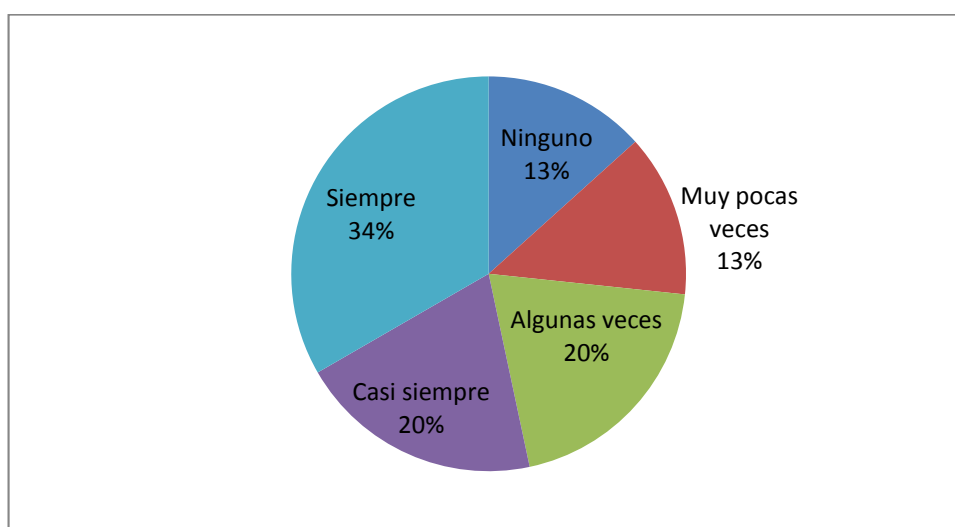


Figura 5: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 5 ¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?

Interpretación:

Referente a la tabla 5 denominado “Sistemas de calidad” se pudo observar que el 34% de propietarios encuestados considera que en su empresa siempre está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización, mientras que el 20% indica que casi siempre está orientada a la gestión, mientras que el 20% indica que algunas veces está orientada a la gestión, mientras que el 13% indica que muy pocas veces está orientada a la gestión, y el 13% indica que en su empresa nunca está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización.

Tabla 6
¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	1	7%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	3	20%
Siempre	6	40%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

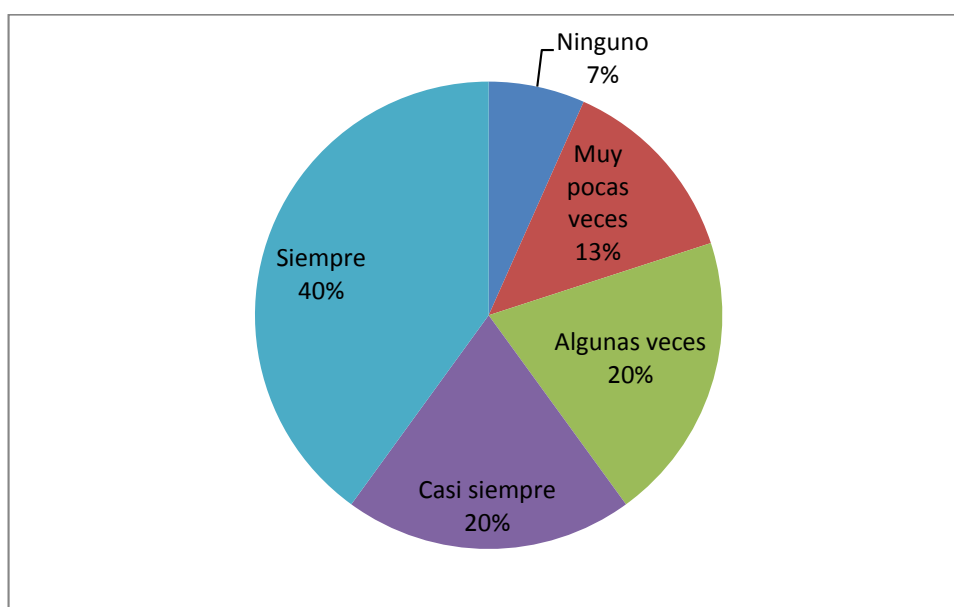


Figura 6: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 6 ¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?

Interpretación:

Referente a la tabla 6 denominado “Mejoras continuas” se puede observar que el 40% de propietarios encuestados considera que siempre realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores, mientras que el 20% indica que casi siempre realiza mejoras continuas, mientras que el 20% indica que algunas veces realiza mejoras continuas, mientras que el 13% indica que muy pocas veces realiza mejoras continuas, y el 7% indica que nunca realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores.

Tabla 7

¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	1	7%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	4	27%
Siempre	8	53%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

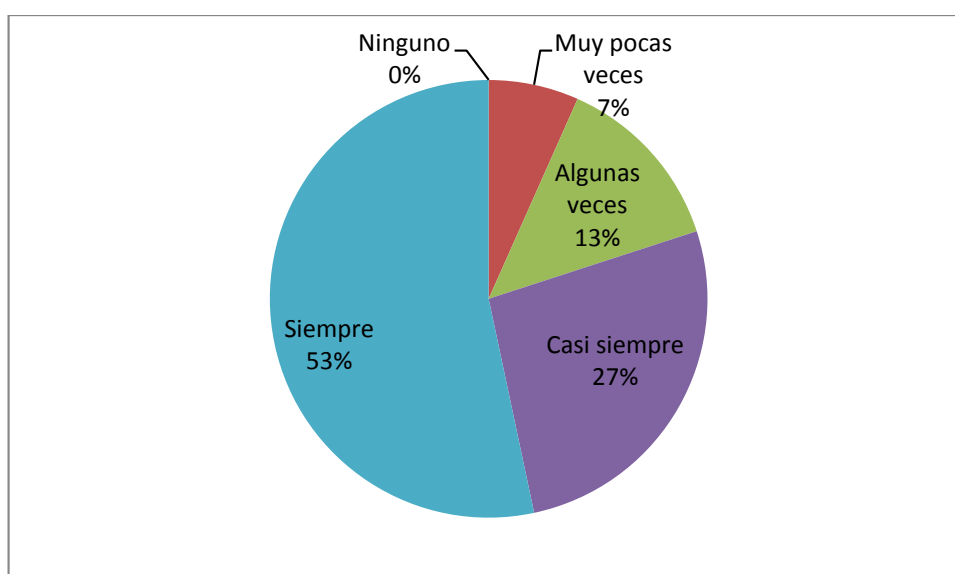


Figura 7: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 7 ¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización?

Interpretación:

Referente a la tabla 7 denominado “Decisiones radicales” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que en su labor de líder siempre toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización, mientras que el 27% indica en su labor de líder casi siempre toma decisiones radicales, mientras que el 13% indica en su labor de líder algunas veces toma decisiones radicales, mientras que el 7% indica en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización.

Tabla 8
¿Según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	2	13%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	4	27%
Siempre	4	27%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

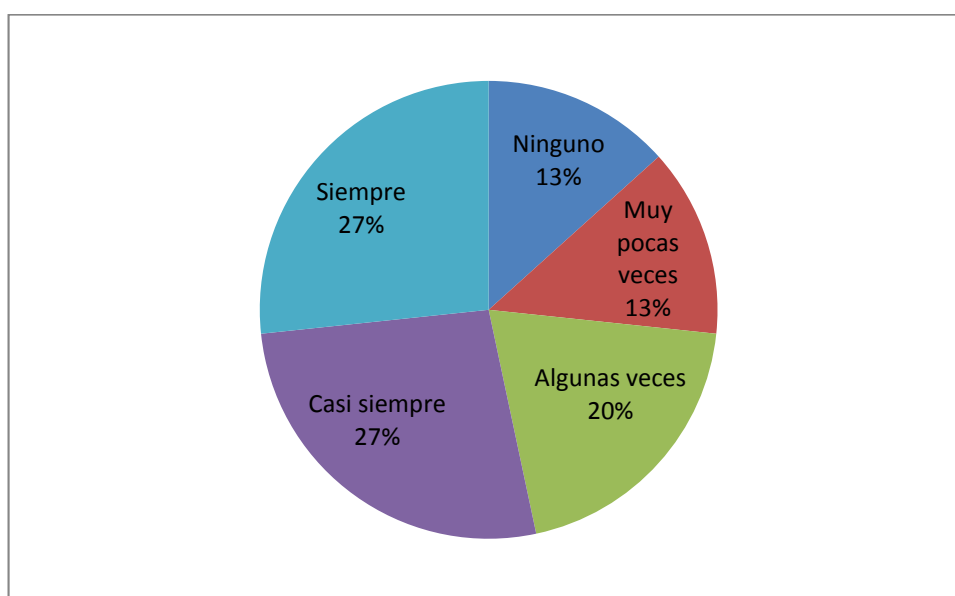


Figura 8: diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 8 ¿según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?

Interpretación:

Referente a la tabla 8 denominado “Proveedores” se pudo observar que el 27% de propietarios encuestados considera que según a su criterio los proveedores siempre cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos, mientras que el 27% indica que según a su criterio los proveedores casi siempre cumplen, mientras que el 20% indica que según a su criterio los proveedores algunas veces cumplen, mientras que el 13% indica que según a su criterio los proveedores muy pocas veces cumplen, mientras que el 13% indica que según a su criterio los proveedores nunca cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos.

Segundo objetivo específico: Identificar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE del sector comercio - rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana 2018.

Tabla 9
¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	3	20%
Siempre	8	54%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

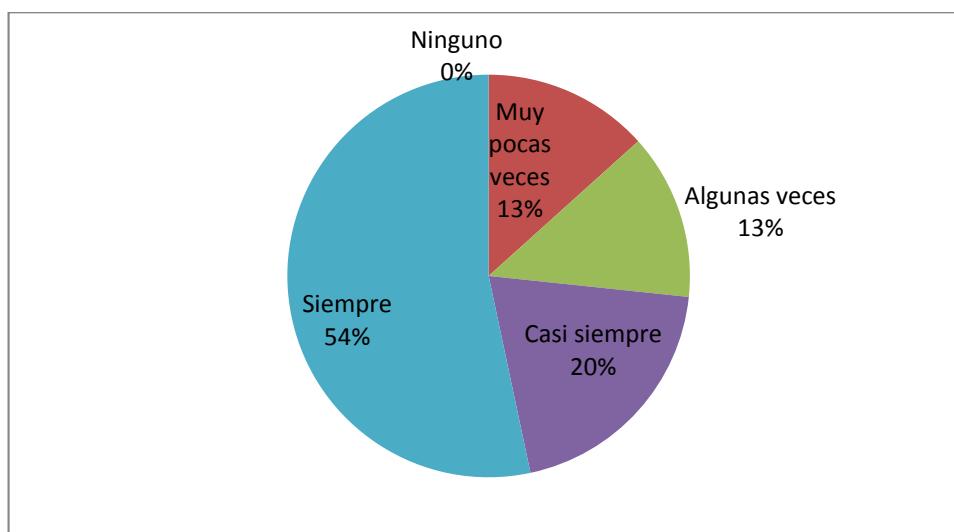


Figura 9: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 9 ¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos?

Interpretación:

Referente a la tabla 9 denominado “Política de calidad” se pudo observar que el 54% de propietarios encuestados considera que siempre ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos, mientras que el 20% indica que casi siempre ha cambiado la política de calidad, mientras que el 20% indica que algunas

veces ha cambiado la política de calidad, y el 13% indica que muy pocas veces ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos.

Tabla 10

¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	1	7%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	4	27%
Siempre	8	53%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

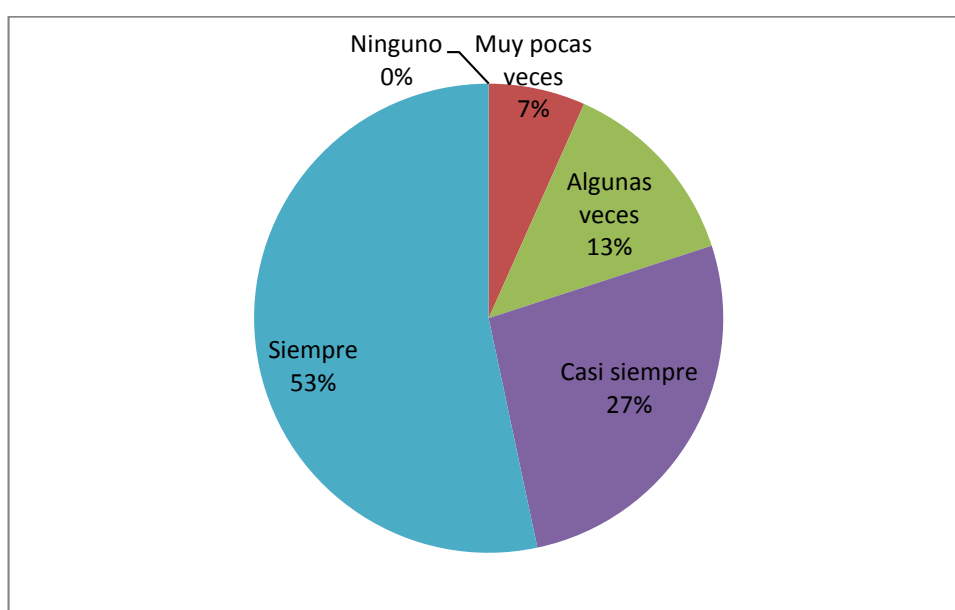


Figura 10: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 10 ¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?

Interpretación:

Referente a la tabla 10 denominado “Metas” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que siempre se basa en los metas para cumplir con sus objetivos, mientras que el 27% indica que casi siempre se basa en los metas, mientras que el 13% indica que algunas veces se basa en los metas, mientras que el 7% indica que muy pocas veces se basa en los metas para cumplir con sus objetivos.

Tabla 11
¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	3	20%
Siempre	10	67%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

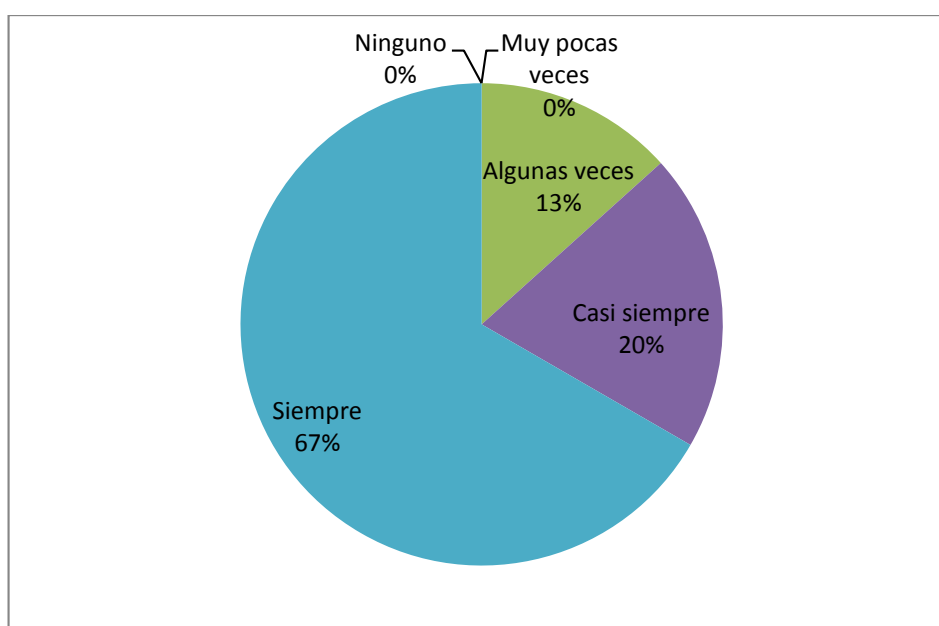


Figura 11: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 11 ¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa?

Interpretación:

Referente a la tabla 11 denominado “Ventas” se pudo observar que el 67% de propietarios encuestados considera que según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad siempre han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa, mientras que el 20% indica que los nuevos productos con los estándares de calidad casi siempre han obtenido resultados, y el 13% indica que

según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad algunas veces han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa.

Tabla 12
¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	2	13%
Muy pocas veces	4	27%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	3	20%
Siempre	4	27%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías
Elaboración: Investigador

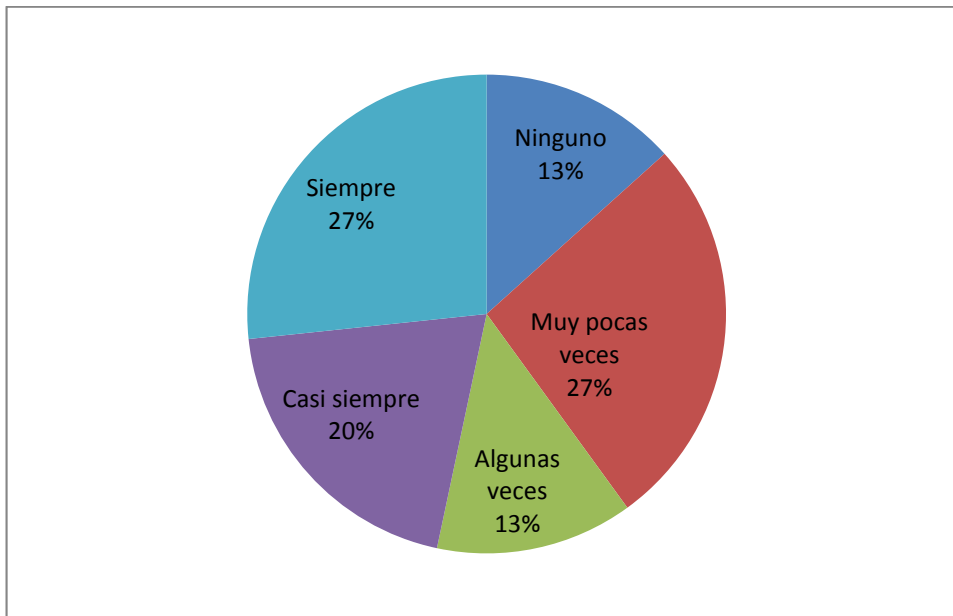


Figura 12: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 12 ¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?

Interpretación:

Referente a la tabla 12 denominado “Confianza” se puede observar que el 27% de propietarios encuestados considera que en su empresa siempre brinda la confianza en sus productos, mientras que el 27% indica que en su empresa muy pocas veces brinda la confianza en sus productos, mientras que el 20% indica que en su empresa casi siempre brinda la confianza en sus productos, mientras que el 13% indica que en su empresa algunas veces brinda la confianza en sus productos, y el 13% indica que en su empresa nunca brinda la confianza en sus productos.

Tabla 13
¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	1	7%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	4	27%
Siempre	7	46%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las Carpinterías

Elaboración: Investigador

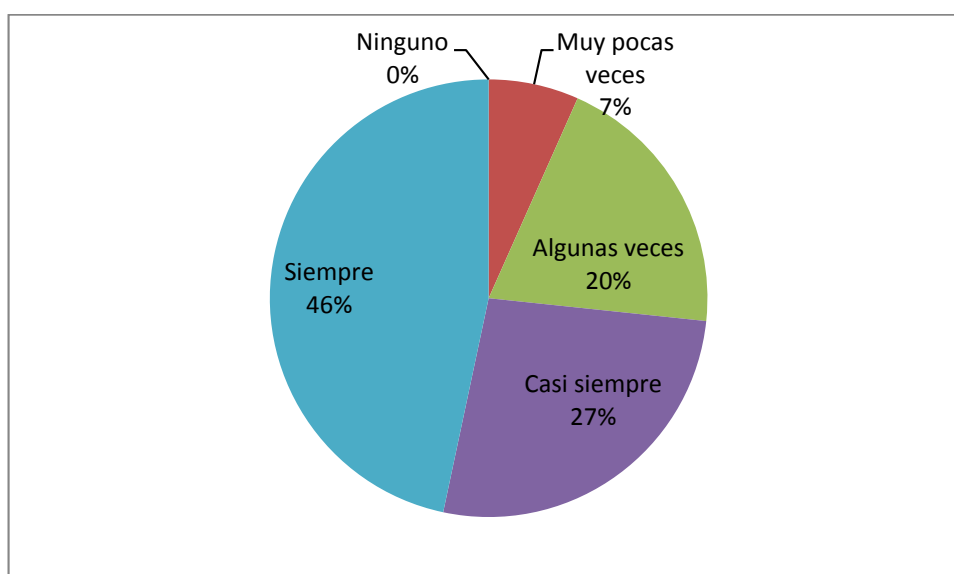


Figura 13: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 13 ¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?

Interpretación:

Referente a la tabla 13 denominado “Nuevas estrategias” se pudo observar que el 46% de propietarios encuestados considera que siempre ha implementado nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos, mientras que el 27% indica que casi siempre ha implementado nuevas estrategias, mientras que el 20% indica que algunas veces ha implementado nuevas estrategias, y el 7% considera que muy pocas veces ha implementado nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos.

VARIABLE: Competitividad

Tercer objetivo específico: Describir las ventajas de la competitividad en las MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana2018.

Tabla 14
¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas tecnológías y de información?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	3	20%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	5	34%
Siempre	3	20%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

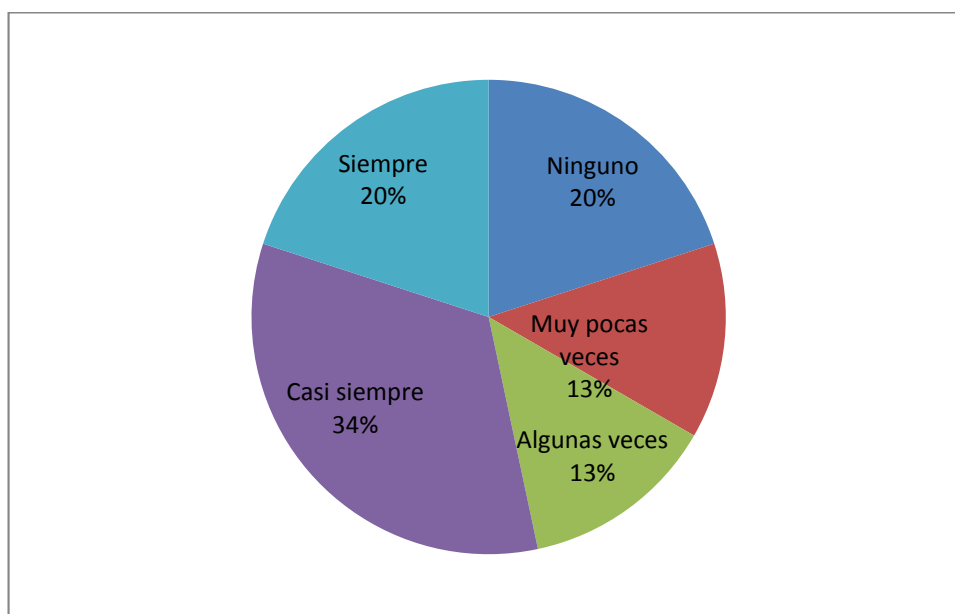


Figura 14: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 14 ¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas tecnológías y de información?

Interpretación:

Referente a la tabla 14 denominado “Nuevas herramientas” se pudo observar que el 34% de propietarios encuestados considera que su empresa casi siempre utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información, mientras que el 20% indica que su empresa siempre utiliza las nuevas herramientas, mientras que el 20% indica que su empresa nunca utiliza las nuevas herramientas, mientras que el 13% indica que su empresa algunas veces utiliza las nuevas herramientas, y el 13% indica que su empresa muy pocas veces utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información.

Tabla 15

¿Considera Ud., que la empresa es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	3	20%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	4	27%
Siempre	5	33%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

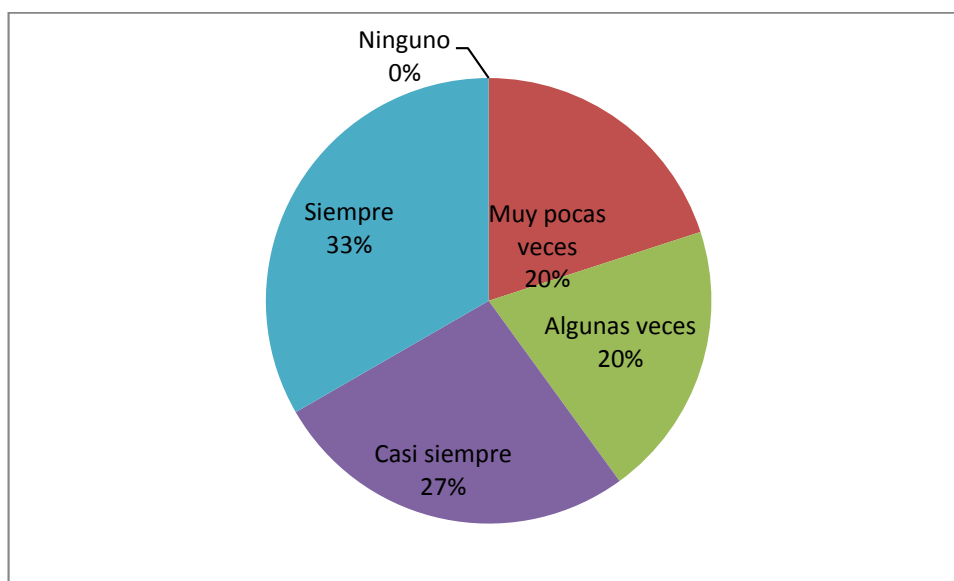


Figura 15: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 15 ¿Considera Ud., que la empresa es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología?

Interpretación:

Referente a la tabla 15 denominado “Competitividad” se pudo observar que el 33% de propietarios encuestados considera que la empresa siempre es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología, mientras que el 27% indica que la empresa casi siempre es competitividad, mientras que el 20% indica que la empresa algunas veces es competitividad, y el 20% indica que la empresa muy pocas veces es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología.

Tabla 16
¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	3	20%
Siempre	7	47%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías
Elaboración: Investigador

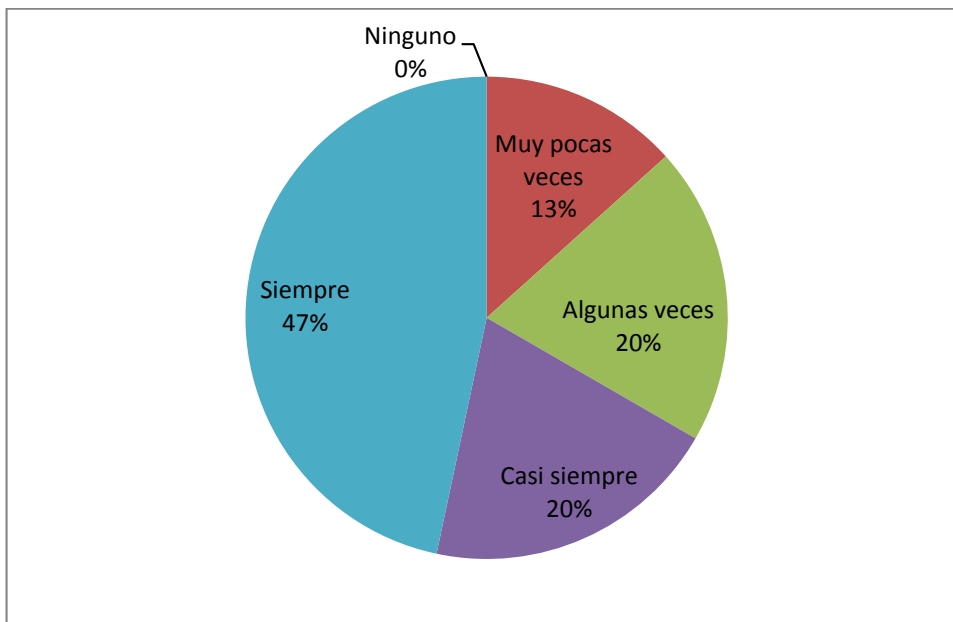


Figura 16: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 16 ¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?

Interpretación:

Referente a la tabla 16 denominado “Implementar” se pudo observar que el 47% de propietarios encuestados considera que siempre estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo, mientras que el 20% indica que casi siempre estaría de acuerdo implementar, mientras que el 20% indica que algunas veces estaría de acuerdo implementar, y el 13% indica que muy pocas veces estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo.

Cuarto objetivo específico: Describir las etapas de la competitividad en la MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería metálica en la ciudad de Sullana año 2018.

Tabla 17
¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	3	20%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	4	27%
Siempre	3	20%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías
Elaboración: Investigador

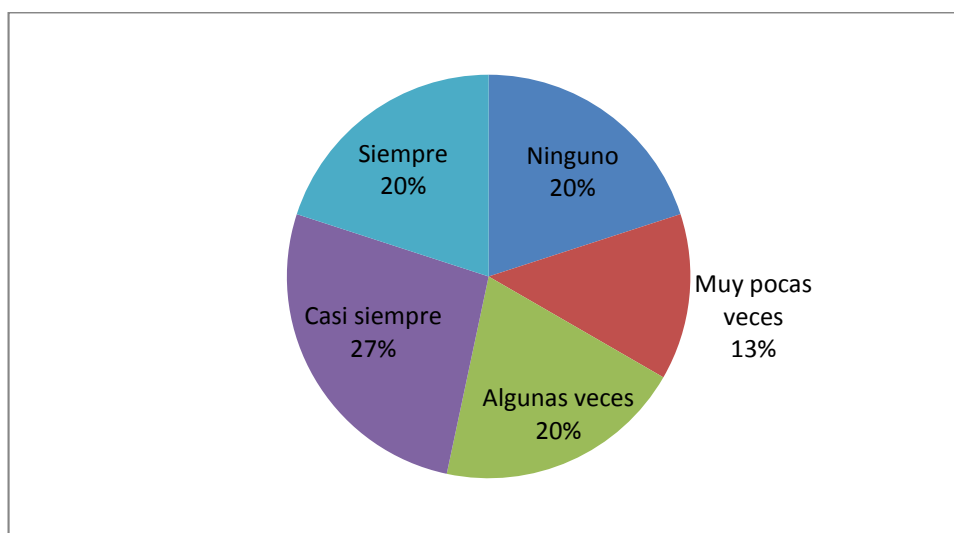


Figura 17: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 17 ¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?

Interpretación:

Referente a la tabla 17 denominado “Comunicación fluida” se pudo observar que el 27% de propietarios encuestados considera que casi siempre existe una comunicación fluida con sus trabajadores, mientras que el 20% indica que siempre existe una comunicación, mientras que el 20% indica que algunas veces existe una

comunicación, mientras que el 20% indica que nunca existe una comunicación, y el 13% indica que muy pocas veces existe una comunicación fluida con sus trabajadores.

Tabla 18
¿Según los nuevos productos son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	1	7%
Algunas veces	2	13%
Casi siempre	4	27%
Siempre	8	53%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

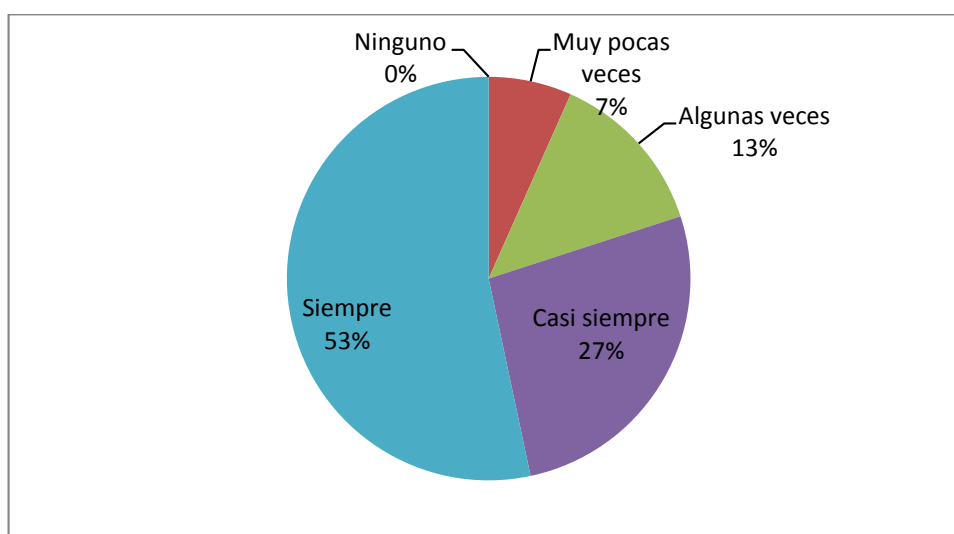


Figura 18: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 18 ¿Según los nuevos productos son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia?

Interpretación:

Referente a la tabla 18 denominado “Nuevos productos” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que según los nuevos productos siempre son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia, mientras que el 27% indica que según los nuevos productos casi siempre son aceptables, mientras que el 13% indica que según los nuevos productos algunas veces son aceptables, y el 7% indica que según los nuevos productos muy pocas veces son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia.

Tabla 19
¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	2	13%
Muy pocas veces	2	13%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	4	27%
Siempre	4	27%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

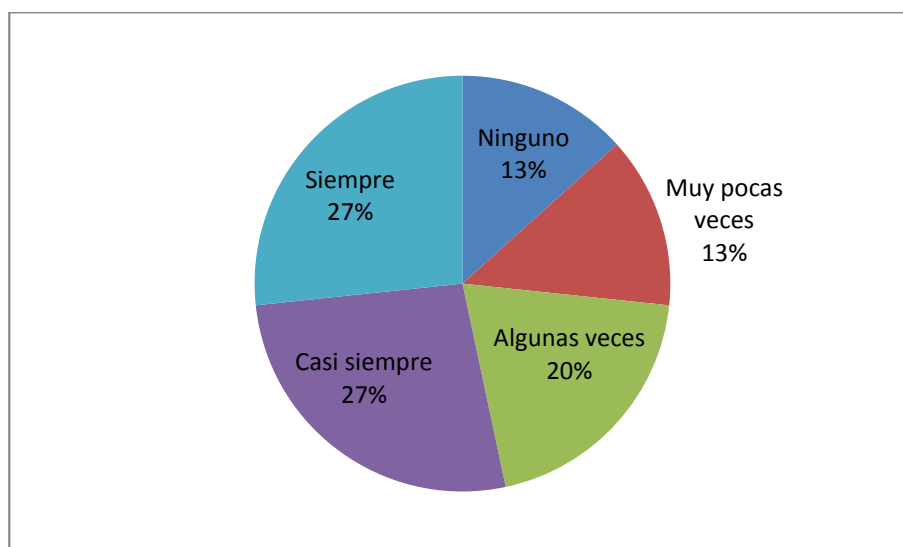


Figura 19: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 19 ¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?

Interpretación:

Referente a la tabla 19 denominado “Nuevas tecnologías” se pudo observar que el 27% de propietarios encuestados considera que con las nuevas tecnologías siempre ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos, mientras que el 27% indica que con las nuevas tecnologías casi siempre ha logrado disminuir, mientras que el 20% indica que con las nuevas tecnologías algunas veces ha logrado disminuir, mientras que el 20% indica que con las nuevas tecnologías muy pocas veces ha logrado disminuir, y el 13% indica que con las nuevas tecnologías nunca ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos.

Tabla 20

¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?

Categoría	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Muy pocas veces	1	7%
Algunas veces	3	20%
Casi siempre	4	27%
Siempre	7	46%
Total	15	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios de las carpinterías

Elaboración: Investigador

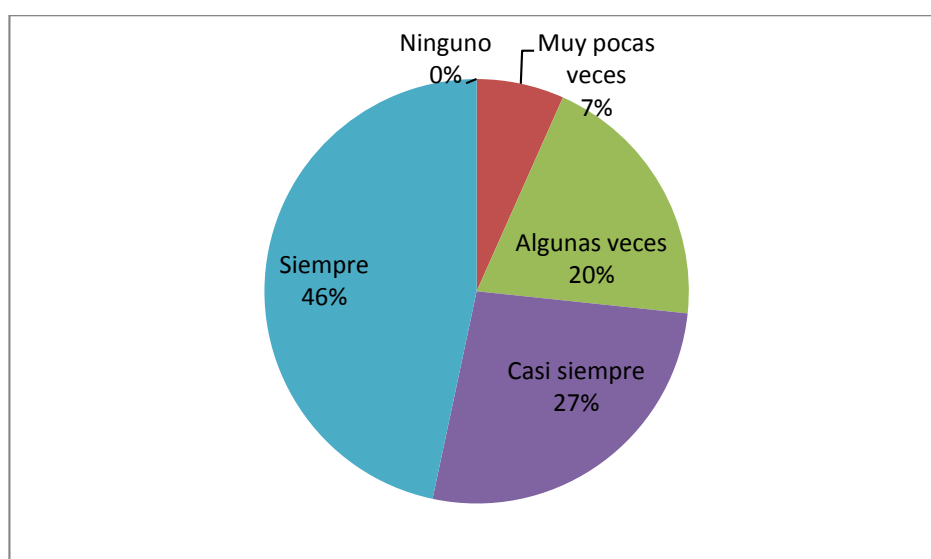


Figura 20: Diagrama circular que muestra los resultados de la pregunta 20 ¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?

Interpretación:

Referente a la tabla 20 denominado “Actitudes negativas” se pudo observar que el 46% de propietarios encuestados considera que siempre ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años, mientras que el 27% indica que casi siempre ha cambiado las actitudes negativas del personal, mientras que el 20% indica que algunas veces ha cambiado las actitudes negativas del personal, y el 7% indica que muy pocas veces ha

cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años.

5.2. Análisis de Resultados

VARIABLE: Gestión de Calidad

Primer objetivo específico: Describir los principios de gestión de calidad en las MYPE del sector comercio rubro carpintería metálica en el distrito de Sullana año 2018.

Referente a la tabla 1 denominado “Cumple” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que casi siempre cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos, esto concuerda con Martínez (2014) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad y formalización de las Mype del sector comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013”; en lo cual hubo mayoría que respondió que la empresa SI cumple con los estándares de calidad que requiere el producto en lo cual satisface las necesidades del cliente, por otro lado esta Tissieris (2013) quien concluyo que depende de sus clientes y por lo tanto debe identificar sus necesidades actuales y futuras, cumplir sus requisitos y esforzarse en superar sus expectativas.

Referente a la tabla 2 denominado “Líder” se pudo observar que el 47% de propietarios encuestados considera que su equipo de trabajo siempre lo considera un líder, esto concuerda con Martínez (2014) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad y formalización de las Mype del sector comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013”; que el 75% de los empresarios utiliza mediciones de desempeño de los procesos de calidad, se encontró que el nivel de liderazgo con 75% por parte de los empresarios es muy loable para éxito empresarial; por otro lado está Tissieris (2013), quien concluyo que los líderes establecen la unidad de objetivos y la orientación, de forma que el personal puede involucras en el logro de los objetivos de la organización.

Referente a la tabla 3 denominado “Participación de sus empleados” se pudo observar que el 40% de propietarios encuestados considera que en su organización siempre existe la participación de sus empleados, esto concuerda con Castillo (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la capacitación y gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio - rubro talleres de metal mecánica del distrito de Sullana, año 2016”; que el 100% considera que todo el personal debe involucrarse en el proceso de gestión de calidad, el 90% si considera importante, el 90% si considera importante, por otro lado esta Tissieris (2013) quien llego a concluir que el personal, los niveles, la esencia de una organización y compromiso, se utiliza en beneficio de la organización.

Referente a la tabla 4 denominado “Gestión de procesos” se pudo observar que el 40% de propietarios encuestados considera que en su empresa siempre está basada

en la gestión de procesos de sus productos, esto concuerda con Beltran (2014) en su tesis de investigación titulada “Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014”; el cual sus resultados arrojaron que si tienen una buena gestión a momento de producir el pan éste será mucho mejor para los clientes ocasionando que tengan mayor demanda al momento de vender sus productos, por otro lado esta Tissieris (2013) quien llego a concluir que se alcanza más eficientemente mediante la gestión por procesos.

Referente a la tabla 5 denominado “Sistemas de calidad” se pudo observar que el 34% de propietarios encuestados considera que en su empresa siempre está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización, esto no concuerda con Septimo (2016) en su tesis de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de muebles de madera (mueblerías) del distrito de Huaraz, 2015”; en su totalidad manifestó estar en desacuerdo con evaluar las alternativas de solución para los errores que se cometen esto ocasiona que la calidad de producción no sea buena al momento de salir al mercado generando pocas ganancias, asimismo tenemos a Tissieris (2013) quien llego a concluir identificar, entender y gestionar los procesos, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización.

Referente a la tabla 6 denominado “Mejoras continuas” se puede observar que el 40% de propietarios encuestados considera que siempre realiza mejoras continuas

en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores, esto concuerda con Beltran (2014) en su tesis de investigación titulada “Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014”; los representantes que utilizaron sistemas para mejorar la calidad de los productos y servicios la mayoría se inclinó en prácticas la mejora continua en su organización, asimismo tenemos a Tissieris (2013) quien llegó a concluir en todas las áreas de la organización debe ser un objetivo permanente.

Referente a la tabla 7 denominado “Decisiones radicales” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que en su labor de líder siempre toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización, esto concuerda con Martinez (2014) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad y formalización de las Mype del sector comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013”; él llegó a la conclusión que los líderes que ejemplifican un dominio de las capacidades de liderazgo sobre el negocio están mejor preparados para entender y articular la estrategia de la empresa, y pueden tomar mejores decisiones de negocio, por otro lado está Tissieris (2013) quien manifiesta que se van en el análisis de los datos y la información.

Referente a la tabla 8 denominado “Proveedores” se pudo observar que el 27% de propietarios encuestados considera que según a su criterio los proveedores siempre cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos, esto concuerda con Hernández (2015) en su trabajo de investigación denominada “Gestión de calidad,

marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014”; no se lleva una correcta gestión de proveedores y de insumos ya que a pesar de que se manifiesta que ellos exigen calidad y precio, hemos tenido la oportunidad de estar presente en muchas entregas de productos y la manipulación de los mismos por parte de los proveedores esta apartada de ser una manipulación de calidad, inclusive muchas veces a vista de los consumidores., por otro lado está Tissieris (2013) quien manifiesta pueden crear valor incrementado mutuamente beneficiosas.

Segundo objetivo específico: Identificar las ventajas de la gestión de calidad en las MYPE del sector comercio - rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana 2018.

Referente a la tabla 9 denominado “Política de calidad” se pudo observar que el 54% de propietarios encuestados considera que siempre ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos, esto concuerda con Martinez (2014) en su trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad y formalización de las Mype del sector comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013”; él indica que a través de la formalización el empresario puede acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que le permite insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas que forman parte de los diferentes eslabones de las cadenas productivas, además coincide con Correa (2014) que menciona mejora del desempeño, coordinación y productividad.

Referente a la tabla 10 denominado “Metas” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que siempre se basa en los metas para cumplir con sus objetivos, esto no concuerda con Septimo (2016) en su tesis de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de muebles de madera (mueblerías) del distrito de Huaraz, 2015”; no se planifica al no establecer los objetivos de la organización, existiendo duplicidad de funciones, no existe un encargado de verificar los resultados anteriores y los actuales, así como la falta de implementación constante de procesos de mejora continua, además coincide con Correa (2014) que menciona focalización en los objetivos de su negocio y las expectativas de sus clientes.

Referente a la tabla 11 denominado “Ventas” se pudo observar que el 67% de propietarios encuestados considera que según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad siempre han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa, esto concuerda con Saba (2018) en su trabajo de investigación realizada sobre “Caracterización gestión de calidad y capacitación en las MYPE comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018”; el 100% si hacen mantenimiento a las maquinas, el 100% si cuenta con un sistema de seguridad, el 100% si se adapta a las tendencias, el 100% si creen que los gerentes utilizan la información y datos de los clientes de manera continúa, además coincide con Correa (2004) quien definió que logro y mantenimiento de la calidad de su producto para satisfacer las necesidades implícitas y explícitas de sus clientes.

Referente a la tabla 12 denominado “Confianza” se puede observar que el 27% de propietarios encuestados considera que en su empresa siempre brinda la confianza en sus productos, esto concuerda con Pérez (2017) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y confiabilidad de las MYPES sector turismo rubro hoteles del distrito de Zorritos - Tumbes, año 2017”, en el sector turismo del servicio hotelero de la ciudad de zorritos son: garantía, receptividad, confianza, compromiso, satisfacción, además coincide con Correa (2004) quien definió que confianza es que la calidad que se busca se está logrando y manteniendo

Referente a la tabla 13 denominado “Nuevas estrategias” se pudo observar que el 46% de propietarios encuestados considera que siempre ha implementado nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos, esto no concuerda con Suarez (2018) en su trabajo de investigación Denominado: “Caracterización del capital humano y la competitividad en las mype comerciales, rubro librerías de Piura centro, año 2018”; las estrategias genéricas que se desarrollan en las MYPE, se obtuvo como resultado respecto a liderazgo de costos considera que los precios son muy accesibles, así mismo la diferenciación con la competencia los descuentos que ofrecen hacen que los fidelicen y la segmentación ofrecen el servicio de delivery, promociones, descuentos y variedad de productos, por otro lado se tiene a Correa (2004) que menciona que posibilidad de adoptar estrategias de marketing, mostrando la calidad como factor diferenciador, de reconocimiento en el mercado y para la mejora de la imagen de la organización..

VARIABLE: Competitividad

Tercer objetivo específico: Describir las ventajas de la competitividad en las MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería Metálica en la ciudad de Sullana2018.

Referente a la tabla 14 denominado “Nuevas herramientas” se pudo observar que el 34% de propietarios encuestados considera que su empresa casi siempre utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información, esto concuerda con More (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización del liderazgo y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas elaboración y venta de chifles en el distrito de Sullana año 2017”; además la reducción de las reclamaciones, los plazos de entrega, por ende adquieren y mejoran las maquinarias, equipos y herramientas más eficientes para la empresa, además coincide con Palacios (2013) quien concluye que un equipo o maquinaria, que por su nivel de especialización tecnológica no pueda ser adquirido por algún competidor cercano en el corto o mediano plazo.

Referente a la tabla 15 denominado “Competitividad” se pudo observar que el 33% de propietarios encuestados considera que la empresa siempre es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología, esto concuerda con Navarrete (2013) en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la formalización y la competitividad de las mypes del sector industria - rubro

panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2010-2011”; el total de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen conocimiento del término competitividad, además manifiestan que son competitivas, en aspectos tales como la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente, además coincide con Palacios (2013) quien menciona Un sistema de información, que permita tomar decisiones rápidas y eficientes, y así estar un paso adelante de los competidores.

Referente a la tabla 16 denominado “Implementar” se pudo observar que el 47% de propietarios encuestados considera que siempre estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo, esto concuerda con Velásquez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016”; que tienen los clientes al adquirir combustible, tienen personal capacitado y con cualidades en atención al cliente, además poseen la infraestructura, el mantenimiento y la seguridad adecuada para las operaciones de las empresas, por otro lado se tiene a Palacios (2013) quien concluyo que un sistema de información, que permita tomar decisiones rápidas y eficientes, y así estar un paso adelante de los competidores.

Cuarto objetivo específico: Describir las etapas de la competitividad en la MYPE del sector comercio-rubro de Carpintería metálica en la ciudad de Sullana año 2018.

Referente a la tabla 17 denominado “Comunicación fluida” se pudo observar que el 27% de propietarios encuestados considera que casi siempre existe una comunicación fluida con sus trabajadores, esto concuerda con Velásquez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016”; indica que el 67% de clientes encuestados consideran que el personal de los grifos tiene habilidades y atributos al momento de atender, también coincide con Coello (2013) quien menciona que la empresa es altamente vulnerable a los cambios del medioambiente como funciona de manera autodefinida, actúa según las presiones del mercado o bien a capricho y estado de humor de sus dueños, la aplicación de los principios de competitividad es prácticamente nula y tiene poco control sobre su destino, reaccionando más bien por intuición a los cambios del medio ambiente y por ende se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

Referente a la tabla 18 denominado “Nuevos productos” se pudo observar que el 53% de propietarios encuestados considera que según los nuevos productos siempre son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia, con Nolasco (2014) en su tesis de investigación denominada “Caracterización de la formalización y la competitividad de las mypes sector producción rubro panaderías en el distrito de Chimbote período 2010 - 2011”; las MYPES son competitivas, pues aseguran tener un valor agregado que les permite tener un alto nivel de competitividad y esto se debe principalmente a la calidad de sus productos, de sus trabajadores y la calidad de atención al cliente, el 93% afirma que siendo competitiva le permitirá tener una mejor imagen ante sus clientes mientras que el

86% asegura que una MYPES competitiva obtendrá mayor rentabilidad, asimismo tenemos a Coello (2013) quien menciona que se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad contándose con los cimientos adecuados para hacer un buen papel ante los ojos del público consumidor y la competencia. Los principios de competitividad se aplican aceptablemente, y aunque no se dominan totalmente, es claro que para seguir compitiendo se requiere fortalecerlos, el equipo directivo se hace responsable del futuro de su organización y dirige su destino hacia donde visualiza lo que mejor le conviene, representando esto una gran ventaja para la empresa.

Referente a la tabla 19 denominado “Nuevas tecnologías” se pudo observar que el 27% de propietarios encuestados considera que con las nuevas tecnologías siempre ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos, esto concuerda con Vásquez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Caracterización de la calidad de servicio y competitividad en las MYPE rubro hospedaje de San José de Sisa, provincia el Dorado, San Martín, año 2017”; que los hospedajes tienen reconocimiento que cuentan con los recursos necesarios para la atención que el personal está capacitado e innovan la tecnología, y también coincide con Coello (2013) quien menciona que la empresa comienza a ocupar posiciones de liderazgo y se caracteriza por el grado de innovación que mantiene dentro de su mercado. Domina los principios de competitividad, se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del medio ambiente. Aunque de manera equilibrada pone atención a los diez principios de competitividad, da mayor énfasis al de cultura organizacional para lograr homogeneizar el pensamiento, sentimiento y accionar de todo su personal.

Referente a la tabla 20 denominado “Actitudes negativas” se pudo observar que el 46% de propietarios encuestados considera que siempre ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años, esto concuerda con Suarez (2018) en su trabajo de investigación Denominado: “Caracterización del capital humano y la competitividad en las mype comerciales, rubro librerías de Piura centro, año 2018”; respecto a liderazgo de costos considera que los precios son muy accesibles, así mismo la diferenciación con la competencia los descuentos que ofrecen hacen que los fidelicen y la segmentación ofrecen el servicio de delivery, promociones, descuentos y variedad de productos, y también coincide con Coello (2013) quien menciona que la empresa que se encuentra en esta etapa es considerada como visionaria, por la generación de tecnología directiva a un ritmo acelerado, sirviendo de benchmarking al resto de la industria, pues ella es la que va generando los cambios y las demás se van adaptando a ellos. En esta etapa, la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores de las etapas anteriores, pues tratan de encontrarle debilidades y huecos en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones

Los principios de gestión de calidad que se describen en las MYPE del sector comercio rubro carpintería metálica son: Organización orientado a los clientes porque cumple con las necesidades y requisitos de los productos, decisiones basados en hechos porque el líder toma decisiones radicales basadas en hechos para el bienestar y buen funcionamiento, liderazgo ya que tiene liderazgo en la empresa, también existe participación del personal, orientación a los procesos porque está basada en la gestión de procesos de sus productos, y realiza mejoras continuas tanto en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores, orientación a la gestión de los sistemas de calidad ya que los productos contribuyen a la eficacia en la empresa, y finalmente relación con los proveedores porque cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos.

En cuanto a las ventajas de la gestión de calidad se identificó el mantenimiento porque los nuevos productos cuentan con los estándares de calidad, además dentro de la productividad han cambiado la política de calidad en la fabricación, y los objetivos son basados de acuerdo a las metas, por lo tanto las estrategias han sido implementados para incrementar las ventas de los productos y por ultimo confianza ya que venden productos de calidad.

En cuanto a las ventajas de la competitividad se describe con respecto al equipo de trabajo tuvieron la oportunidad de implementar nuevas artefactos de

metalurgia, maquinaria porque utilizan las nuevas herramientas tecnologías y de información, competencia ya que ha adquirido infraestructura y tecnología de punta.

Las etapas de la competitividad que se describen en las MYPE del sector comercio rubro carpintería metálica son etapa aceptable porque los nuevos productos en el mercado son mejores que la competencia, etapa superior ya que ha cambiado las actitudes negativas del personal por las normas establecidas en los últimos años, además es sobresaliente por las nuevas tecnologías que ha logrado disminuir en el tiempo de fabricación, y finalmente es incipiente ya que la comunicación es fluida entre el personal y los propietarios de las empresas.

Aspectos Complementarios

Propuesta de Mejora

Dificultad de la empresa

La empresa no cuenta con un sistema de control de calidad para la fabricación y producción de los productos.

Propuesta

Se implementará un sistema de control a cada una de las empresas para que así puedan verificar y controlar la fabricación de los productos para lograr la satisfacción de los clientes.

Dificultad de la empresa

La empresa no cuenta con una política de calidad para sus productos y desconoce las normas ISO.

Propuesta

Es capacitar a los trabajadores y al administrador sobre el tema de las normas ISO para que tengan un mayor conocimiento y a la vez ponerlo en la pared donde sea visible para los todos los trabajadores.

Dificultad de la empresa

La empresa no cuenta con una misión y visión pero tampoco no se ha fijado una meta y un propósito para su empresa.

Propuesta

Se reunirá a todo el equipo de trabajo para que deán sus apreciaciones en el momento de la creación y formación de la misión y visión pedirles su opinión de sus metas y objetivos que quiere lograr con la empresa.

Dificultad de la empresa

La empresa no cuenta con equipos modernos para el proceso de producción de la Materia prima sino que cuenta con máquinas antiguas y defectuosas.

Propuesta

Se hablara con el empresario referente a que adquieran nuevas maquinarias para su empresa con estas nueva tecnología puede estar a la vanguardia con la competencia y que su proceso de fabricación sea más rápido.

Dificultad de la empresa

Los propietarios no entrega la mercadería a tiempo debido a que tiene poco personal trabajando para ello es por ese motivo que los clientes se van a la competencia.

Propuesta

Entablar una conversación con los propietarios de dichas empresas para hacerle de su conocimiento que tiene realizar la distribución de las mercaderías a tiempo ponerse una meta y hacer un cronograma de las entregas con la fecha y hora indicada y la vez que realicen una buena distribución de las tareas de los empleados para que todos trabajen en cada proceso de fabricación del producto.

Referencias Bibliográficas

Alburqueque, N. (2014). *“Caracterización de la competitividad y la capacitación en las MYPES del sector comercial, rubro de textiles de la ciudad de Sullana. Año 2014”*. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana.

- Andina, (2018). *Se duplica número de empresas que invierten en investigación y desarrollo tecnológico*. Agencia Peruana de Noticias.
- Arocena, R. and Caetano, G. (2011). *la agenda del futuro*. Montevideo, Uruguay: Debate.
- Abril Sánchez, C., Enríquez Palomino, A. and Sánchez Rivero, J. (2012). . Madrid: Fundación Confemetal.
- Alvarez, L. (2012). *progress in pattern recognition, image analysis, computer vision, and applications*. Berlin: Springer.
- Berumen, S. (2011). *el pensamiento económico en la construcción de un mundo global*. Editorial Acad Mica Espa.
- Barberisco, (2001). *los créditos de las cajas municipales y el desarrollo empresarial de las mype del sector metalmeccánica en el distrito de independencia. Período 2007 – 2001*. Piura.. Licenciatura. Universidad los Ángeles de Chimbote.
- Busom Piquer, I. (n.d.). *impacto empresas*.
- Casaverde, (2013). *Caracterización del financiamiento y la formalización de las mypes en el sector textil del distrito de comas, año 2012*. Lima... Licenciatura. Universidad los Ángeles de Chimbote.
- Castillo, S. (2017). *“Caracterización de la capacitación y gestión de la calidad de las MYPE del sector servicio - rubro talleres de metal mecánica del distrito*

- de Sullana, año 2016*". Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana.
- CelyMartinez, J. and Pérez Villa, P. (2008). La cooperativa de trabajo asociado. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Companys Pascual, R., Corominas Subias, A. and Bautista Valhondo, J. (1997). Dirección de la producción I. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- CONCYTEC, (2015). *Propuesta para impulsar la ciencia, la tecnología, y la innovación tecnológica en el Perú*. Ley 28303 Marco del CONCYTEC
- Corominas Subias, A. (2009). *odel temps de treball, competitivitat i qualitatde vida*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Cruz Córdova, (2013). Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes del sector servicio rubro restaurant del centro de Trujillo. Periodo 2012. Trujillo. Licenciatura. Universidad los Ángeles de Chimbote
- DiazTipan, (2011). Días tipán, m. M. (2011). Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (citrus aurantium) y su relación con la economía del cantón la maná y su zona de influencia, año 2011. Ecuador...Licenciatura.ULADECH.
- Deming, W. (2013).The essential Deming. New York: McGraw-Hill.
- Domínguez, V. (2017). *“Caracterización del financiamiento y competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande-Piura, año 2017”*. Tesis para optar el título Profesional de

Licenciado en Administración. Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote, Piura.

FARFAN SANCHEZ, (2014). Gestión de la calidad de las mype del sector servicio
– rubro pilado de arroz de la provincia Sullana. Año 2014. Piura...
LICENCIATURA. UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE.

GALVEZ RUIZ, (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación, la
competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del
sector pesquero- rubro piscigranjas de paco y gamitana, del distrito de
callejón- periodo 2009-2010. LICENCIATURA. UNIVERSIDAD LOS
ANGELES DE CHIMBOTE.

Galindo Martín, M. and Ribeiro, D. (2012).women's entrepreneurship and
economics. New York, NY: SpringerScience+Business Media, LLC.

Giráldez Puig, M., Martín López, M. and Ruiz Jiménez, A. (2008). Mecanismos de
control en el sector hotelero andaluz. Sevilla: Consejería de Turismo,
Comercio y Deportes.

Gitman, L. and Joehnk, M. (2005).personal financial planning. Mason, Ohio:
Thomson/South-Western.

Heskett, J., Sasser, W. and Schlesinger, L. (2003).the value profit chain. New York:
Free

INEI, (2016). *Consumo final público y privado contribuyeron con el crecimiento
del Producto Bruto Interno del segundo trimestre de 2016*. Informe del
INEI

INEI, (2017). *Demanda interna impulsó crecimiento del Producto Bruto Interno en 2,2% durante el cuarto trimestre 2017*. Informe del INEI

IPARRAGUIRRE LEYVA, (2014). Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro librería, del mercado espinar, distrito de Chimbote, 2013. . Chimbote. LICENCIATURA. UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE.

Jackeline, v. (2013). Gestión de calidad y rentabilidad de las MYPE comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012. Sullana. Licenciado y Universidad los Ángeles de Chimbote.

Jansa Ribera, J. (1971). Como presupuestar una obra; costes, rentabilidad

Planificación, certificaciones, organización. Barcelona [España]: Editores Técnicos Asociados.

Joehnk, M., Billingsley, R. and Gitman, L. (2011). *planning your personal finances*. Australia: South-Western Cengage Learning.

Klaus, h. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Barcelona.

Kotter, J. and Whitehead, L. (2010). *Buy-in*. Boston, Mass.: Harvard Business Review

Koechlin, F. (2015). *Tres casos de inversionistas en la selva: madera, cacao y reforestación*. Diario Gestión en línea.

LEQUERNAQUE PINEDO, (2013). Caracterización de la capacitación y competitividad de las mype comerciales rubro abarrotes - Piura, año 2013. Piura. LICENCIATURA. UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE.

Lía, A. (2012). *Exportaciones de madera a México crecen 13% en primer trimestre*. Recuperado el 28 de agosto de 2018 en: <https://gestion.pe/economia/exportaciones-madera-mexico-crecen-13-primer-trimestre-10699>

López Lubián, F. and Hurtado Coll, R. (2008). Inversiones alternativas. Madrid: Walters Klubers España.

López Mielgo, N., Montes Peón, J. and Vázquez Ordás, C. (200). Como gestionar la innovación en las pymes. La Coruña, España: Netbiblo.

Luisa, a. P. (2013). Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boticas de Trujillo, 2013. Licenciatura. Universidad los Ángeles de Chimbote.

Macas Saritama, (2010). Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejora.

MANRIQUE VASQUEZ, (2015). Características de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas rubro piladoras de arroz de la provincia de Lambayeque, 2015. Chiclayo. LICENCIATURA. UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE.

MARIMON LLORCA, (2006). Biblioteca de recursos electrónicos de humanidades.

MARTINEZ NAVARRO, (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial-rubro compra- venta de café del distrito del cercado de la provincia de satipo de la región Junín, periodo 2009- 2010. . Satipo. LICENCIATURA. UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE.

Martinez, D. (2013). Ethosinsurgent. Publishamerica.

MEDINA RAMIREZ, (2014). Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la clínica Sánchez Ferrer en el periodo 2009-2013. Trujillo. LICENCIATURA. ULADECH.

Miranda González, F., Chamorro Mera, A. and Rubio Lacoba, S. (200). o. Las Rozas (Madrid): Delta.

Montufar Abad, (2015). Caracterización de la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- talleres de mecánica automotriz del distrito Sullana, 2014. Sullana. LICENCIATURA. ULADECH.

More, E. (2017). *“Caracterización del liderazgo y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas elaboración y venta de chifles en el distrito de Sullana año 2017”*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana.

Moore Torres, (2015). Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura - Rubro fabricación de partes y piezas (carpintería) del distrito del san Luis, 2015. Huaraz. LICENCIATURA. ULADECH.

Moscoso, J. (2017). *La industria de la madera ve con esperanza el plan de reconstrucción del país*. Diario La República en línea.

Navarro Arancegui, M. (2007). Bilbao: Universidad de Deusto.

Nevado Pe a, D. (200).-productividad. Madrid: Especial Directivos.

Nolasco, M. (2014), *“Caracterización de la formalización y la competitividad de las mypes sector producción rubro panaderías en el distrito de Chimbote período 2010 - 2011”*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración. Universidad los Ángeles de Chimbote, Chimbote.

Palacios Coronado, (2014). Formalización y competitividad en las mype servicio – rubro talleres de mecánica (Piura), año 2014. Piura... LICENCIATURA. ULADECH. Palacios

Palacios Plaza,J.(2008).to,LaCorua:Netbiblo.

Pavón, J., Duque-Méndez, N. and Fuentes-

Pérez, M. (2017). *“Caracterización de la gestión de calidad y confiabilidad de las MYPES sector turismo rubro hoteles del distrito de Zorritos - Tumbes, año 2017”*. Tesis para obtener el título licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura.

- Fernández, R. (2012). *advances in artificial intelligence--IBERAMIA 2012*. Heidelberg: Springer.
- Ortega, A. (2018). *Produce: Tasas de interés para MIPYMES bajará a la mitad con garantía estatal*. Diario Gestión en línea.
- Palacios, R. (2016). *Más de 283 mil personas laboran en pequeñas y microempresas en Piura*. Diario La República en Línea.
- Pérez-Carballo Veiga, J. (2010). *-financiero de la empresa*. Madrid:ESIC.
- Perales, F. (2003). *pattern recognition and image analysis*. New York: Springer.
- Perego, L. (2011). *competitividad, empleo y desarrollo a partir de clustersproductivos*. Editorial Acad Mica Espa.
- PicazoTadeo, A., Estruch, V. and ReigMartínez, E. (200). *assessing profitability in rice cultivation using the policy analysis matrix and profit-efficient data*. [Madrid]: Instituto de EstudiosFiscales.
- Rask, M., Worthington, R. and Lammi, M. (2012). *citizen participation in global environmental governance*. London: Earthscan.
- Ramirez Gongora, (2011). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micros y pequeñas empresas sector comercio rubro mueblería del distrito de Manantay-periodo 2009 – 2010*. Pucallpa... LICENCIATURA. ULADECH.

- Rojas, J. (2017). *“Caracterización de la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro centros recreacionales en el distrito de Sullana año 2017”*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana.
- Rosillo, (2014). Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad de las mypes comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de Sullana región piuro 2014”. Sullana.LICENCIATURA. ULADECH.
- Saba, K. (2018). *“Caracterización gestión de calidad y capacitación en las MYPE comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018”*. Tesis para obtener el título licenciado en Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura.
- Salazar, (2005). Análisis de rentabilidad financiera del programa c.a.f.epractices de starbucks en diferentes tipologías de productores cafeteros de altura en costa rica.
- Slywotzky, A. (2002). *the art of profitability*. New York, NY: Warner Business Books.
- SobrevillaPerea, N. and Eastman, S. (2015). *the rise of constitutional government in the Iberian Atlantic world*. Tuscaloosa: TheUniversity of Alabama Press.
- Suarez, M. (2018). *“Caracterización del capital humano y la competitividad en las mype comerciales, rubro librerías de Piura centro, año 2018”*. Tesis para optar el Título de Licenciada en Administración de Empresas. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura.

Tissieres Carrasco, (2013). Gestión de calidad y la incidencia en el crecimiento de la producción de las mypes agroexportadoras rubro de banano orgánico de la provincia de Sullana-2011”.Perú. LICENCIATURA.ULADECH.

Toro Jaramillo, (2006). Método y conocimiento "metodología de la investigación".Medellín.

Udaondo Durán, M.(1992).g. Madrid: Ediciones Díaz deSantos.

Vaez Alvarado, (2015). Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura - rubro fabricación de partes y piezas (carpintería) del distrito del san Luis, 2015. Huaraz...LICENCIATURA.ULADECH.

Urranaga, J. (2012). *Perú exporta madera en peligro de extinción pese a TLC con EE.UU.* Diario Gestión en línea.

Vásquez, L. (2016). *El camino hacia proyectos de inversión sostenibles: Balance de la evaluación de impacto ambiental en el Perú.* El Informe de Adjuntía N° 006-2016-DP/AMASPPI

Vegas, (2012). “Piura (Perú)”.

Velásquez, N. (2017). *Informe sobre el contexto socioeconómico de Perú.* Universidad Católica Sedes Sapientiae- UCSS Lima Perú

Velásquez, Y. (2017). “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016*”. Tesis para optar el título Profesional de Licenciada en Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana.

Vilchez, (2014). Caracterización de capacitación y competitividad en las mype rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013. Piura. LICENCIATURA. ULADECH.

Von, M. (2013). *Minagri: Sector forestal aportará hasta 8% del PBI en la próxima década*. Diario Gestión en Línea.

Vilela Mendoza, (2014). Caracterización de la competencia laboral y competitividad en las MYPE, rubro courier de Piura, año 2014. Piura... LICENCIATURA. ULADECH.

Zapata Oviedo, (2014). Capacitación y rentabilidad en las MYPE de sector servicio rubro funerarias de Sullana, año 2013. Sullana. LICENCIATURA. ULADECH.

Zúñiga, O. (2016). "*Características de la competitividad y la rentabilidad en las MYPE de servicio – rubro animación de eventos en Sullana-2016*". Tesis para optar el título Profesional de Licenciada en Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana.

ANEXOS

1. CUESTIONARIO



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

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PROPIETARIOS

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a esta MYPES del sector comercio- rubro Carpintería Metálicas. Como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de la MYPES del sector comercio- rubro Carpintería Metálicas, en la ciudad de Sullana, año2018.

Nº	PREGUNTA	NING UNO	MUY POCA S VECE S	ALG UNAS VECE S	CASI SIEM PRE	SIE MPR E
GESTIÓN DE CALIDAD						
1	¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?					
2	¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?					
3	¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?					
4	¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?					
5	¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?					

6	¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?						
7	¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización?						
8	¿Según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?						
9	¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos?						
10	¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?						
11	¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa?						
12	¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?						
13	¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?						
COMPETITIVIDAD							
14	¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información?						
15	¿Considera Ud., que la empresa es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología?						
16	¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?						
17	¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?						
18	¿Según los nuevos productos son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia?						
19	¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?						
20	¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?						

Muchas gracias por su colaboración.

Sullana, junio del 2018.

2. LIBRO DE CODIGO

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

Propietario	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	
1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	3	1	2
2	3	2	3	2	1	2	3	1	2	3	3	1	3	
3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	
4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	2	3	
5	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	
6	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	2	4	
7	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	
8	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	
9	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	
10	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	
11	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Porcentajes	1 = 0%	1 = 0%	1 = 0%	1 = 0%	1 = 13%	1 = 7%	1 = 0%	1 = 13%	1 = 0%	1 = 0%	1 = 0%	1 = 13%	1 = 0%	
	2 = 7%	2 = 13%	2 = 6%	2 = 13%	2 = 13%	2 = 13%	2 = 7%	2 = 13%	2 = 13%	2 = 7%	2 = 0%	2 = 27%	2 = 7%	
	3 = 13%	3 = 20%	3 = 27%	3 = 13%	3 = 20%	3 = 13%	3 = 13%	3 = 20%	3 = 13%	3 = 13%	3 = 13%	3 = 13%	3 = 20%	
	4 = 53%	4 = 20%	4 = 27%	4 = 34%	4 = 20%	4 = 20%	4 = 27%	4 = 27%	4 = 20%	4 = 27%	4 = 20%	4 = 20%	4 = 27%	
	5 = 27%	5 = 47%	5 = 40%	5 = 40%	5 = 34%	5 = 40%	5 = 53%	5 = 27%	5 = 54%	5 = 53%	5 = 67%	5 = 27%	5 = 46%	

VARIABLE: COMPETITIVIDAD

Ciente	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
1	1	2	2	1	2	1	2
2	1	2	2	1	3	1	3
3	1	2	3	1	3	2	3
4	2	3	3	2	4	2	3
5	2	3	3	2	4	3	4
6	3	3	4	3	4	3	4
7	3	4	4	3	4	3	4
8	4	4	4	3	5	4	4
9	4	4	5	4	5	4	5
10	4	4	5	4	5	4	5
11	4	5	5	4	5	4	5
12	4	5	5	4	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5
Porcentajes	1 = 20%	1 = 0%	1 = 0%	1 = 20%	1 = 0%	1 = 13%	1 = 0%
	2 = 13%	2 = 20%	2 = 13%	2 = 13%	2 = 7%	2 = 13%	2 = 7%
	3 = 13%	3 = 20%	3 = 13%	3 = 20%	3 = 13%	3 = 20%	3 = 20%
	4 = 34%	4 = 27%	4 = 20%	4 = 27%	4 = 27%	4 = 27%	4 = 27%
	5 = 20%	5 = 33%	5 = 47%	5 = 20%	5 = 53%	5 = 27%	5 = 46%

3. CUADRO DE RESUMEN

PR	Variable	Dimens iones	OE// INDICA DORES	Items	RESULTOS POR PORCENTAJES				
			Primer OE		NINGU NO	MUY POCAS VECES	ALGUN AS VECES	CASI SIEMPR E	SIEMPR E
1	Gestión de Calidad	Principios	Organización Orientado al Cliente	¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?	0%	7%	13%	53%	27%
2			Liderazgo	¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?	0%	13%	13%	20%	47%
3			Participación de personal	¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?	0%	6%	27%	27%	40%
4			Orientación a los procesos	¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?	0%	13%	13%	34%	40%
5			Orientación a la Gestión de Sistema	¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?	13%	13%	20%	20%	34%
6			Mejora Continua	¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?	7%	13%	13%	20%	40%
7			Decisiones Basada en Hechos	¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización?	0%	7%	13%	27%	53%
8			Relaciones con el Proveedor	¿Según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?	13%	13%	20%	27%	27%
					Segundo OE				
9		Ventajas	Productividad	¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación	0%	13%	13%	20%	54%

				de los productos?					
10			Objetivos	¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?	0%	7%	13%	27%	53%
11			Mantenimiento	¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa?	0%	0%	13%	20%	67%
12			Confianza	¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?	13%	27%	13%	20%	27%
13			Estrategias	¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?	0%	7%	20%	27%	46%
	Variable	Dimensiones	Indicadores	Items					
			Tercer OE						
14	Competitividad	Ventajas	Maquinaria	¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información?	20%	13%	13%	34%	20%
15			Competidores	¿Considera Ud., que la empresa es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología?	0%	20%	20%	27%	33%
16			Equipo	¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?	0%	13%	13%	20%	47%
			Cuarto OE						
17		Etapas	Incipiente	¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?	20%	13%	20%	27%	20%
18			Aceptable	¿Según los nuevos productos son aceptables	0%	7%	13%	20%	57%

			en el mercado y son mejores que la competencia?					
19		Sobresaliente	¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?	13%	13%	20%	27%	27%
20		Superior	¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?	0%	7%	20%	27%	46%

4. TURNITIN

Nombre	Título	Porcentaje	Estado	Fecha	ID	Fecha de entrega
Anthony Abel Gonzale...	INTRODUCCION	4%	Completado	--	1090466342	09-mar.-2019
Katy Yuvissa Olaya M...	Introduccion	4%	Completado	--	1091395710	11-mar.-2019
Gaby Deysy Tocto Cru...	Introduccion	4%	Completado	--	1092105396	12-mar.-2019
Juan Miguel Valladar...	INTRODUCCIÓN	4%	Completado	--	1093719296	15-mar.-2019
Wendy Milady Zurita ...	INTRODUCCION	4%	Completado	--	1093333501	14-mar.-2019
Jonathan Paul Pulach...	INTRODUCCION	7%	Completado	--	1093331746	14-mar.-2019
Emerita Surita Herre...	Introduccion	7%	Completado	--	1091395304	11-mar.-2019
Pierina Alexandra Sá...	Introduccion	8%	Completado	--	1091417581	11-mar.-2019
Rolando Quino De Los...	INTRODUCCION	9%	Completado	--	1093332269	14-mar.-2019
Danitza Rubid Zapata...	INTRODUCCIÓN	9%	Completado	--	1094114199	15-mar.-2019
Patricia Maleidy Zap...	INTRODUCCIÓN	9%	Completado	--	1094009618	15-mar.-2019
Carmen Rosa Barba Me...	Introduccion	12%	Completado	--	1091394204	11-mar.-2019
Sidnir Martin Panta ...	INTRODUCCION	13%	Completado	--	1093333206	14-mar.-2019

5. CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: Carlos David Ramos Rosas

PROFESIÓN: Lic. Administración de Empresas

DNI: 03694324

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo "Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad del sector comercio-rubro Carpintería Metálicas en la ciudad de Sullana, año 2018", presentado por el estudiante universitario Juan Miguel Valladares Prieto, cursante del taller de Titulación de Administración.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que los instrumentos de recolección de datos son válidos para su aplicación.



Firma y Sello

ING. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas.
DOCENTE TUTOR ULADECH,
CLAD 03509.

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO

Yo: Carlos David Ramos Rosas

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios del
 tesis: Bach. Juan Miguel Valladares Prieto

Orden	Variables	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la relación?		Es ambiguo/insuficiente		Se relaciona con el tema para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	Gestión de Calidad ¿Cree que su empresa cumple con las necesidades y requisitos que pide los clientes para los productos?	✓			✓		✓		✓
2	¿Considera usted que su equipo de trabajo lo considera un líder?	✓			✓		✓		✓
3	¿Considera usted que en su organización existe la participación de sus empleados?	✓			✓		✓		✓
4	¿Cree usted que en su empresa está basada en la gestión de procesos de sus productos?	✓			✓		✓		✓
5	¿Cree que en su empresa está orientada a la gestión de los sistemas de calidad de los productos para contribuir a la eficacia en su organización?	✓			✓		✓		✓
6	¿Usted realiza mejoras continuas en la infraestructura y condiciones laborales de sus trabajadores?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera usted que en su labor de líder toma decisiones radicales para el bienestar y buen funcionamiento de la organización?	✓			✓		✓		✓
8	¿Según a su criterio los proveedores cumplen en la fecha indicada la entrega de los productos?	✓			✓		✓		✓
9	¿Cree usted que ha cambiado la política de calidad en la fabricación de los productos?	✓			✓		✓		✓

10	¿Cree usted que se basa en los metas para cumplir con sus objetivos?	✓			✓		✓		✓	
11	¿Según las ventas de los nuevos productos con los estándares de calidad han obtenido resultados en el crecimiento de su empresa?	✓			✓		✓		✓	
12	¿Considera que en su empresa brinda la confianza en sus productos?	✓			✓		✓		✓	
13	¿Cree usted que implementando nuevas estrategias puede incrementar en las ventas de sus productos?	✓			✓		✓		✓	
Competitividad										
14	¿Considera usted que su empresa utiliza las nuevas herramientas tecnologías y de información?	✓			✓		✓		✓	
15	¿Considera Ud., que la empresa es competitividad con las demás organización en la infraestructura y en la tecnología?	✓			✓		✓		✓	
16	¿Usted estaría de acuerdo implementar en su empresa nuevas maquinarias y equipos de trabajo?	✓			✓		✓		✓	
17	¿Cree que existe una comunicación fluida con sus trabajadores?	✓			✓		✓		✓	
18	¿Según los nuevos productos son aceptables en el mercado y son mejores que la competencia?	✓			✓		✓		✓	
19	¿Cree usted que con las nuevas tecnologías ha logrado disminuir el tiempo de fabricación de sus productos?	✓			✓		✓		✓	
20	¿Cree usted que ha cambiado las actitudes negativas del personal con el liderazgo y las normas establecidas en los últimos años?	✓			✓		✓		✓	

6. VALIDACIÓN DEL ESTADÍSTICO

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”

DOCENTE: Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 15 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió la “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de la MYPE del sector comercio- rubro de carpintería metálica, ciudad de Sullana, año 2018, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”

DOCENTE: Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO

COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 15 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió la “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de la MYPE del sector comercio- rubro de carpintería metálica, ciudad de Sullana, año 2018, fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA MYPE DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO DE CARPINTERÍA METÁLICA, CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018

VARIABLE GESTION DE CALIDAD:

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
13	0.936

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	36,00	166,286	,976	,922
P02	36,00	248,571	-,984	,978
P03	36,00	187,286	,396	,941
P04	36,00	166,286	,976	,922
P05	36,00	166,286	,976	,922
P06	36,00	166,286	,976	,922
P07	36,00	166,286	,976	,922
P08	36,00	166,286	,976	,922
P09	36,00	166,286	,976	,922
P10	36,00	187,286	,396	,941
P11	36,00	166,286	,976	,922
P12	36,00	166,286	,976	,922
P13	36,00	166,286	,976	,922

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 93.6% de confiabilidad con respecto a 13 Preguntas (15 encuestados) de la Variable Gestión de Calidad.


 LIC IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE COMPETITIVIDAD:

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
6	0.887

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P14	15,00	31,286	,968	,822
P15	15,00	53,571	-,300	1,000
P16	15,00	31,286	,968	,822
P17	15,00	31,286	,968	,822
P18	15,00	31,286	,968	,822
P19	15,00	31,286	,968	,822

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 88.7% de confiabilidad con respecto a 6 Preguntas (15 encuestados) de la Variable Competitividad.


 LIC IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ