



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA COMPETITIVIDAD
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN
DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
FERRETERIA DE LA AV. VICTOR RAUL BENAVIDES
DEL DISTRITO DE PUEBLO NUEVO PROVINCIA DE
CHINCHA DEPARTAMENTO DE ICA, 2018**

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

AUTOR:

Bach. TIPISMANA NEYRA, RUTH EDITH

ID ORCID: 0000-0001-6858-7168

ASESOR:

MG. SIMON POMA ANCCASI

CHIMBOTE – PERÚ

2019

1. Título de la Tesis

Propuesta de Mejora en la Competitividad como Factor Relevante para la Gestión de la Calidad en la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Ferretería de la Av. Víctor Raúl Benavides del Distrito de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Departamento de Ica 2018.

2. Equipo de Trabajo

AUTOR:

Tipismana Neyra, Ruth Edith

ORCID: 0000-0001-6858-7168

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Estudiante Pregrado

Lima, Perú

ASESOR

Mgtr. Simón Poma Ancasi

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Lima, Perú

JURADOS

Dra. Carmen Rosa, Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Lic. Adm. Víctor Hugo, Espinosa Otaya

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Mgtr. Juan Pablo, Meza de los Santos

ORCID: 0000-0001-8852-1342

3. Hoja de firma de jurado y asesor

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Presidente

Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoya
Miembro

Mg. Juan Pablo Meza de los Santos
Miembro

Mg. Simón Poma Ancasi
Miembro

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por la oportunidad de Vida que me da, gracias a mis padres por Confiar en mí, gracias a mis hijas y a mi hijo Que conmigo paso malas noches Sacrificando sus sueños, ustedes son el pilar De mi motivación, gracias a mis hermanos en Especial a mi hermano Miguel por el Empuje A lograr uno de mis objetivos, Gracias a mis Mejores amigos: D, G2, C, L y J, a las Personas involucradas en llevarse a cabo mi Tesis.

DEDICATORIA

Mi trabajo de investigación está dedicado a
Cuatro personas muy especiales en mi vida:
A mi padre que aportó mucho en mi vida que
A pesar de la distancia estará gozoso de
Verme realizada como profesional y titulada,
A mi hermano Miguel que gracias a su
Motivación me condujo llevar a cabo este
Proyecto a realizar mi tesis a pesar de la crisis
Económica en la que estoy pasando, gracias a
Mis hijas por la tolerancia, comprensión y
Apoyo incondicional.

4. Resumen

El presente trabajo consiste en la realización de las propuestas de mejora en la competitividad para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas dedicada a la distribución de artículos de ferreterías. Para la obtención de cada una de estas partes se hizo uso de métodos, técnicas e instrumentos de investigación, entrevistas personales y encuestas con los colaboradores de las empresas, la observación directa de su labor. El objetivo general: Proponer las mejoras de la Competitividad como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector comercio rubro Ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides, del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chincha y Departamento de Ica, 2018, la investigación fue de tipo cuantitativo, descriptiva y transversal. Se tomó una población de 10 tiendas de ferreterías y la muestra fue la misma cantidad de la población, se aplicó un cuestionario de preguntas para el recojo de la información se llevó a cabo por medio de la encuesta de preguntas con escala de Likert sobre las variables de investigación. Los resultados obtenidos sobre los representantes de las MYPE que 60.0% tienen una edad que oscila entre 31 a 50 años, y el 80.0% son de género masculino, mientras que 70.0% tienen educación superior no universitaria y el 60.0% de los representantes de las MYPES son dueños; el 70.0% de las MYPE tienen 7 a más años de permanencia en el mercado; mientras que el 100% de las empresas cuenta de 1 a 5 trabajadores. Mientras que el 50.0% de los trabajadores son Familias y no familiares y 100% el objetivo de creación es generar ganancias; el 70.0% manifiestan que siempre mejorara la productividad de la empresa con un buen servicio de la calidad.

Palabras Claves: Competitividad y Gestión de la Calidad, rubro Ferreterías.

Abstrac

The present work consists in the realization of the proposals of improvement in the competitiveness for the management of quality in the micro and small companies dedicated to the distribution of articles of hardware stores. In order to obtain each of these parts, there were uses of research methods, techniques and instruments, personal interviews and surveys with company employees, direct observation of their work. The general objective: To propose the improvements of Competitiveness as a Relevant Factor for Quality Management in Micro and Small Businesses of the Trade Sector Sector Hardware Stores of Av. Víctor Raúl Benavides, of the district of Pueblo Nuevo province of Chincha and Department of Ica, 2018, the research was quantitative, descriptive and transversal. A population of 10 hardware stores was taken and the sample was the same amount as the population, a questionnaire was applied to collect the information, it was completed by means of the survey of questions with a Likert scale on the variables of investigation. The results obtained on the representatives of the MYPE that 60.0% have an age ranging from 31 to 50 years, and 80.0% are male, while 70.0% have non-university higher education and 60.0% of the representatives of the MYPES are owners; 70.0% of MYPEs have 7 or more years of permanence in the market; while 100% of companies have 1 to 5 workers. While 50.0% of the workers are families and non-family members and 100% the creation objective is to generate profits; 70.0% say they will always improve the productivity of the company with a good quality service.

Keywords: Competitiveness and Quality Management, Hardware Store

5. Contenido

1. Título de la tesis	ii
2. Equipo de trabajo	iii
3. Hoja de firma de jurado y asesor	iv
4. Agradecimiento y Dedicatoria	v
5. Resumen y Abstrac	vii
6. Contenido	ix
7. Índice de Tablas	xi
I. INTRODUCCION	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	12
2.3 Marco conceptual.....	20
III. Metodología	23
3.1 Diseño de la investigación	23
3.2 Población y muestra	24
3.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores	25
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	26
3.5 Plan de análisis	26
3.6 Matriz de consistencia	27
3.7 Principios éticos	28

IV. Resultados	30
4.1 Resultados	53
4.2 Análisis de resultados	54
V. CONCLUSIONES	56
VI. RECOMENDACIONES	57
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
VIII. ANEXOS	61
Anexo 01. Cuestionario	61
Anexo 02. Relación de MYPE en estudio	64
Anexo 03. Propuesta de Mejora	65

6. Índice de tablas

	Pág.	
Tabla 3	Edad de los representantes de la MYPE	30
Tabla 4	Genero del representante de las MYPE	31
Tabla 5	Grado de instrucción del representante de la MYPE	32
Tabla 6	Cargo que desempeña	33
Tabla 7	Tiempo que desempeña MYPE	34
Figura 8	Tiempo de la MYPE en el mercado	34
Figura 9	Número de trabajadores en la MYPE	35
Figura 10	Personas que trabajan en la MYPE	36
Figura 11	Objetivo de creación	37
Figura 12	Tipo de constitución de la empresa	38
Figura 13	Buena comunicación con el distribuidor	39
Figura 14	Cuenta con un catálogo de sus productos	40
Figura 15	El cliente hace su pedido directamente o por teléfono	41
Figura 16	Cuenta con un formato para sus órdenes de pedido	42
Figura 17	Los proveedores con sultán con el pago para la entrega de la mercad.	43
Figura 18	Con un buen servicio de calidad mejorara la productividad	44
Figura 19	Cumple con las normas de regla de la formaliz. de la empresa	45
Figura 20	Maneja un sistema de información rápida de la variedad de su prodto.	46
Figura 21	Maneja un sistema de contingencia	47
Figura 22	Planifica los objetivos que quiere conseguir en el último año	48
Figura 23	Cuál es su prioridad ante el cliente	49
Figura 24	La tienda establece programas y proyectos	50
Figura 25	La tienda evalúa el comportamiento de la calidad real	51
Figura 26	La tienda realiza acciones para erradicar la diferenc. real o planf.	52

Índice de figuras

	Pág.	
Figura 1	Edad de los representantes de la MYPE	30
Figura 2	Genero del representante de las MYPE	31
Figura 3	Grado de instrucción del representante de la MYPE	32
Figura 4	Cargo que desempeña	33
Figura 5	Tiempo que desempeña MYPE	34
Figura 6	Tiempo de la MYPE en el mercado	34
Figura 7	Número de trabajadores en la MYPE	35
Figura 8	Personas que trabajan en la MYPE	36
Figura 9	Objetivo de creación	37
Figura 10	Tipo de constitución de la empresa	38
Figura 11	Buena comunicación con el distribuidor	39
Figura 12	Cuenta con un catálogo de sus productos	40
Figura 13	El cliente hace su pedido directamente o por teléfono	41
Figura 14	Cuenta con un formato para sus órdenes de pedido	42
Figura 15	Los proveedores con sultán con el pago para la entrega de la mercad.	43
Figura 16	Con un buen servicio de calidad mejorara la productividad	44
Figura 17	Cumple con las normas de regla de la formaliz. de la empresa	45
Figura 18	Maneja un sistema de información rápida de la variedad de su prod.	46
Figura 19	Maneja un sistema de contingencia	47
Figura 20	Planifica los objetivos que quiere conseguir en el último año	48
Figura 21	Cual es su prioridad ante el cliente	49
Figura 22	La tienda establece programas y proyectos	50
Figura 23	La tienda evalúa el comportamiento de la calidad real	51
Figura 24	La tienda realiza acciones para erradicar la diferenc. real o planf.	52

I. INTRODUCCIÓN

La evolución de las ferreterías como negocio pues en sus comienzos la mayoría de los comercios de este tipo eran dirigidos por herreros que vendían diferentes utensilios hechos de este metal. Se han conseguido vestigios de estos negocios desde épocas anteriores al nacimiento de Cristo, por lo que es una de las formas de comercio más antiguas. A pesar de esto, en nada se parecían las ferreterías de entonces a las de ahora, salvo quizás por los productos que vendían y el destino que les daban. En un principio constituían pequeños espacios en las casas en donde recibían a los aldeanos con enseres para el hogar, pero luego fueron influyéndose productos para la construcción a demanda de los mismos clientes. Es también la de negocios familiares que tuvieron que ir evolucionando conforme se presentan avances en la humanidad. De esta manera se establecieron poco a poco las ferreterías como tiendas pequeñas de abastecimiento cercanas a las personas. Gracias a ellas se erigieron casas, iglesias y demás obras arquitectónicas. La división de ramos dio paso a la nueva generación de ferreterías de bricolaje, que son comercios enormes que engloban todas las especialidades del ramo. Ahora es muy fácil recorrer estas tiendas que ofrecen una variedad de productos para sus clientes.

Las MYPES, actualmente representan parte importante de la fuerza laboral en muchos países del mundo y está constituida como centro de la actividad económica básica en el desarrollo de un país, existe una enorme variedad de microempresas.

Las micro y pequeñas empresas también son de origen familiar que se caracterizan por una realidad de supervivencia se crea el negocio donde la familia se involucra, aunque con algunas limitaciones en materia de equipamiento, organización escala de

capacitación e información, estas limitaciones fueron adquiriendo un aspecto negativo como calidad de empresa.

La competitividad es una manera en que las empresas tengan la capacidad de hacer las cosas bien permitan competir con el mercado y logren mantenerse a largo plazo, dar un mejor producto o servicio al cliente con la finalidad de que la empresa crezca y analizar que estrategias vamos a adoptar para mantenerse en ese lugar.

Gestión de la calidad es el cumplimiento de los procesos y requerimientos, donde el sistema es la prevención cero defectos y la medida es el precio del cumplimiento.

En estos últimos años se ha visto un gran crecimiento constante en el país del sector inmobiliario (construcción), que ha conllevado a generar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas ferreteras, gracias a este boom nuestro mercado peruano se ha visto atractivo para las inversiones extranjeras, incluso tomando en cuenta los mercados locales ya que en la zonas se ven estas cadenas de empresas como: MAESTRO Y SODIMAC, que ante esta situación las MYPES ferreteras locales se han visto obligadas a competir con estas grandes empresa; preocupadas en mantener su clientela proporcionando servicios de calidad y la variedades de sus productos a precios accesibles de acuerdo a la condición económicas de los clientes.

De esta manera las MYPES han venido generando empleos a los ciudadanos del distrito. Pues el problema que se vienen generando es gracias a la inexperiencia de los vendedores porque no reciben una capacitación adecuada de los expertos en la atención al cliente. El enunciado del problema se formula las siguientes preguntas:

¿Cuáles son las mejoras en la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo, 2018?

Y para dar respuesta al problema se planteó la siguiente:

Objetivo general

Elabora una propuesta de mejoras para la gestión de la calidad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo, provincia de Chincha 2018.

Objetivos específicos

1. Proponer las mejoras en la competitividad para la gestión de la calidad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo, 2018.
2. Identificar los factores relevantes en la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Belaunde, del distrito de Pueblo Nuevo, 2018.
3. Describe la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Belaunde, del distrito de Pueblo Nuevo, 2018.

La justificación de la investigación:

Teórica: El desarrollo del proyecto de investigación tiene como fuente de información la bibliografía actualizada, las revistas relacionadas al tema y los datos que se obtienen en internet; donde se adaptan teorías, conceptos y definiciones.

Prácticas: El resultado de la investigación servirá a la micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías como fuente de información para el conocimiento de la problemática y la aplicación en gestión de la calidad en beneficio de la empresa, así mismo servirá como fuente de información a los nuevos investigadores de la especialidad que realicen estudio en el campo vivencial.

Metodología: La justificación metodológica se da porque esta investigación es descriptiva, no experimental y es transversal. Se describirá los hechos encontrados, no tendrá influencia voluntaria en las variables y será transversal porque la información se recogerá en un solo momento.

Viabilidad: de acuerdo con la investigación los resultados se hacen viables para tomar en cuenta sus debilidades, fortaleza de la empresa tomando los resultados obtenidos para una mejora continua.

II. Revisión de la Literatura

2.1 Antecedentes

Amaya, Pozo y Zelaya (2015) En su tesis titulada *“Competitividad de las Empresas Comercializadoras de materiales de Construcción legalmente Constituidas en la Ciudad de Estelí, año 2015”* tuvo como objetivo conocer las estrategias implementadas por las empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción de la ciudad de Estelí, la metodología utilizada fue la entrevista y la encuesta aplicada; estas empresas se han venido desarrollando gracias a la diversificación de productos, beneficios adicionales y promociones de ventas. En conclusión, la estrategia utilizada es la buena atención a sus clientes, la diversificación de materiales, la publicidad ha sido un factor primordial; en la difusión de sus variedades de productos tanto radial, televisiva, publicidades y volantes esto ha permitido conocer sus ofertas y obtener una mejor captación de sus clientes y logrando un equilibrio empresarial.

Holguín (2014) en su tesis titulada *“Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad aplicada a la norma ISO9001 2008 para la Empresa Tuval S.A”*. Tuvo como un objetivo diseñar un plan de gestión para preparar y concientizar a los directivos de la empresa para lograr la obtención de la certificación de la norma ISO9001 2008. La metodología que aplico es un cuestionario en donde se encuentra cada uno de los requisitos de la norma de tal manera que pueda contrarrestar la situación frente a cada uno de dichos requisitos, se aplicó esta herramienta de evaluación a los directivos de la empresa así como también al personal de apoyo con el fin de encontrar el nivel de cumplimiento de cada uno

de sus requisitos los documentos que son indispensable para cumplir con las norma y todo lo necesario para poder desarrollar el sistema de gestión de la calidad.

En conclusión, se logró establecer los puntos débiles frente a los requisitos de la norma y así mismo se detectaron las fortalezas que se debe de explotar al interior de la organización para poder llevar a cabo el diseño de la gestión de la calidad. Se observó que la empresa cumple aproximadamente un 17% de los requisitos de la norma, mientras que no cumple con el 52% de los requisitos así mismo cumple parcialmente con el 31% esto quiere decir que Tuval S.A necesita implementar un SGC precisa de un proceso organizado y cuidadosamente planificado, que consta de una serie de fases en cada una de las cuales hay que realizar ciertas actividades claves para llevar el proyecto al éxito.

Santamaría (2018) En su tesis titulada *“Implementación de un Sistema Web para Apoyar en la Gestión Comercial Utilizando el Método de Costo Promedio en la Empresa Ferrtumi S.A.C”*. Tuvo como objetivo mejorar la gestión comercial de la Ferrtumi S.A.C donde se ha identificado una serie de inconvenientes uno de ellos es el tiempo de demora en la atención al cliente, debido a que no se conoce el stock disponible de cada producto, por la cual se toma tiempo en verificar; pretendiendo agilizar el proceso de ventas, las solicitudes de pedido por parte de los clientes hacia la empresa, así como también optimizando el tiempo de despacho de la mercadería a los clientes, adicionalmente a esto se le debe tener en consideración que toda la logística de entrega y reparto debe ser previamente establecida; y se debe lograr la

trazabilidad del pedido desde que se registra la solicitud, hasta que sea aprobado y despachado. Cuya metodología empleada fue transaccional o tradicional pues se ha tenido que utilizar cual es el nivel o estado de la variable de estudio y su incidencia e interrelación en un momento dado, para luego sustentar sintomática las conclusiones y recomendaciones de la investigación. Los resultados obtenidos gracias a esta implementación del sistema web permitió el ahorro del tiempo de su compra y ventas permitiendo al usuario una buena atención rápida y oportuna. Así también en la caja se redujo el tiempo de registro de movimiento de caja.

Pérez (2017) de la tesis titulada *“Diseño de Propuesta de un Sistema de Gestión de la Calidad para Empresas del sector Construcción Caso: Construecuador S.A., el objetivo principal es identificar un modelo de gestión de la calidad que se adapte a las necesidades de CONSTRUECUADOR S.A., se utilizó la metodología de las preguntas auto evaluativas una evaluación general a la compañía. Tuvo como resultado tomar el diseño de la nueva versión de la Norma ISO9001:2015 debido a que es una norma se ajusta a la realidad actual de la organización. Por ellos la propuesta se ha considerado para la compañía CONTRUECUADOR S.A., con el fin de sistematizar y mejorar sus funciones internas y potenciar la satisfacción de todas sus partes interesadas.*

Sánchez y Montero (2018) tesis titulada *“Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L. tuvo como objetivo implantar un sistema de gestión de la calidad en donde los manuales detallan la política, normas, procesos y la*

estructura básica de la organización siguiendo las directrices todo esto con el fin de satisfacer las necesidades del cliente y por otro lado la mejora continua de la empresa. El método utilizado fue la elaboración de manuales y catálogos para describir en forma general el sistema de gestión de la calidad. Tuvo como resultado la elaboración de una política de calidad unos manuales de procedimiento, basado en la normativa UNE-EN ISO9001:2015, para el sistema de gestión de la calidad de la empresa Pinatar Arena Football Center S.L. logrando así una ventaja competitiva que tan importante es hoy en día para permitir la diferencia del resto de las empresas dentro de su sector.

Estela y Sánchez (2018) en la tesis *“Marketing del Servicios para Mejora la Competitividad de la Empresa de Transporte Burga Express S.R.L Chiclayo 2017”* El objetivo propone estrategias que mejore la competitividad de la empresa de transporte Burga Express. S.R.L. La metodología utilizada fue el deductivo con un tipo de investigación descriptiva por medio de una encuesta considerada como un conjunto de preguntas las que serán detalladas en su instrumento del cuestionario que permitirá establecer contactos con las unidades de observación. Se concluye que la estrategia diseñada por la investigadora con la creación de su página web para la empresa en donde se detallara las rutas y los registros de clientes y entre otras cosas, la creación de un Facebook donde se publicara las novedades y promociones e innovaciones por parte de la empresa. En conclusión, esta estrategia servirá para posicionarse en la mente del consumidor.

Aparicio (2015) con la tesis titulada “*Participación Consorciada de las Mypes en la Provisión al Estado y Crecimiento Sostenido de la Ciudad de Ayacucho*”, el objetivo es determinar la participación consorciada de la Mypes para proveer al estado contribuyente en el crecimiento sostenido de las Mypes en la ciudad de Ayacucho, la metodología fue descriptiva ya que se analizaron las características de la situación actual de las micro y pequeñas empresas proveedoras del estado; tuvo como resultado la participación consorciada de las Mypes en la provincia de bienes al estado constituyen una estrategia de crecimiento empresarial teniendo una relación positiva según el análisis de correlación realizada siendo dependiente del número de contratos y de porcentaje de participación consorciada según sus indicadores; el número de contratos se estimula el crecimiento de las Mypes, la participación apoya el crecimiento de las Mypes, la formación consorciada es atractiva para las empresas que no cuenta con la capacidad de la demanda.

Juárez L. (2016) La investigación denominada “*Productividad y Competitividad de los Exportadores de Mango desde la Región de Ica 2016*” objetivo es realizar una cadena de riego tecnificado en la región, así como también una inspección sanitaria mensual para la producción y también se verá cuáles pueden ser los factores que afectan la productividad y competitividad en la región. El tipo de método utilizado es la encuesta en la que se podrá determinar si estos factores en realidad son las que ocasionan este problema. En conclusión, se viene desarrollando una zona de riego tecnificado y la inspección sanitaria para mejorar la calidad de la producción.

Pérez N. (2015) la investigación denominada “*La Gestión de la Calidad en el servicio y el nivel de satisfacción del cliente externo de la agenda Central del Banco Interbank S.A., en la ciudad de Ica 2015*” como objetivo analizar la gestión de la calidad en el servicio y su influencia en el nivel de satisfacción del cliente externo de la agencia central del Banco Interbank S.A en la ciudad de Ica periodo 2015. El estudio comprende a los clientes de la oficina bancaria atendidos en un mes que aproximadamente son 20,000 clientes y la muestra resultante fue de 167 clientes a encuestar y el tipo de método utilizado fue por medio de la encuesta. Se concluye que existe influencia directa entre la gestión de la calidad en el servicio y el nivel de satisfacción del cliente externo de la agencia del Banco Interbank S.A. en la ciudad de Ica periodo 2015.

Carbajal (2016) de la tesis “*Implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO9001:2008 en la competitividad de la empresa ALICA del distrito de Chincha Alta*”, El presente trabajo tiene como objetivo determinar la influencia del sistema de gestión de la calidad ISO9001:2008 en la competitividad en la empresa ALICA en el distrito de Chincha Alta y se aplicó la metodología descriptiva y el instrumento de medición fue el cuestionario a la cual se realizó a 20 trabajadores de la empresa ALICA para determinar la validez del instrumento, se sometió a juicio de experto, habiéndose obtenido un nivel de confiabilidad de 0.94%. Para el procesamiento y análisis de datos se elaboró una matriz de datos para la obtención de resultado; las cuales se analizaron y expresaron en forma clara. La conclusión es que gracias a la implementación del sistema de la gestión de la calidad ISO9001:2008 ha influido en la competitividad de la empresa ALICA.

Rojas (2016) de la tesis *“La influencia de la Calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo 2016”*, el presente trabajo tiene como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad del distrito de Pueblo Nuevo y se aplicó la metodología no experimental apoyándose en los antecedentes y fundamentos teóricos necesarios y después del proceso se concluye que existe correlación positiva alta de 0.859(Valor r Parson) entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la municipalidad. Solo el 32.6% de los pobladores encuestado sobre la calidad de servicio “casi siempre” la eficiencia muestra una relación positiva alta en la expectativa de los usuarios de la Municipalidad de Pueblo Nuevo 2016.

2.2 Bases teóricas de la Investigación

2.2.1 Teoría de Gestión de la Calidad

A. Concepto de Gestión de la Calidad

Cuatrecasas (2010) La calidad puede definirse como un conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario.

La calidad supone que el producto o servicio deberán cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñada y que deberán ajustarse a lo expresadas por los consumidores o clientes del mismo. (p.17)

B. Evolución del concepto de la Calidad

El concepto de la calidad ha ido evolucionando a lo largo de los años, ampliando objetivos y variando la orientación. Se puede decir que su papel ha adquirido una importancia creciente al evolucionar desde un mero control o inspección, a convertirse en uno de los pilares de la estrategia global de la empresa. En sus orígenes, la calidad era costosa, por que consistía en rechazar todos los productos defectuosos, lo que representaba un primer coste, y después recuperar de alguna forma dichos productos, si era posible, lo que representa otro coste adicional. La calidad era responsabilidad exclusiva del departamento de inspección o calidad.

Posteriormente se comenzaron a aplicar técnicas estadísticas de muestreo para verificar y controlar los productos de salida. El concepto de calidad sufre una evolución importante pasando de la simple idea de realizar una

verificación de calidad, a tratar de generar calidad desde los orígenes. Se busca generar la calidad en el proceso de producción para evitar que este dé lugar a productos defectuosos. Con la gestión de la Calidad Total, la calidad sigue ampliando sus objetivos a todos los departamentos de la empresa, involucrando a todos los recursos humanos liderados por la alta dirección y aplicándose desde la planificación y diseño del producto y servicios, dando lugar a una nueva filosofía de la forma de gestionar una empresa con ellos, la calidad deja de representar un coste y se convierte un modo de gestión que permite la reducción costos y el aumento de beneficios. (p.18).

C. Sistema de la Calidad de Norma ISO

I.Torre, C. Lacasa (2001) Normalizar es una actividad colectiva que pretende ofrecer soluciones a actividades repetitivas. Ejemplo es la tandarizacion de las medidas de las tarjetas de crédito.

Las Normas UNE-EN-ISO 2000, son normas creadas por ISO. Siglas de Internacional Organización for Standarizacion. Es una organización internacional de normalización a nivel mundial. Se creo en el año 1947 para el desarrollo de las actividades de normalización facilitando el intercambio internacional de bienes y servicios y desarrollando colaboración en ámbitos Intelectuales, científicos, tecnológicos y económicos entre diferentes países. Actualmente forman partes de ISO 140 organismos nacionales de normalización, uno por país, entre ellos AENOR. La central está ubicada en Ginebra. Como organización funciona des centralizadamente en comité técnicos, subcomité y grupos de trabajo (en la actualidad operan unos 2850)

Estos comités trabajan por consenso entre productores y consumidores, gobiernos, profesionales y en general se tiene en cuenta los intereses de todos los implicados. Las normas ISO que se obtiene por este proceso, son de aplicación voluntaria por parte de las empresas. Hay muchas normas ISO, nosotros nos centraremos en la ISO 9001 del 2000 que se refiere a la gestión de la calidad. EN, significa que son normas europeas que deben adaptarse íntegramente como normas nacionales, por eso todos los organismos de normalización miembros. UNE, siglas “de Una Norma Española” significa que ha sido aprobada en el estado español por AENOR que ha sido aprobada en el estado español (organismo español de normalización reconocido por la Administración Pública española). (243.p)

C1. Las Normas ISO 9000/2000¹

Las Normas ISO 9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales para la gestión de la calidad que, desde su publicación inicial en el año 1987.

La norma ISO 9000 adoptada por más de 150 países y empleadas por más de 350.000 empresas, organizaciones públicas y privadas de todo el planeta, para la creación posterior certificación del sistema de la calidad aplicado a sus procesos productivos, han superado un periodo de revisión exhaustiva que de forma destacada presenta los siguientes cambios:

- La reducción total de normas aplicable y la simplificación de estas para fomentar su uso por parte de las empresas del sector servicios, así como por parte de las Pymes. Así mismo presentar una importante reducción de la cantidad de documento exigido a las organizaciones a fin de cumplir la norma.

- Una nueva estructura más centrada en los procesos efectuados y con una secuencia más lógica de contenidos.
- La incorporación y ampliación de los requisitos aplicables a la función desempeñada por la alta dirección de la empresa en lo que respecta al sistema de la calidad, a la satisfacción del cliente y al seguimiento continuo tanto de los procesos en si, como de los resultados obtenidos por la empresa en cuanto a la mejora sostenida de su sistema de la calidad. Para este último será preciso concretar una serie de indicadores para la medida y el análisis de las prestaciones del sistema, así como de los procesos y productos.
- Un mayor grado de compatibilidad con otros sistemas de gestión, tales como el que plantea la norma ISO 14000 para la gestión medio ambiental de la empresa. (p.354).

Ciclo de Deming

El ciclo de la mejora continua PDCA se utiliza para llevar a cabo la mejora continua y lograr de una forma de una forma sistemática y estructurada la resolución de problemas, el ciclo Deming no es ni mas ni menos que aplicar la lógica y hacer las cosas de forma ordenada y correcta.

García. E (2016) Actualmente las organizaciones se encuentran en un entorno competitivo y cambios constantes, es por ellos que la calidad y la mejora de los procesos se convierten en un imperativo para la supervivencia de estas empresas, con el propósito de ofrecer productos y servicios a bajo

costos, que satisfagan los requerimientos de los clientes. Las empresas necesitan gestionar sus actividades y recursos con la finalidad de orientarlos hacia la consecución de buenos resultados, mediante la adaptación de herramientas y metodología que permitan a las organizaciones formar sus Procesos de Gestión y Mejora continua.

El Ciclo PDCA (o círculo de Deming), es la sistemática más usada para implantar un sistema de mejora continua cuyo principal objetivo autoevaluación, destacando los puntos fuertes que hay que tratar de mantener y las áreas de mejorar en las que se deben actuar.

En el Ciclo de PDCA de mejora continua lo componen cuatro etapas cíclicas de forma que una vez acabada la etapa final se debe volver a la primera y repetir el ciclo de nuevo. De esta forma las actividades son revaluadas periódicamente para incorporar nuevas mejoras. Las etapas que forman el ciclo PDCA son las siguientes:

1. **PLAN** (planificar):

Esta fase se va a trabajar en identificar el problema o actividades susceptibles de mejora, establecen los objetivos a alcanzar, se fijan los indicadores de control y se define los métodos y herramientas para conseguir los objetivos establecidos.

Una forma de identificar estas mejoras puede ser realizando grupos de trabajo o bien buscar nuevas tecnologías o herramientas a veces es conveniente fijarse en otros sectores, esto aporta una visión diferente, pero muchas de las soluciones pueden aplicarse en más de un sector.

2. **DO** (hacer y ejecutar):

Llega el momento de llevar a cabo un plan de acción, mediante la correcta realización de las tareas planificadas, la aplicación controlada del plan y la verificación y obtención del feedback necesario para el posterior análisis.

En recurrentes ocasiones conviene realizar una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar los cambios a gran escala. La selección del piloto debe realizarse teniendo en cuenta que sea suficientemente representativo, pero sin que se suponga un riesgo excesivo para la organización.

3. **CHECK** (comprobar y verificar):

Una vez implantada la mejora se comprueba los logros obtenidos en la relación a las metas u objetivos que se marcaron en la primera fase del ciclo mediante herramientas de control (Diagrama de Pareto, Check lists, KPLs, etc.)

4. **ACT** (actuar):

Tras comparar el resultado obtenido con el objetivo marca inicialmente es el momento de realizar acciones correctivas y preventivas que permitan mejorar los puntos o áreas de mejora, así como extender y aprovechar los aprendizajes y experiencias adquiridas a otros casos, y estandarizar y consolidar metodologías efectivas.

En el caso de que se haya realizado una prueba piloto, si los resultados son satisfactorios, se implantara la mejora de forma definitiva, y si no lo son habrá que decidir si realizar cambios para ajustar los resultados sin desecharlos.

2.2.2 Definición de las Mypes

A. Que son MYPES

Sánchez (2014) Existe infinidad de definiciones acerca de lo que son las micro y pequeñas empresas (MYPES); sin embargo, en nuestro estudio citaremos los conceptos y definiciones contenidos en la ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (Ley 28015), debido a su mejor aplicabilidad a nuestra realidad peruana.

Según el Art.2 de la ley 28015, la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las MYPES deben reunir las siguientes características concurrentes, según el Art.3 de la ley 28015, diferenciado por 2 rubros:

a) Por el número de trabajadores

La microempresa abarca de unos (01) hasta (10) trabajadores, inclusive.

La Empresa abarca de uno (01) hasta cincuenta (50) trabajadores, inclusive.

b) Por el nivel de ventas anuales las microempresas hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT). (p.128)

B. Importancia de las MYPES en el Perú

Las micro y pequeñas empresas en Perú son componentes muy importantes del motor de nuestra economía. A nivel nacional las MYPES brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Es indudable que las Mypes abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país. Finalmente, la contribución de las MYPES en las exportaciones es también un aspecto muy importante para considerar. Según PROMPYME, en el año 2004 fueron 3516 las micro y pequeñas empresas que exportaron, lo cual representa un 65% del total de empresas que lo hicieron. Esto en cifras, representa las exportaciones \$271 millones en el 2004, y significa el 2.4% de las exportaciones totales de nuestro país.

A la luz de estas variables estudiadas, es indudable la importancia que tienen las MYPES en la economía del Perú; sin embargo, encuentran un aspecto que limita el desarrollo de ellas y sus consecuentes pasos de pequeñas a medianas y luego hacer grandes empresas, nos referimos al aspecto tributario, el cual pareciera ser el ancla de despegue y desarrollo de este sector económico. (p. 128).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Concepto de Competitividad

GARCIA (2015) La competitividad, es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación con otras empresas del mismo sector.

2.3.2 Caracterización de la Competitividad

Se reconoce que un desarrollo industrial no se logra a través de una función de producción en el nivel micro, o de condiciones macroeconómicas estables en el nivel macro, sino también por la existencia de medidas específicas del gobierno y de la organización privada de desarrollo orientado a fortalecer la competitividad de las empresas. De este modo la capacidad de vincular las políticas de meso y macro está en función de un conjunto de estructuras políticas y económicas de un conjunto de factores socio culturales y patrones básicos de la organización (nivel meta).

2.2.3 Importancia de la Competitividad

Es importante porque nos permite saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementado su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado. Para **Benzaquen** las ventajas competitivas se fundamentan en la productividad y en los factores que la determinan dentro de la empresa debido a ellos es necesario que la productividad es la relación entre la población obtenida mediante un sistema de producción de bienes y servicios de los recursos utilizados, es decir su uso eficiente o la relación entre los resultados

obtenidos con el respecto a los recursos usados y el tiempo que se toma conseguirlos.

2.2.4 Como se mide la competitividad

La ODCE, el banco mundial y el banco interamericano para el desarrollo y diversos autores han propuesto varios indicadores para medir la competitividad entre los que se encuentran: La tecnología, innovación, mercadotecnia, recursos humanos, capacidades directivas, recursos financieros, cultura, calidad, producción, logística, organización interna, compras, investigación y desarrollo e interacción con proveedores y clientes. Es indispensable conocer el nivel de competitividad de nuestra empresa y del país en general lo cual permita la mejor toma de decisiones que lleve a la empresa a prosperar y por ende genere un mayor crecimiento nacional y mejores condiciones de vida para sus habitantes.

2.2.5 Concepto de Ferreterías

Pérez (2017) son establecimiento de ventas herramientas donde se adquiere todo tipo de productos metálicos para la elaboración de construcciones y servicios en general muchas veces las ferreterías se asemejan a las cerrajerías ya que ofrecen herraduras y llaves. En algunos casos también se comercializan muebles y persianas y utensilios de jardinería.

2.2.6 Importancia de las Empresas Ferreteras.

Las ferreterías juegan un papel muy importante para la economía d un país y para los consumidores de este servicio se convierte una gran fuente de suministro de materiales de acuerdo con el fin que cada consumidor persigue, son fuente generadores de empleo. Las empresas ferreteras no exportan grandes cantidades, pero si hacen uso de las importaciones con el objeto de tener diversificación de productos a precios del mercado y volverse más competitivo beneficiando a todo tipo de consumidor ya que su poder adquisitivo se incrementa.

2.2.7 Concepto de Comercio

Scian (2002), es la actividad socio económica consiste en la compra y ventas de bienes sea para su uso, para su venta y para su transformación. Es el cambio o transacción de algo o cambio de otra cosa de igual valor, o por las actividades comerciales o industriales.

Pérez y Merino (2008) es la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto. El comercio es la actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercadería. Esta operación mercantil implica la entrega de un objeto para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante.

III. Metodología

3.1 Diseño de la Investigación

La investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea.

La Investigación cuantitativa es la que recoge y analiza los datos cuantitativos sobre las variables. Este método cuantitativo estudia la asociación y relación entre las variables cuantificadas, también trata de determinar la fuerza de asociación y correlación entre las variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencias a una población de la cual toda muestra procede.

Fernández, Díaz (2002)

La investigación será de diseño no experimental, transversal; no experimental porque no se ha manipulado ninguna de la variable dependiente. Es transversal porque se han recogido datos en una sola medición y fue de tipo correlacional, porque se ha medido el nivel y el grado en relación con las variables. (Hernández, et al., 2010).

Su nivel de investigación sustantiva porque se orienta a investigar de forma descriptiva el fenómeno a identificar la característica de su estado actual. Lleva a las caracterizaciones y diagnóstico descriptivos. Sánchez, Reyes y Mejía (2018).

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población, La Av. Víctor Raúl Benavides, es la avenida principal del distrito, a una cuadra de la plaza central del distrito de Pueblo Nuevo, paralela a la Av. Benavides y la otra avenida paralela la Av. San Martín es la zona más comercial cuenta con una población total de 10 tiendas comerciales de ferreterías. De acuerdo con **Pineda (1994)**, la población es el conjunto de personas u objetos que se desea conocer en la investigación. “El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, muestras de laboratorio, centros comerciales entre otros”. (p. 108).

3.2.2 Muestra, La muestra es la misma cantidad de la población, es decir las 10 tiendas comerciales de ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito Pueblo Nuevo. “La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevara a cabo la investigación, es una parte representativa de la población. (Pineda, 1994, p. 108).

3.2.3 Plan de Análisis

Al recoger la información a través del instrumento a realizar la muestra. Se procederá a tabular la encuesta obtenida por el libro de Excel, esta información se trasladará a una hoja del programa SPSS versión 24, el cual procesará la información representándolas en tablas de valores absoluto y porcentuales después esta información se representará en gráficos de barras y de esta manera estará lista para su interpretación para ser analizada.

Tabla 1

3.3 Definición y Operacionalización de variables

Variable		Definición operacional			Escala /medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Competitividad	Es el resultado del entretrejido de una serie de factores económicos y geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación Araoz (1998)	Comercialización	Consiste en el análisis de las políticas de venta, vías de distribución, formas de pago, relación con el cliente y proveedores y estudio del mercado	Distribución	Likert
				Ventas	
				Cientes	
		Aseguramiento de la Calidad	Conjunto de acciones planificadas y sistemáticas necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio a satisfacer los requerimientos dados sobre la calidad.	Proveedores	
				Normatividad	
				Certificación	
Sistema de Información	Es un conjunto de datos que interactúan entre sí con un fin común. Los sistemas de información ayudan a ministrar y recolectar, recuperar, procesar, almacenar y distribuir información.	Sistematización			
		Tecnología			
Gestión de la calidad	Es un conjunto de Normas y estándares internacionales que se interrelaciona entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad en una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua. Ortiz, H (2011).	Planificar	Tiene objetivos y metas a plazo, políticas, para su cumplimiento y seguimiento.	Metas	Likert
				Políticas	
		Hacer	Realizar y ejecutar una acción o un movimiento o una tarea	Proceso	
				Actividades	
		Verificar	Comprobar que se alcanza los objetivos previsto con los recursos previamente asignados	Seguimiento	
				Evaluación	

3.4 Técnicas de Instrumento de Recolección de Datos.

Técnica:

La técnica de recolección de datos, son las distintas formas de obtener la información para ser utilizadas en la investigación de la observación directa y la entrevista. (Arias, 1999. P.53).

La técnica que se utilizo es la Encuesta:

Es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas. (Grasso, 2006:13)

Instrumento:

Son Instrumentos para recolectar datos y recursos que se puedan valer el investigador para acercarse a los fenómenos y conseguir de ellos la información de tal manera que el instrumento sintetiza en si la labor previa de la investigación resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponde a los indicadores y a las variables y conceptos utilizados. (Sabina, 2010 p. 149, 150).

3.5 Plan de Análisis:

Es un conjunto de mecanismo, medios y sistema de dirigir, recolectar, observar, reelaborar y transmitir los datos sobre este concepto. Indica que las técnicas están referidas a la manera como se le va a obtener los datos y los instrumentos son los medios materiales a través de los cuales se hace posible la obtención y archivos de la información requerida para la investigación (Castro 2003. p. 19)

3.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2

Problemas de la Investigación.	Objetivo de la Investigación	Hipótesis	Variable	Población y Muestra	Metodología	Instrumento y Procedimiento
<p>¿Cuáles son Las mejoras en la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chinchá departamento de Ica, 2018?</p>	<p>Objetivo general Elabora una propuesta de mejoras para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chinchá departamento de Ica, 2018.</p> <p>Objetivos específicos 1. Proponer las mejoras de la competitividad para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chinchá departamento de Ica, 2018. 2. Identificar los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Belaunde, del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chinchá departamento de Ica, 2018. 3. Describe la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Belaunde, del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chinchá provincia de Ica, 2018.</p>	<p>No presenta hipótesis por ser de Investigación Descriptiva.</p>	<p>Variable Independiente Competitividad</p> <p>Variable Dependiente Gestión de la calidad</p>	<p>Población: La población considerada en la siguiente investigación está conformada por la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro Ferreterías. Se determino la población con los datos de la Municipalidad de Pueblo Nuevo que la Av. Víctor Raúl Benavides, siendo las 10 tiendas de Ferreterías.</p> <p>Muestra: Se tomará como muestra dirigida a todo el universo de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías.</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativa</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptiva Aplicada</p> <p>Diseño: No experimental, porque no se manipula las variables y se observa el fenómeno tal como está en la realidad</p> <p>Trasversal por que se han recogido datos en una sola medición</p> <p>Cuantitativo, es la que recoge y analiza los datos cuantitativos sobre las variables.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Procedimiento: Se elaboro las tablas de distribución de frecuencias absoluta relativa porcentual, así como también las figuras estadísticas. Uso del programa Excel y el SPSS 24</p>

3.7 Principios Éticos

De acuerdo con el código de ética para la investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la investigación se tienen en cuenta algunos principios que rigen la actividad investigadora, los cuales tienen como “propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad” (Uladech, 2016, p. 2). A continuación, se explican los principios de ética.

Protección a las personas. Teniendo en cuenta que en una investigación se trabaja con personas, se tiene en cuenta en ello el respeto a la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Esto implica que las personas involucradas en la investigación participen voluntariamente teniendo en cuenta el respeto de sus derechos fundamentales y en especial su protección si en caso se encuentren en una situación de vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia. Se debe proteger el bienestar de las personas involucradas en la investigación. En tal sentido, el investigador debe cumplir con las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir las posibilidades de efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. El investigador debe aplicar un juicio razonable, ponderable y tener criterio para tomar decisiones que no sean sesgadas hacia un propósito particular. Del mismo modo el tratamiento para todas las personas involucradas en la investigación debe ser equitativo, igualitario y justo.

Integridad científica. El investigador debe ser una persona íntegra en todos los aspectos de su vida profesional y personal. Avizorando en todo momento cualquier daño o perjuicio que pueda ocasionar la investigación y comunicando de manera

correcta y a tiempo dichos riesgos. Del mismo modo el investigador debe declarar los conflictos de interés que puedan afectar el curso de la investigación en la publicación de resultados.

Consentimiento informado y expreso. La información vertida en la investigación y que debe ser publicada debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica de las personas e instituciones involucradas en la investigación.

IV. Resultados

4.1 Resultado

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Tabla 3

Edad del representante de la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VALIDO	31 a 50 años	6	60%	60%	60%
	51 a mas	4	40%	40%	40%
	Total	10	100%	100%	100%

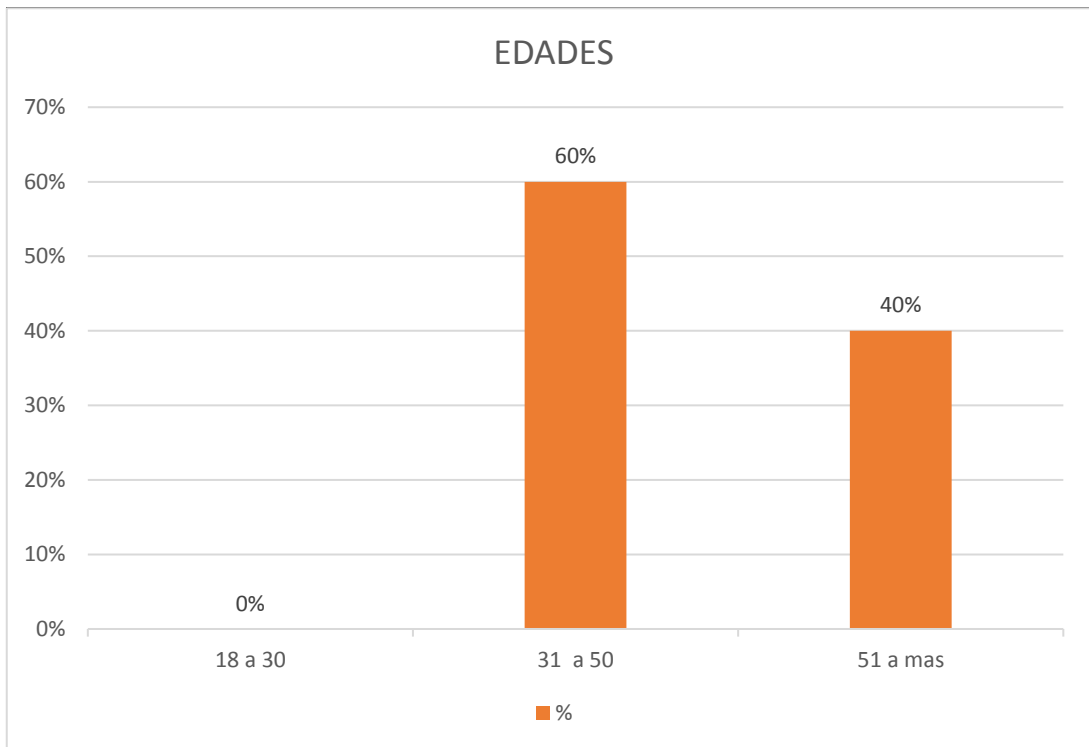


Figura 1. Edad del representante de la MYPE

Interpretación

El 60% de los representantes de las MYPE tienen una edad que está entre los 31 a 50 y el 40.0% tienen más de 50 años a más.

Tabla 4

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Género del representante de la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Masculino	8	80.0%	80.0%	100.0%
	Total	10	100.0%	100.0%	

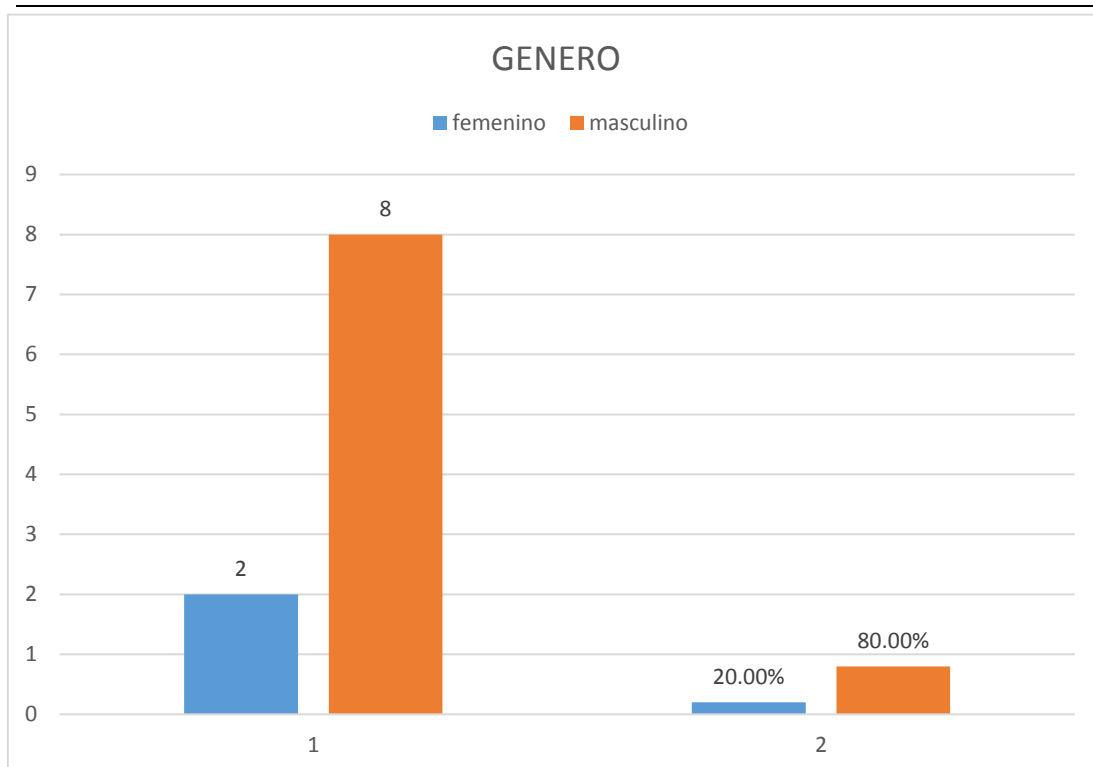


Figura 2. Género de los representantes de la MYPE

Interpretación

El 80.0% de los representantes de las MYPE son de género masculino y el 20.0% son de género femenino.

Tabla 5

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Grado de instrucción del representante de la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Sup.no Universt	7	70.0%	70.0%	100.0%
	Super.Universit.	2	20.0%	20.0%	
	Total	10	100.0%	100.0%	

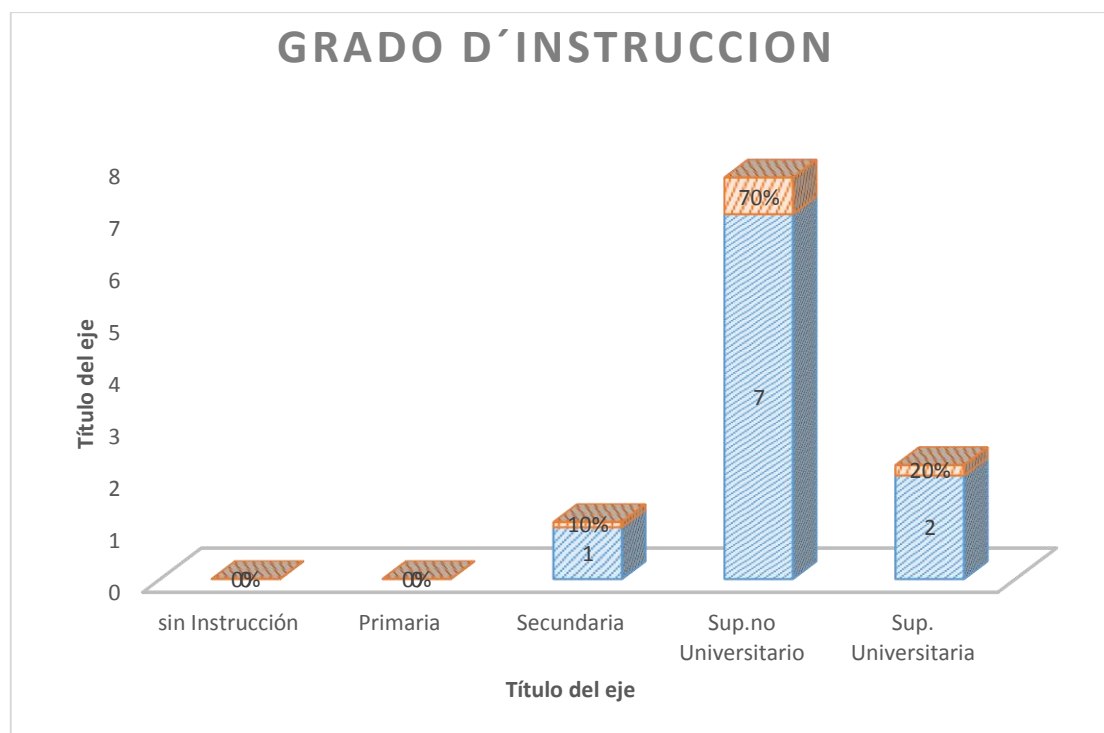


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de la MYPE

Interpretación

El 70.0% de los representantes de las MYPE manifestaron tener instrucción Superior no Universitaria y 20.0% tiene grado de instrucción Superior Universitaria; y el 10.0% son de grado de instrucción secundaria.

Tabla 6

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Cargo del representante en la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	6	60.0%	60.0%	60.0%
	Administrador	4	40.0%	40.0%	40.0%
	Total	10	100.0%	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

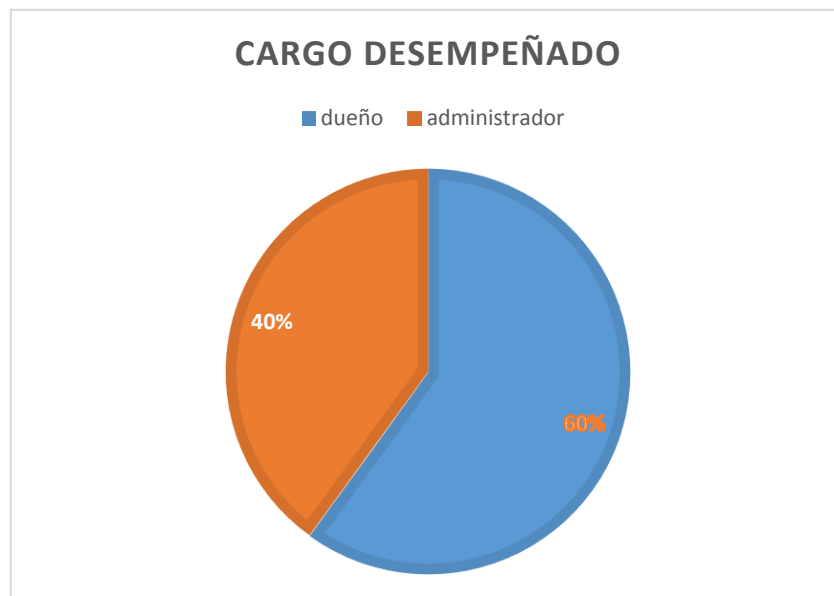


Figura 4. Cargo del representante en la MYPE

Interpretación

El 60.0% de los representantes de la MYPE son los dueños de la empresa y el 40.0% son los Administradores de las MYPE.

Tabla 7

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Tiempo de la MYPE en el rubro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 3 años	1	10.0%	10.0%	10.0%
	4 a 6 años	2	20.0%	20.0%	20.0%
	7 a más años	7	70.0%	70.0%	70.0%
	Total	10	100.0%	100.0%	100.0%

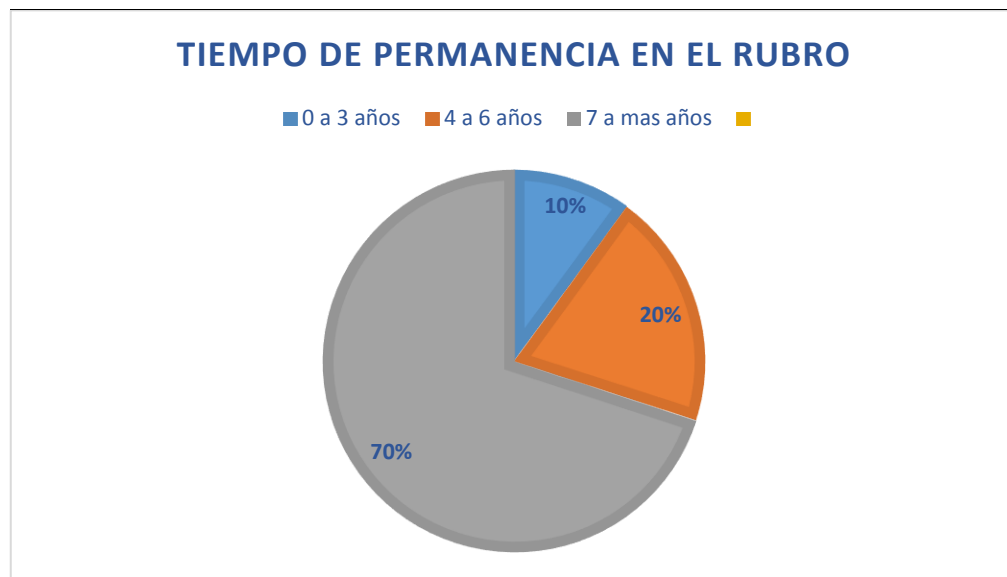


Figura 5. Tiempo que desempeña el representante en la MYPE

Interpretación

El 70.0% de las MYPE tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 10.0% es de 0 a 3 años de permanencia en el rubro y el 20.0 % tiene el de 4 a 6 años.

Tabla 8

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Número de trabajadores en la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5 trabajadores.	10	100.0%	100.0%	100.0%

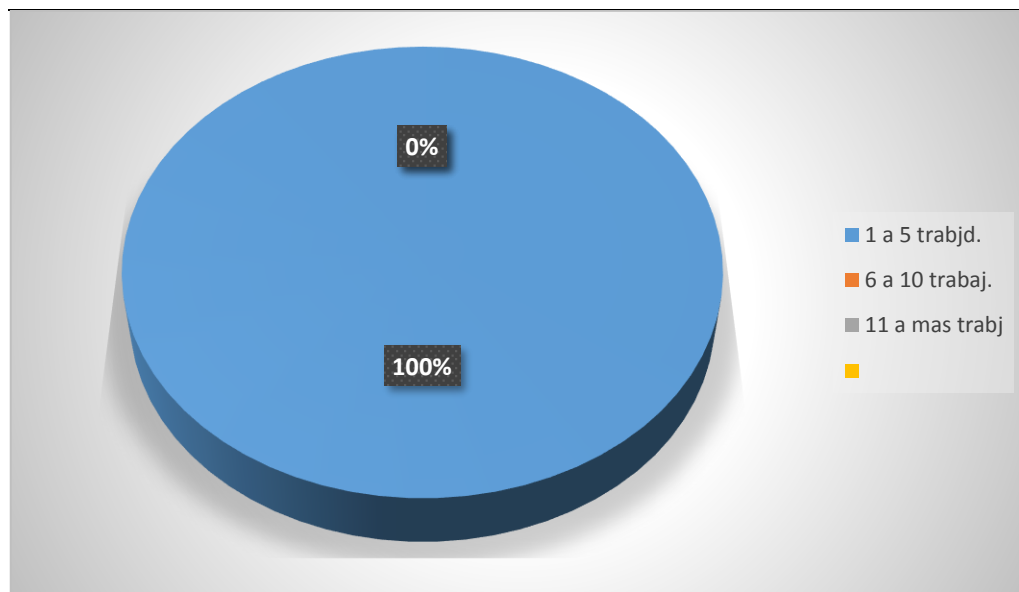


Figura 6. Número de trabajadores

Interpretación

El 100.0% de las MYPE tienen entre 1 a 5 trabajadores.

Tabla 9

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Personas que trabajan en la MYPE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares	2	20.0%	20.0%	20.0%
	No familiares	3	30.0%	30.0%	100.0%
	Familia y No F.	5	50.0%	50.0%	
	Total	10	100.0%	100.0%	

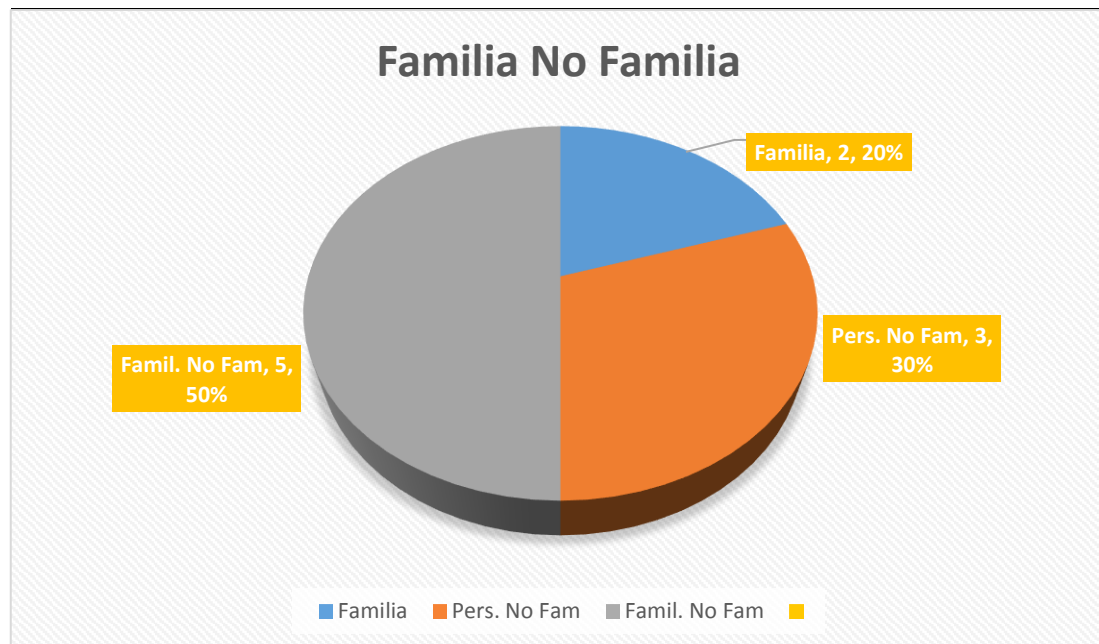


Figura 7. Personas que trabajan en la MYPE

Interpretación

El 50.0% de las MYPE tienen como trabajadores a sus familiares y no Familia; el 30.0% no son familiares y 20.0% son Familia.

Tabla 10

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Objetivo de la creación de la empresa

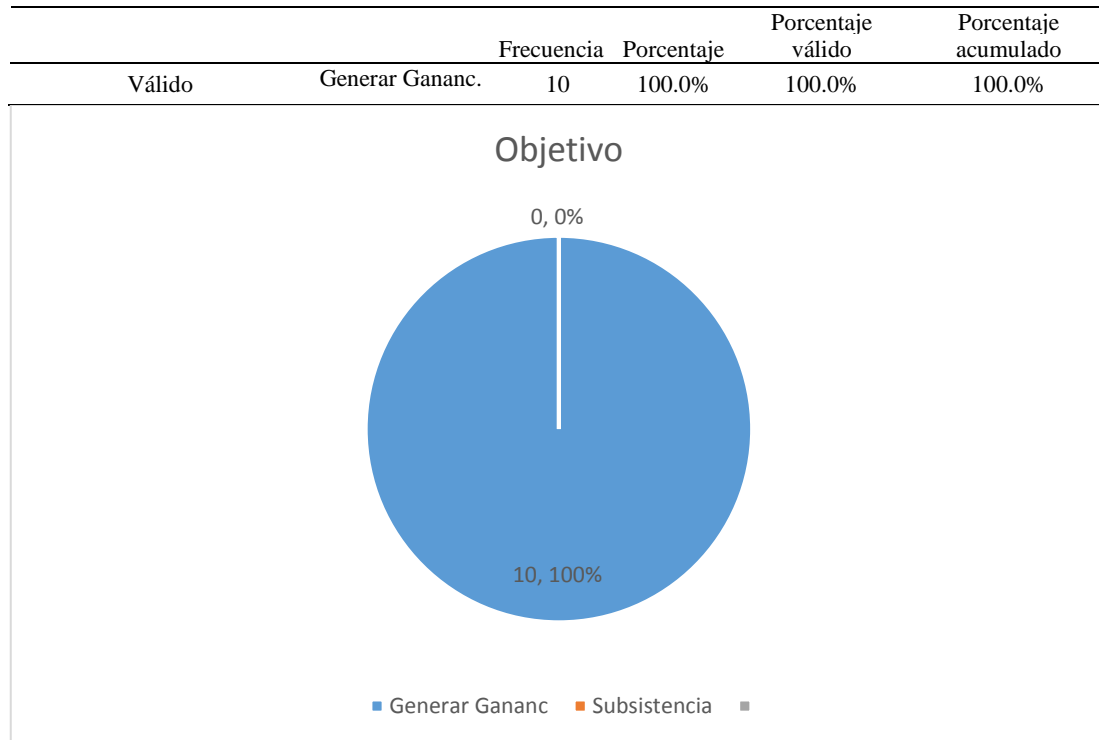


Figura 8. Objetivo de Creación de la MYPE

Interpretación:

El 100.0% de las MYPES es Generar Ganancias.

Tabla 11

CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Constitución de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pers.Natural	6	60.0%	60.0%	60%
	Emp.Indv.R.. L	2	20.0%	20.0%	20%
	S.A.C	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Total	10	100%	100%	100%

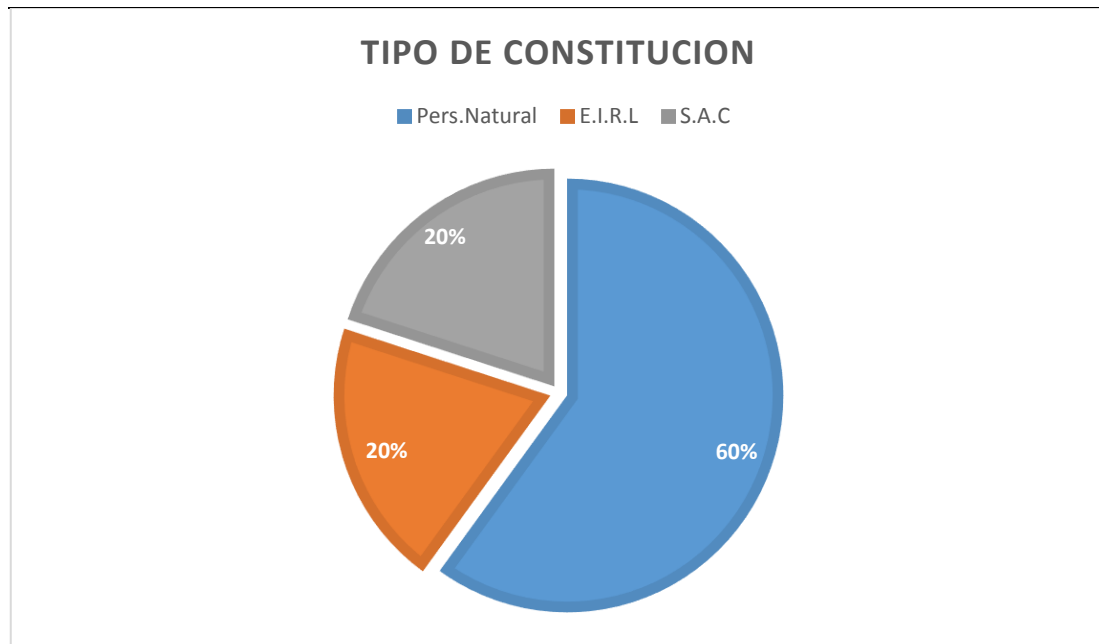


Figura 9. Tipo de constitución de la Empresa

Interpretación

El 60.0% de las MYPE están formalizadas como Persona Natural, el 20.0% es un E.I.R.L y otro 20.0% está constituida como S.A.C.

Tabla 12

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

Hay una buena comunicación constante con el distribuidor de la mercadería.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas Veces	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Casi Siempre	4	40.0%	40.0%	40.0%
	Siempre	4	40.0%	40.0%	100.0%
	TOTAL	10	100.0%	100.0%	

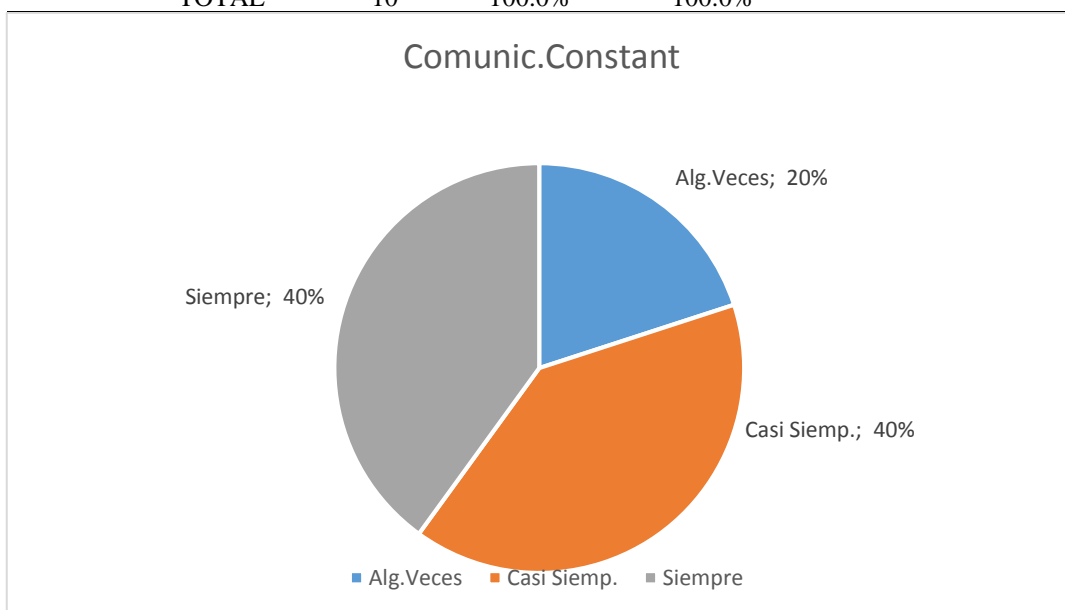


Figura 10. *Hay una buena comunicación constante con el distribuidor de la mercadería.*

Interpretación:

El 40.0% de las MYPE tiene buena comunicación con el distribuidor de la mercadería, el otro 40.0% casi siempre se pueden comunicar y el 20.0% algunas veces.

Tabla 13

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

Cuenta con un catálogo de productos para la elección del cliente

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Muy Pocas V.	5	50.0%	50.0%	50.0%
	Algunas Veces	2	20.0%	20.0%	100.0%
	Casi Siemp.	1	10.0%	10.0%	

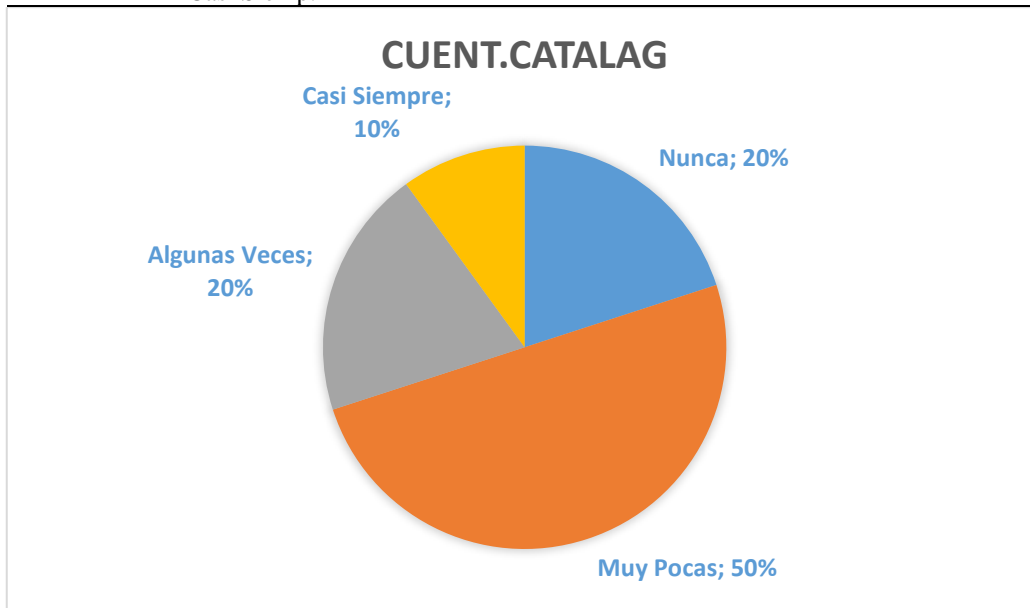


Figura 11. Cuenta con un catálogo de productos para la elección del cliente

Interpretación:

El 50% muy pocas veces cuenta con un catálogo para la demostración a los clientes, el 20% no cuenta con un catálogo, el otro 20% algunas veces y el 10% casi si siempre.

Tabla 14

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

El cliente hace su pedido directamente a la MYPE o por teléfono

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Directo	7	70.0%	70.0%	70.0%
	Teléfono	3	30.0%	30.0%	30.0%
	Total	10	100.0%	100.0%	100.0%



Figura 12. El cliente hace su pedido directamente a la MYPE o por teléfono.

Interpretación:

Que el 70% de los clientes hacen sus compras directamente y el 30% por medio telefónico.

Tabla 15

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

El vendedor cuenta con un formato para las órdenes de pedidos

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algu. veces.	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Casi Siempre	4	40.0%	40.0%	40.0%
	Siempre	4	40.0%	40.0%	100.0%
	Total	10	100.0		

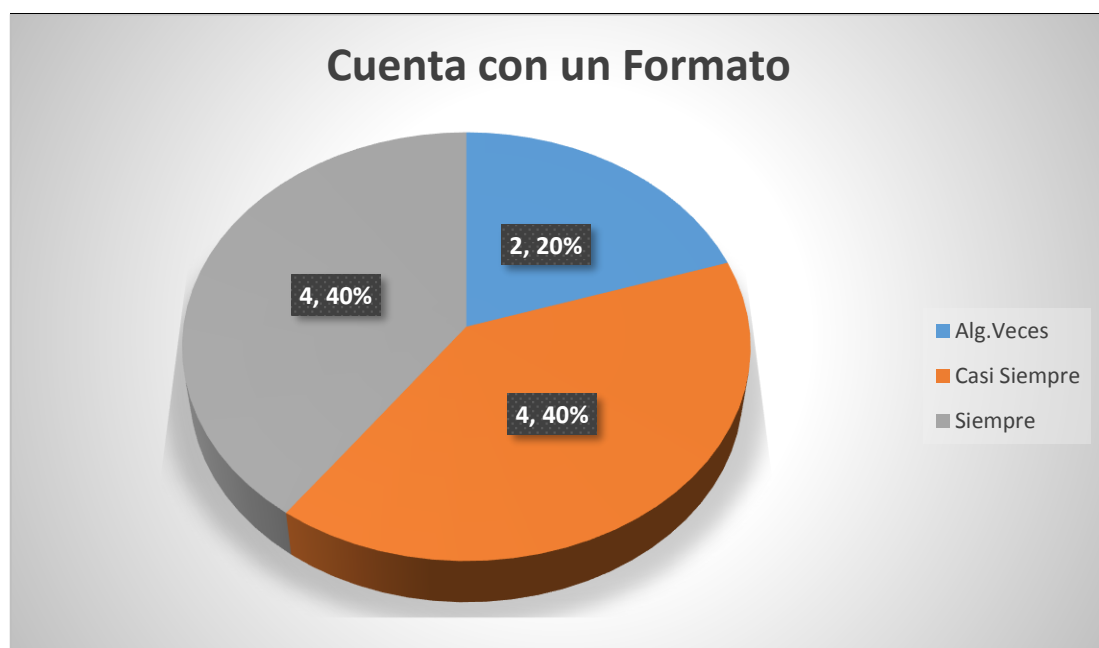


Figura 13. El vendedor cuenta con un formato para las órdenes de pedidos

Interpretación:

El 40.0% el vendedor casi siempre cuenta con un formato de órdenes de Pedidos, y el otro 40.0% siempre utilizan el formato de órdenes, el 20.0% algunas veces que la utilizan este formato.

Tabla 16

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

Los proveedores confirman el pago con la asistenta contable para realizar la entrega de la mercadería.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy p. veces	5	50.0%	50.0%	50.0%
	Algunas Veces	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Casi Siempre	2	20.0%	20.0%	100.0%
	Siempre	2	20.0%	20.0%	
	Total	10	100.0%	100.0%	

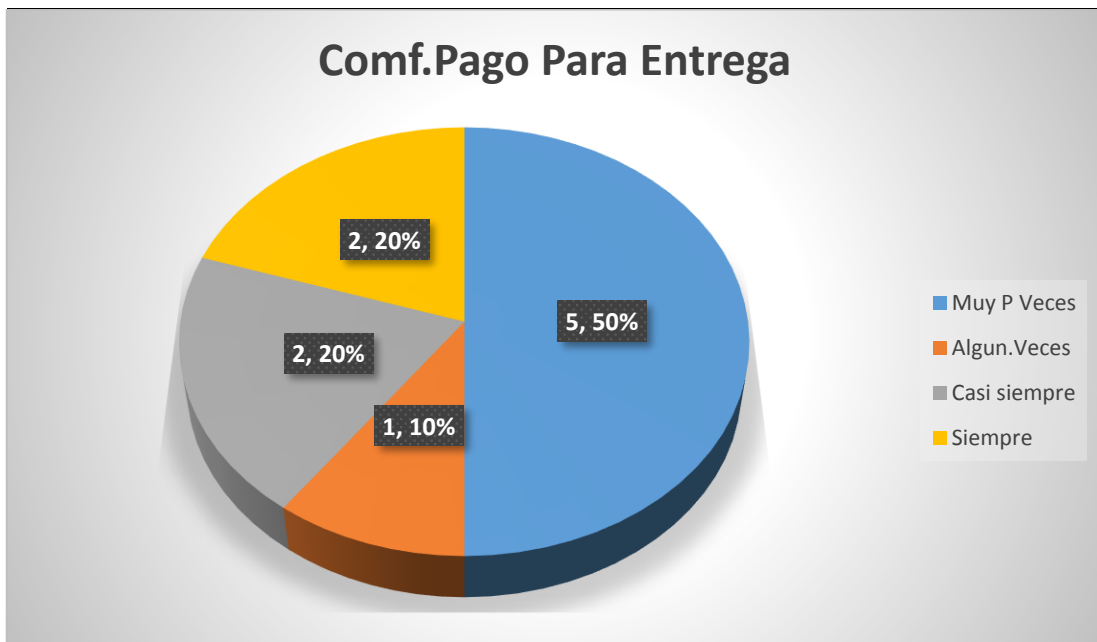


Figura 14. Los proveedores confirman el pago con la asistenta contable para realizar la entrega de la mercadería.

Interpretación:

El 50.0% de los proveedores Muy Pocas Veces confirman el pago para la entrega de la mercadería, y el 20% siempre consultan con el área contable y el otro 20.0% casi Siempre consultan para entregar la mercadería; mientras que el 10.0% de los proveedores algunas veces consultan.

Tabla 17.

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

Usted cree que con un buen servicio de calidad mejore la productividad de la empresa.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi Siempre	3	30.0%	30.0%	30.0%
	Siempre	7	70.0%	70.0%	
	Total	10	100.0%	100.0%	100.0%

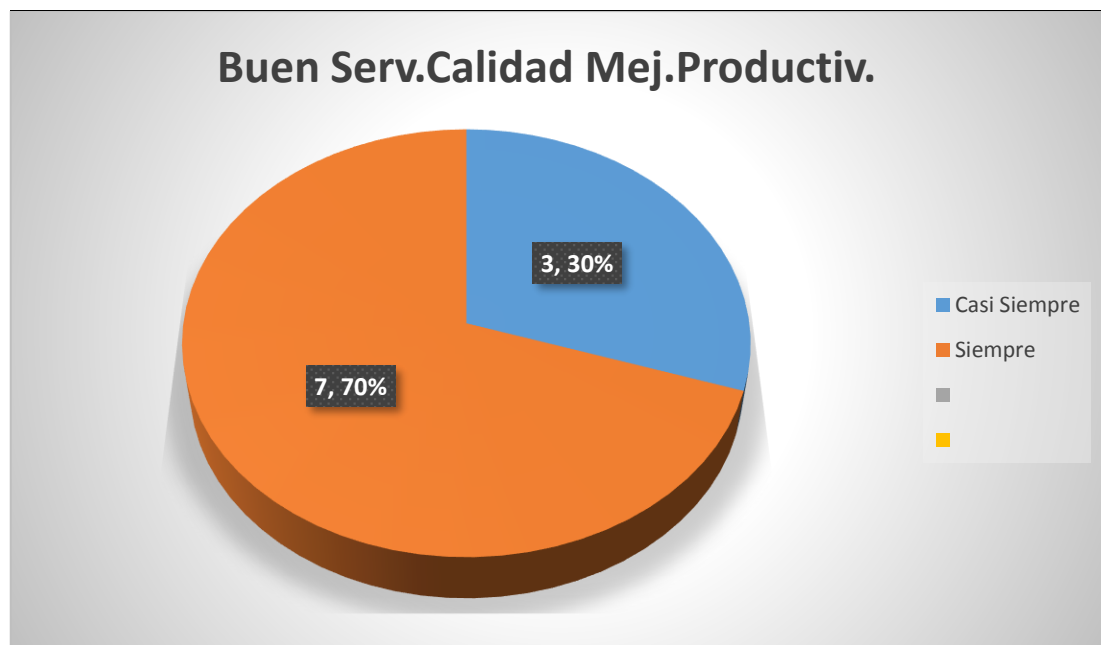


Figura 15. Usted cree que con un buen servicio de calidad mejore la productividad de la empresa.

Interpretación:

El 70.0% Siempre cree con un buen servicio de calidad se ve los resultados en la productividad y el 30.0% Casi Siempre seda buenos resultados en la productividad.

Tabla 18

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

Cumple con las normas de formalización de la Empresa.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Muy P. Veces	4	40.0%	40.0%	40.0%
	Algun. Veces	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Casi Siempre	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Siempre	3	30.0%	30.0%	100.0%

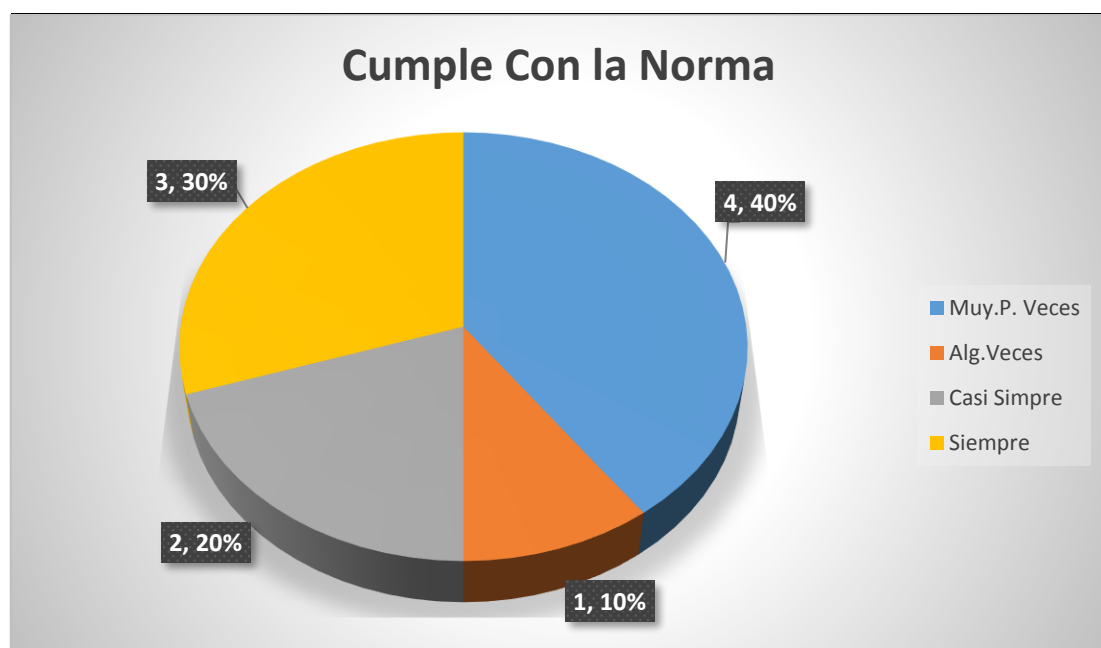


Figura 16. Cumple con las normas de formalización de la Empresa.

Interpretación:

El 40.0% de las MYPE Muy Pocas Veces cumple con las normas de formalización y 30.0% si Siempre cumple con la Formalización, 20.0% dice que Casi Siempre trata de cumplir con las normas y 10.0% Algunas veces cumple.

Tabla 19.

REFERENTE AL SISTEMA DE INFORMACIÓN

Maneja un Sistema de Información Rápida de la Variedad de sus Productos

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	3	30.0%	30.0%	30.0%
	Muy P. Veces	5	50.0%	50.0%	50.0%
	Algun. Veces	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Siempre	1	10.0%	10.0%	10.0%

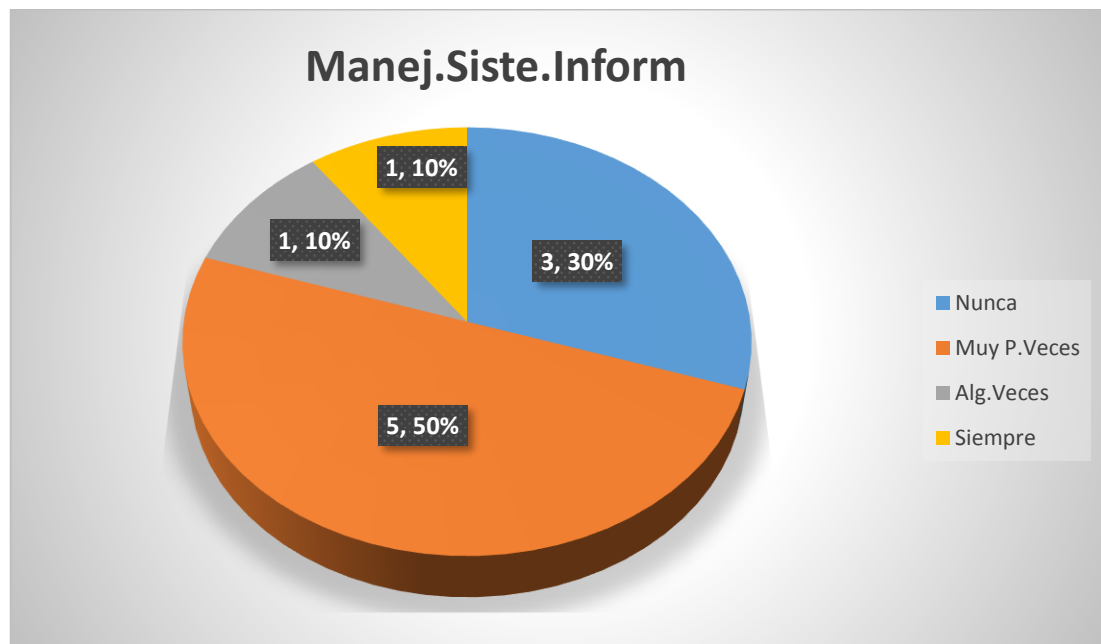


Figura 17. Maneja un Sistema de Información Rápida de la Variedad de sus Productos

Interpretación:

Que el 50.0% Muy Pocas Veces Utiliza el sistema, 30.0% Nunca cuenta con ese sistema, el 10.0% Algunas veces usan el sistema y el otro 10.0% siempre lo usan.

Tabla 20

REFERENTE AL SISTEMA DE INFORMACIÓN

Maneja un Sistema de Contingencia la Empresa

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Muy P. Veces	5	50.0%	50.0%	50.0%
	Algun. Veces	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Casi Siemp.	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Siempre	2	20.0%	20.0%	20.0%

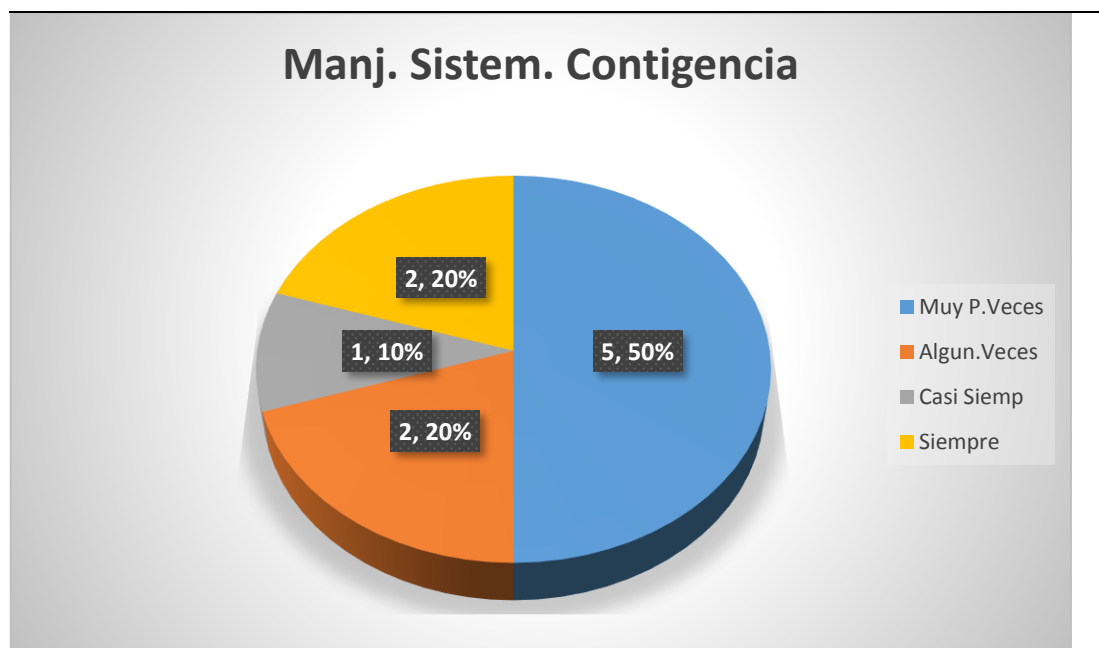


Figura 18. Maneja un Sistema de Contingencia la Empresa

Interpretación:

50.0% Muy pocas Veces Manejan un Sistema de Contingencia; 20.0% Algunas veces cuenta con este sistema, 10.0% Casi Siempre cuenta con este sistema de contingencia y el otro 20.0 % Siempre cuenta con un sistema de Contingencia.

Tabla 21

CARACTERISTICA DE LA GESTION DE LA CALIDAD

Planifica los objetivos que quiere conseguir en el último año.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Muy P. Veces	5	50.0%	50.0%	50.0%
	Algun. Veces	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Casi Siemp.	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Siempre	2	20.0%	20.0%	20.0%



Figura 19. Planifica los objetivos que quiere conseguir en el último año.

Interpretación:

El 30.0% muy pocas veces planifican sus objetivos, el 20.0% algunas veces lo toman en cuenta sus objetivos y el otro 30.0% casi siempre están pendiente que se logre los objetivos y el 20.0% restante siempre están pendiente de sus objetivos.

Tabla 22.

CARACTERISTICA DE LA GESTION DE LA CALIDAD

Cuál es su Prioridad ante el cliente para gestionar una atención de calidad.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi Siemp.	6	60.0%	60.0%	60.0%
	Siempre	4	40.0%	40.0%	40.0%
	Total	10	100.0%	100.0%	100.0%

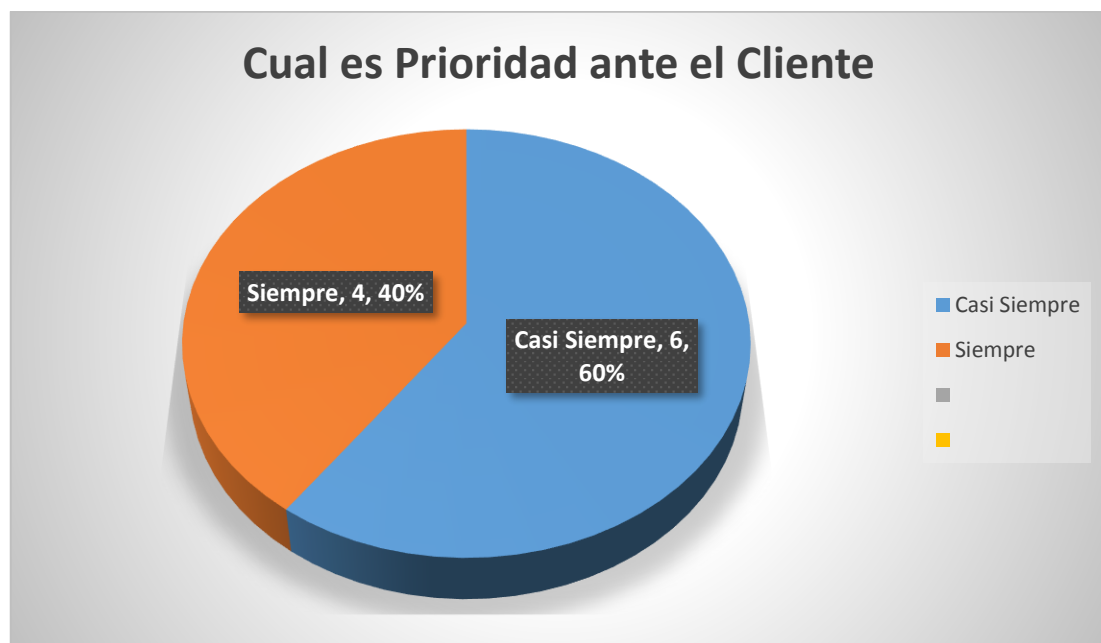


Figura 20. Cuál es su Prioridad ante el cliente para gestionar una buena atención de Calidad.

Interpretación:

Las MYPES del 60.0% casi siempre cumple con una buena atención de calidad, mientras que el 40.0% siempre cumple con la buena atención.

Tabla 23.

CARACTERISTICA DE LA GESTION DE LA CALIDAD

La Tienda establece programas o Proyecto para la calidad.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Algun. veces	8	80.0%	80.0%	80.0%
	Casi Siempre	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Siempre	1	10.0%	10.0%	10.0%

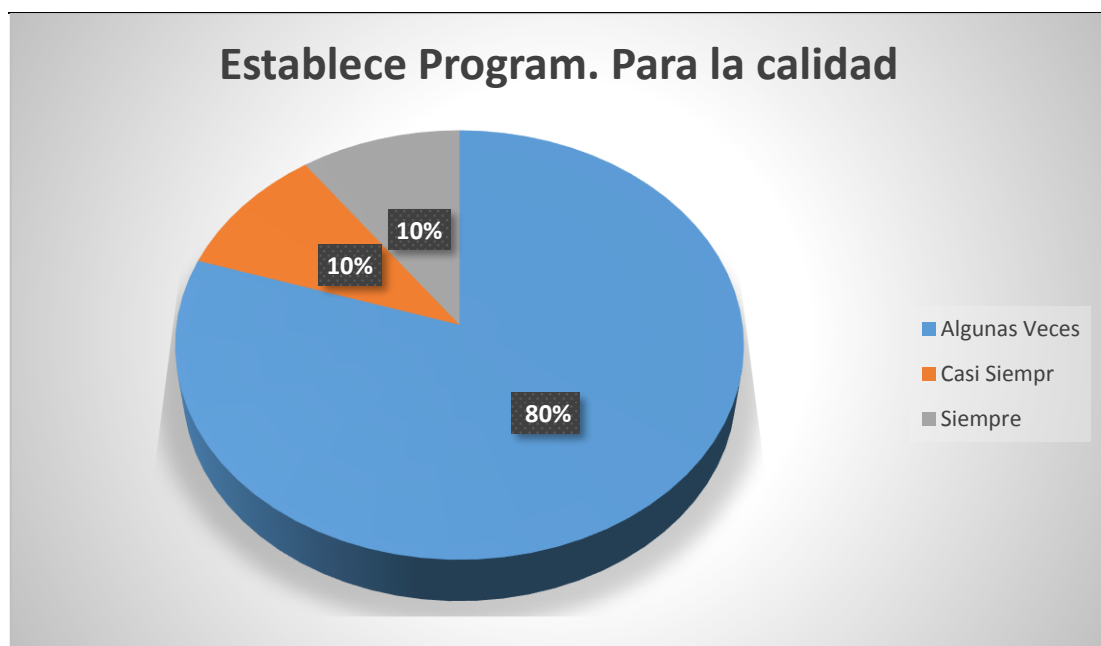


Figura 21. La tienda establece programas o proyectos para la calidad.

Interpretación:

Que el 80.0% toman en cuentas sobre estos programas y los otros 10.0% casi siempre lo toman en cuenta en que se dé y el 10.0% restante si establecen programas para la calidad.

Tabla 24.

CARACTERISTICA DE LA GESTION DE LA CALIDAD

La tienda evalúa el comportamiento de la calidad real.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Algun. veces	5	50.0%	50.0%	50.0%
	Casi Siempre	3	30.0%	30.0%	30.0%
	Siempre	2	20.0%	20.0%	20.0%

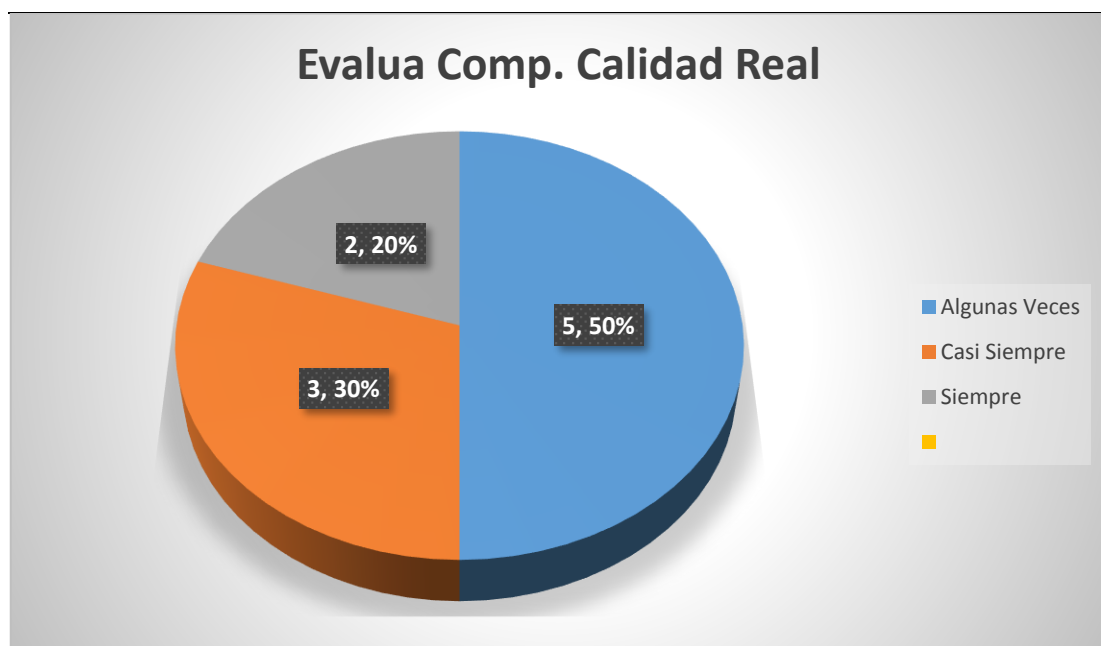


Figura 22. La Tienda evalúa el comportamiento de la calidad real.

Interpretación:

Que el 50.0% algunas veces toma en cuenta esta evaluación real de la calidad, el 30.0% casi siempre lo toma en cuenta y 20.0% siempre están viendo ese tema de la calidad real.

Tabla 25.

CARACTERISTICA DE LA GESTION DE LA CALIDAD

La tienda realiza acciones para radicar las diferencias entre lo real y lo planificado.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Muy P. veces	2	20.0%	20.0%	20.0%
	Algunas Veces	4	40.0%	40.0%	40.0%
	Casi Siempre	3	30.0%	30.0%	30.0%
	Siempre	1	10.0%	10.0%	10.0%

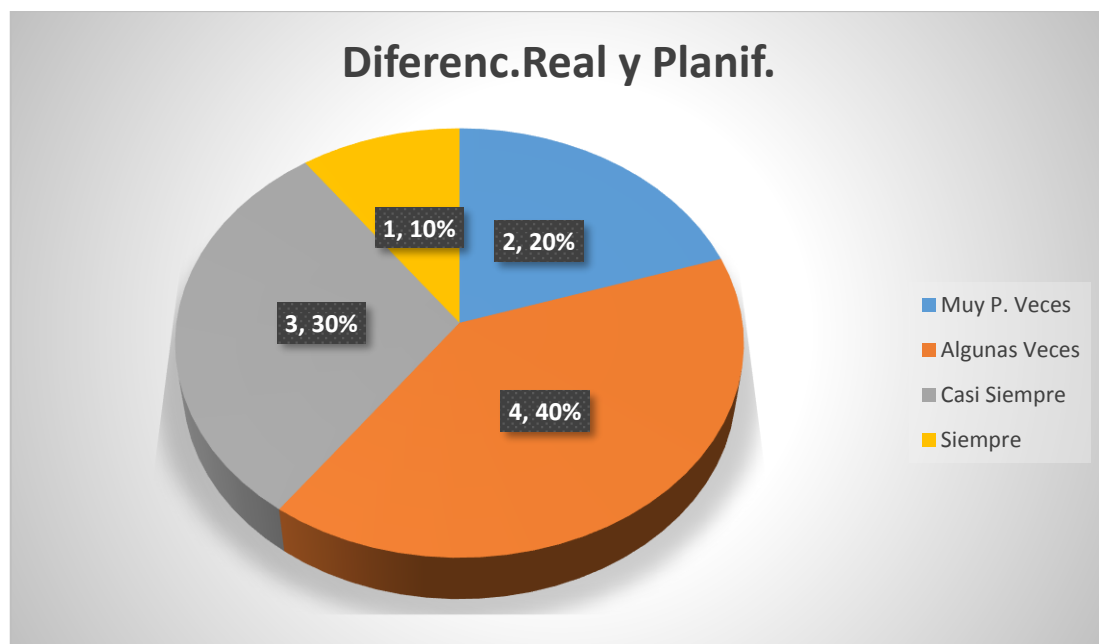


Figura 23. La tienda realiza acciones para radicar las diferencias entre lo real y lo planificado

Interpretación:

Que el 40.0% algunas veces realiza acciones para erradicar la esa diferencia entre lo real y lo planificado.

Tabla 26.

CARACTERISTICA DE LA GESTION DE LA CALIDAD

Consulta con el Cliente la Conformidad de su compra.

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Algunas Veces	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Casi Siempre	1	10.0%	10.0%	10.0%
	Siempre	8	80.0%	80.0%	80.0%
	Total	10	100.0%	100.0%	



Figura 24. Consulta con el cliente la conformidad de su compra.

Interpretación:

El 80.0% el vendedor consulta con el cliente de la conformidad de la compra.

4.2 Análisis del Resultado

Sobre las características de los representantes de las MYPE

De acuerdo con la respuesta a esta investigación el 60,0 % de los representantes encuestados tiene una edad de 31 a 50 años estos resultados nos demuestran que son personas de una edad entre joven a madura que se posesionan en el mercado por la alta rentabilidad que les genera. Un resultado distinto muestra **Estela y Sánchez (2018)** que los resultados de su investigación que el 85.5 % son de 55 años a más que son personas maduras y que han venido ejerciendo su negocio con el capital de sus jubilaciones.

Referente a los representantes de las MYPES que el 80,0 % de los representantes encuestados son de género masculino, porque en las actividades a realizar requieren casi siempre esfuerzo para trasladar productos pesados. En los resultados de **Estela y Sánchez (2018)** sostiene en su investigación que el 86.0% también son de género masculino.

Referente a los representantes de las MYPES que el 70.0% tiene grado de instrucción es superior no universitario completo. Mientras que, en los resultados de estudio de **Estela y Sánchez, (2018)** sostiene la misma versión que el 68.10% son de grado de instrucción superior no Universitaria.

Un 60,0 % de los representantes encuestados del rubro ferreterías del distrito de Pueblo Nuevo son dueños, mientras que el 40 % ocupan el cargo de administradores.

Referente a los representantes de las MYPES reporta que el 60.0 % son dueños de su empresa. Mientras que **Estela y Sánchez (2018)**, reporta una encuesta variante que el 46.0% son administradores de estos negocios, son familias.

Sobre las características de las MYPES

De acuerdo con los resultados de la investigación que el 70.0% tiene permanencia más de 7 años en el rubro, mientras que en la teoría de **Estela y Sánchez (2018)** confirman que el 87.0% tiene más de 10 años en el mercado.

Sobre la cantidad de los trabajadores en esta microempresa indica que el 100% son, no más 1 a 5 personas en la MYPE, mientras que **Estela y Sánchez (2018)** que el 55% nos confirma lo contrario que solo cuenta de 1 a 2 personas por ser un negocio familiar.

Un 50,0 % de los representantes encuestados del rubro ferreterías trabajan con familias y no familias. Del mismo modo **C. Tapia (2016)** afirma lo contrario que el 30,0 % de los encuestados indican que no son familias.

Referente a las características de la competitividad

Con la investigación realizada a las MYPES indican que el 40.0% tiene una buena comunicación con sus distribuidores respetando los tiempos de entrega. Mientras que en la confirmación de su encuesta realizada **C. Tapia (2016)** indica que la mayor satisfacción con sus distribuidores es llevar una buena relación en la comunicación y esto arroja el 57.0%.

Con Respecto al Aseguramiento de la Calidad

El 70,0 % de los representantes encuestado del rubro ferreterías reconoce que con un buen servicio de calidad mejorara la productividad de la empresa, mientras que **J. Pacheco (2017)**, confirma que el 100% de los encuestado reconocen que con el buen servicio al cliente mejorara la productividad.

El 80,0% de los representantes encuestados del rubro ferreterías verifica la conformidad de su venta a sus clientes y la satisfacción de su compra, **J. Pacheco (2017)**, confirma también la conformidad de sus productos en un 100%.

V. CONCLUSIONES

Referente a las principales características de los representantes de las MYPES.

Con el presente documento de investigación se llegó a la conclusión que 60% son de una edad entre 31 a 50 años. Podemos también afirmar que los representantes de las MYPES son de género masculino y los representantes y administradores son dueños de su negocio y tiene un grado de instrucción superior no universitaria.

Referente a las principales características de las MYPES

Se llega a la conclusión que la mayoría de los representantes tiene la permanencia en el cargo de 7 años a más; también se afirma que en estos negocios trabajan más de 1 a 5 personas las misma que son entre no familiares y familia que elaboran en ellas, este negocio fue creado con el objetivo de generar ganancias.

Referente a las características de la competitividad

Esta investigación demuestra que en su mayoría tiene una buena comunicación con los distribuidores de la mercadería respetando los tiempos adecuados.

Referente a las características de la gestión de la calidad

En esta investigación se demuestra que los representantes encuestado del rubro ferreterías reconoce que con un buen servicio de calidad mejorara la productividad. También indica que los representantes encuestados del rubro ferreterías verifican la conformidad de su venta a los clientes y la satisfacción de su compra.

VI. RECOMENDACIONES

La presente investigación sea de gran utilidad para los representantes de las de la Ferreterías se le recomienda:

- Capacitar al recurso humano al momento de aplicar nuevas tecnologías y la introducción de nuevos productos.
- Realizar un análisis de mercado para ver la situación actual de la MYPES en la Av. Víctor Raúl Benavides distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chincha.
- Determinar estrategias competitivas y las políticas de ventas para obtener una mayor rentabilidad dentro de la empresa.
- Realizar una política publicitaria medios de comunicación (tv, radio, afiches y las nuevas tecnologías de internet como el Facebook), pedir a los proveedores catálogos para la demostración de sus productos a sus clientes.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://www.ferreteria.shop/blog/noticias/la-historia-detras-de-las-ferreterias>

<https://www.tableport.es/blog/historia-y-evoluci%C3%B3n-de-las-ferreter%C3%ADas>

Ulate, H. (2015) Historia de las ferreterías, [https:// www.tytenlinea.com/Ferreterias-toda-una-historia/](https://www.tytenlinea.com/Ferreterias-toda-una-historia/). <https://es.scribd.com/document/353616736/Empresa-Ferretera-Importancia>.

D. Ubfal (2004) concepto de competitividad medición y aplicación al caso argentino <http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2016/03/CENES15.pdf>

Amaya, Pozo y Zelaya. (2015). Competitividad de las Empresas comercializadoras de Materiales de Construcción Legalmente Constituidas en la ciudad de Estelí. Universidad nacional Autónoma de Nicaragua UNAN – Managua. Recuperada 8 de Setiembre 2019, <http://repositorio.unan.edu.ni/2131/1/17323.pdf> .

Estela y Sánchez. (2017) Marketing de Servicios para Mejorar la Competitividad de la Empresa de Transportes Burga Express S.R.L Chiclayo 2017. Universidad Señor de Sipan. Recuperada 8 de setiembre 2019, <http://repositorio.unan.edu.ni/2131/1/17323.pdf>

Pérez, J. (2017). Definición de ferreterías. [https://definicion .de/ferreterías/](https://definicion.de/ferreterias/)

Scian, (2002). principales conceptos del Sector comercio. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/Capitulo1.pdf>

Araoz (1998) concepto de Competitividad. <http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2016/03/CENES15.pdf>

Bernar, S. (2016). Competitividad Sistemática y Nuevos Desafíos. Sepal. Santiago.

Blume, S. (2015). Análisis de la Competitividad. Buenos Aires. Espasa.

Cervilla, A. (2017). Cualidades de innovación de servicios.

Puebla: Aelequín. Chumpeter, J. (2015). Paradigma y métodos de innovación de servicios.

Valencia. Praga. Crosby, P. (2001). Planeación de Gestión de Calidad. ESF Editor. Villarica.

García, E. (2016) Ciclo de Deming: La Gestión y Mejora de Procesos
<https://equipo.altran.es/el-ciclo-de-deming-la-gestion-y-mejora-de-procesos/>

Dixon, S. (2014). Legado de calidad y servicios e innovación. El Manual Moderno.

Canadá Fernández, R. (2014). Innovación empresarial. Ediciones de la Parra. Caracas.

Flores, M. (2018). Falta de confianza y rechazo a asociatividad impide que las MYPE. despeguen. Diario la República, pág. 19. 84

Freeman, D. (2015). Características de innovación.

Medición y evaluación al Proveedor <https://www.questionpro.com/blog/es/evaluacion-de-proveedores/amp/>

<https://www.lifeder.com/indicadores-calidad/>

VIII. ANEXOS

Anexo 01. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Encuesta de tesis

Nombre de la Tesis: Propuesta de Mejora de la Competitividad como factor Relevante para la Gestión de la Calidad en las Micro y pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Ferretería de la Av. Víctor Raúl Benavides del Distrito de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha.

INTRODUCCIONES: a continuación, le presentamos 10 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuesta aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con el siguiente código.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeña Empresa

1. Edad

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

2. Género

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de Instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no Universitaria
- e) Superior Universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años

- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares
- c) Familiares y Personas no Familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar Ganancia
- b) Subsistencia

10. Tipo de constitución de la empresa

- a) Persona Natural
- b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c) Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- e) Sociedad Anónima (S.A.)

Características de la competitividad.

ESCALA VALORATIVA				
NUNCA	MUY POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala de Likert				
V1: Competitividad						
D1: Comercialización						
1	Hay buena comunicación constante con el distribuidor de la mercadería.	1	2	3	4	5
2	Cuenta con un catálogo de productos para la elección del cliente	1	2	3	4	5
3	El cliente hace su pedido directamente a la empresa o telefónicamente.	1	2	3	4	5
4	El vendedor cuenta con un formato para las ordenes de pedidos	1	2	3	4	5
5	Los proveedores confirman el pago con la asistenta contable para realizar la entrega de la mercadería.	1	2	3	4	5
D2: Aseguramiento de la Calidad						
6	Usted cree con un buen servicio de calidad mejorara la productividad de la empresa.	1	2	3	4	5
7	Cumple con las Normas de regla con la formalización de la Empresa.	1	2	3	4	5

D3: Sistema de Información						
8	Maneja un sistema de información rápida de la variedad de sus Productos	1	2	3	4	5
9	Maneja un sistema de Contingencia	1	2	3	4	5

Características de la gestión de calidad

N°	Ítems	Escala de Likert				
V2: Gestión de Calidad						
D1: Planificar la calidad						
1	Planifica los objetivos que quiere conseguir en el último año	1	2	3	4	5
2	Cuál es su prioridad ante el cliente para gestionar una atención de calidad	1	2	3	4	5
3	La tienda establece programas o proyectos para la calidad	1	2	3	4	5
D2: Hacer		Escala de Likert				
4	La tienda evalúa el comportamiento de la calidad real	1	2	3	4	5
5	La tienda realiza acciones para erradicar las diferencias entre lo real y lo planificado	1	2	3	4	5
D3: Verificar						
6	Consulta con el cliente la conformidad de su compra	1	2	3	4	5
7	Consulta con el cliente el tiempo de entrega a la fecha en caso de delivery	1	2	3	4	5

Anexo 02. Relación de MYPE en estudio

N°	Dirección	Denominación
1	Av. Víctor R. Benavides N°247	Ferretería “La Oferta”
2	Av. Víctor R. Benavides N° 101	Ferretería “IZAN” E.I.R.L
3	Av. Víctor R. Benavides N° 632	Ferretería “Jesús”
4	Av. Víctor R. Benavides N° 139	Ferretería “Santa María”
5	Av. Víctor R. Benavides N° 365	Ferretería “D.&M” E.I.R. L
6	Av. Víctor R. Benavides N° 300	Distribuidora “ROJITAS” Librería y Ferrería
7	Av. Víctor R. Benavides N° 605	Ferretería EN GENERAL
8	Av. Víctor R. Benavides N° 619	Materiales y Ferrería “ROCIO”
9	Av. Víctor R. Benavides N° 496	Ferretería “Cristo Rey”
10	Av. Víctor R. Benavides N° 548	Pintura y Ferrerías “GUILLE’S

Anexo 3

Propuesta de Mejora en la Competitividad como Factor Relevante para la Gestión de la Calidad de la Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro Ferretería de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo, provincia de Chincha departamento de Ica, 2018; luego de examinar el presente trabajo de investigación se llegó a la conclusión que el 50% de los encuestados Muy Pocas Veces, cuentan con un catálogo para la demostración de la variedad de sus productos para los clientes.

INDICE

1. INTRODUCCION	66
2. METODOS Y MATERIALES	66
3. PROCEDIMIENTOS	67
4. MEDICIONES Y EVALUACION DE LOS RESULTADOS	68
5. CONCLUSIONES	70

1. INTRODUCCION

La propuesta para la mejora en la competitividad como factor relevante para la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chincha departamento de Ica, 2018. Luego de analizar la presente investigación se puede deducir que el 40% de los representantes del rubro ferreterías casi siempre tiene una buena comunicación con el distribuidor de las mercaderías.

Así mismo la teoría de Araoz indica que la competitividad Es el resultado del entrelazado de una serie de factores económicos y geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación. Araoz (1998)

2. METODOS Y MATERIALES

Competitividad se propone la aplicación del método planteado por Araoz según a las siguientes dimensiones:

Comercialización: consiste en el análisis de las políticas de ventas, vías de distribución, formas de pago relación con el cliente y proveedores y estudio de mercado.

Aseguramiento de la Calidad: conjunto de acciones planificadas y sistemáticas necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio a satisfacer los requerimientos dados sobre la calidad.

Sistema de Información: es un conjunto de datos que interactúan entre si con un fin común, los sistemas de información ayudan a administrar y recolectar, recuperar, procesar, almacenar y distribuir información.

3. PROCEDIMIENTO

Es la acción a la aplicación de la propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides de distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chincha departamento de Ica 2018.

Comercialización:

- Se deberá tomar los tiempos de entrega de los productos.
- Se deberá utilizar un catálogo para visualizar la variedad de productos a escoger al gusto del cliente.

Aseguramiento de la Calidad:

- Se deberá cumplir con la calidad de sus productos dentro de las normas establecidas.
- Se deberá cumplir con los objetivos ya plasmado a tiempo y obtener los resultados a finales del año.

Sistema de Información:

- Debe manejar un sistema de información de su almacén para verificar su stock de productos.
- Debe manejar un sistema de contingencia.

4. MEDICION Y EVALUACION DE LOS RESULTADOS

- **Con Respecto a la Comercialización**

Las herramientas para evaluar a los proveedores, Existe un método más avanzado conocido como el Modelo de Carter 10 C's. y estos son:

1. **Capacidad**, el proveedor tiene la capacidad de entregar lo que ofrece.
2. **Competencia**, él puede completar las tareas en un periodo de tiempo determinado.
3. **Consistencia**, el proveedor ofrece resultados constantes.
4. **Control de Procesos**, el proveedor ofrece flexibilidad y tiene un control sistemático sobre sus procesos.
5. **Compromiso con la calidad**, existe un sistema establecido por el proveedor que verifica la gestión de la calidad.
6. **Cash** (efectivo) el proveedor es independientemente financiero o trabaja con la participación de terceros.
7. **Costo**, los productos y servicios que se ofrecen son rentables
8. **Cultura**, el proveedor tiene una buena cultura laboral y una buena reputación en el mercado.
9. **Clean (limpio)**, el proveedor tiene licencia legal para realizar el trabajo que ofrece.
10. **Comunicación**, el proveedor cuenta con los medios de comunicación necesarias para responder a las consultas que se le hacen.

- **Respecto al Aseguramiento de la Calidad**

Las herramientas que se utilizara para medir y evaluar la calidad del producto son:

1. **Planifica el control de calidad**, se define por la empresa para medir la calidad ha de estar muy detallada e ir alineado con los objetivos de la empresa.

Se define varios elementos:

Los procesos y sistemas que hay que medir para lograr productos sin errores.

Las características que ha de tener el producto o servicio para que garantice su calidad.

El equipo de persona que medirá y comprobará correctamente los productos y servicios.

Como se recogerá los datos para luego poder realizar cambios y correcciones.

La formación necesaria, para los trabajadores y llevar acabo la inspección.

Las pruebas para comprobar que el producto es de calidad y no tienen fallas.

2. **Verifica los Productos**, La verificación de los productos se realiza en tres fases:

Inspeccionando el Proceso de entrada de los materiales.

Inspeccionando el proceso durante su desarrollo.

Verificando los productos terminados.

3. Actividades para mejorar el control de los procesos.

Elaboración de Inventarios, tener un inventario al día

Diseño de un plan de calibración, La calibración sirve para comparar las distintas calidades con un patrón de referencia.

Realiza planes de mantenimiento de los equipos, tener planificado los periodos de revisión y mantenimiento de los recursos materiales y los productos.

- **Respecto al Sistema de Información.**

Como se evalúa el stock de productos en el sistema de Información:

Proporción entre el inventario Final y las ventas promedio del último periodo e indica cuantas veces dura el inventario que se tiene en el cálculo y a la vez solicita al departamento del sistema, la información del valor total de las ventas y el inventario por mes.

$$\text{Valor} = \frac{\text{Inventario Final}}{\text{Ventas promedio}} \cdot 30 \text{ días}$$

5. CONCLUSIONES

De haber culminado con la investigación realizada para la Propuesta de Mejora de la Competitividad como Factor Relevante para la Gestión de la Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chincha del departamento de Ica, 2018.

Concluyo que el análisis de las empresas señala 2 problemas resaltantes:

1. PROBLEMA; El Largo tiempo de espera son una de las causas más comunes de insatisfacción de los clientes.

1ª. SOLUCIÓN; Manejar un sistema de contingencia RAPIDA con el programa de Excel elaborado por especialista en programas informáticos, para que el empresario pueda habilitar esta información de su stock a su personal de ventas.

2. PROBLEMA El mal usos del sistema de información del stock de su inventario para una rápida información.

2º SOLUCION; capacitar al personal de almacén y pueda saber el stock de la manera más rápida al cliente en espera.

Para competir con las demás empresas es darles solución a las debilidades, para una mejora continua en satisfacción del cliente.