



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

TÍTULO:

CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO DE TRANSPORTE FLUVIAL DE LA CIUDAD DE JUANJUI, PROVINCIA DE MARISCAL CÁCERES, REGIÓN SAN MARTÍN AÑO 2015-2016.

INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LECENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.

AUTORA:

BR. ALICIA NAVARRO GUERRA

ASESOR:

LIC. NILSON ANGULO CACHIQUE

TINGO MARÍA – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Dr. Geider Grandes García
Presidente

Mgtr. Sergio Oswaldo Ortiz García
Secretario

Lic. Carlos Rufino Isla Hidalgo
Miembro

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote ULADECH por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional, a los docentes por sus esfuerzos y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencias, su paciencia y motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxitos. A los propietarios y administradores de las empresas de transporte fluvial y a los pasajeros de este medio de transporte, por el tiempo que le dedicaron a responder las preguntas del cuestionario del presente trabajo de investigación.

A mi familia que está siempre a mi lado compartiendo mis logros, apoyando mis decisiones, enfocando el camino que estoy por recorrer día a día.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haberme llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme su cariño y apoyo incondicional. A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo, así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar la caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, Región San Martín, Año 2015-2016. La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 12 microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 58 % de las MYPES sí asesoran al comprador, mientras que el 42 % no asesoran al comprador. Respecto a sus consultas o reclamos posteriores a la compra el 42 % responde con poca frecuencia y el 33 % con menor frecuencia. En cuanto a la competitividad para el buen desempeño de las MYPES; el 75 % desaprueban la competitividad y el 25% aprueban.

En cuanto a la formalidad el 83% son informales y solo un 17% son formales como MYPES en el rubro de transporte fluvial.

Finalmente las conclusiones son: La mayoría de las MYPES sí asesoran al comprador pero responden a sus reclamos posteriores a la compra con poca frecuencia.

Palabras clave: Gestión de calidad, competitividad, MYPES.

ABSTRACT

The present work of investigation, had as a general objective, determine the characterization of the management of quality and competitiveness of the MYPES heading inland waterway transport in the city of Juanjuí, Region San Martín, Year 2015-2016. The research has been experimental not because it took place without deliberately manipulating variables, observing them as they were within its context. Was descriptive and chose a sample of 12 micro, applying a questionnaire of 20 questions, using the technique of survey, yielded the following results: 58 % of the MYPES yes advise the buyer, while 42 % did not advise the buyer. With respect to their queries or complaints after purchase 42 % responds with low frequency and 33 % less frequently. In terms of competitiveness for the good performance of the MYPES; 75% disapprove of the competitiveness and the 25% approve. In regard to the formality 83% are informal and only 17% are formal as MYPES in the area of inland waterway transport. Finally the conclusions are: The majority of the MYPES yes advise the buyer but respond to their claims after purchase with low frequency.

Key words: Quality Management, competitiveness, MYPES.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula del proyecto de tesis.....	i
Jurado evaluador de tesis.....	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	xi
I INTRODUCCIÓN	1
II REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes	7
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	11
2.3. Marco conceptual.....	20
III METODOLOGÍA	21
3.1. Diseño de la investigación.....	22
3.2 Población y muestra.....	23
3.3. Técnicas e instrumentos	28

IV RESULTADOS	31
4.1 Resultados.....	31
4.2 Análisis de resultados.....	51
V CONCLUSIONES.....	55
Referencias bibliográficas.....	56
ANEXO.....	58

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	26
Tabla 2. Matriz de consistencia de caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES.....	29
Respecto al perfil del empresario	31
Tabla 3 Edad de los representantes de las MYPES.....	31
Tabla 4 Género de los representantes de las MYPES.....	32
Tabla 5 Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	33
Tabla 6 Estado civil de los representantes.....	34
Tabla 7. Profesión de los representantes de las MYPES.....	35
Respecto a las características de la MYPES.....	36
Tabla 8. Antigüedad de las MYPES del sector transporte fluvial.....	36
Tabla 9. Formalidad de las MYPES.....	37
Tabla 10. Número de trabajadores permanentes de las MYPES.....	38
Tabla 11. Número de trabajadores eventuales de las MYPES.....	39
Tabla 12. Motivos de formación de las MYPES.....	40
Respecto a las características de la competitividad.....	41
Tabla 13. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.....	41
Tabla 14. El vendedor asesora al comprador en las MYPES.....	42
Tabla 15. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.....	43
Tabla 16. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.....	44
Tabla 17. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.....	45

Respecto a las características de la gestión de calidad	46
Tabla 18. Utilizan las redes sociales para atención a sus clientes.....	46
Tabla 19. Publicidad a través de los medios sociales de las MYPES.....	47
Tabla 20. El empleador capacita e incentiva a los trabajadores de las MYPES.....	48
Tabla 21. Considera que el aspecto y estado físico de las instalaciones es excelente.	49
Tabla 22. Considera que el personal de ventas y servicio es honesto en la información que le proporciona.....	50

Índice de Gráficos

Respecto al perfil del empresario	31
Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES.....	31
Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES.....	32
Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.....	33
Gráfico 4. Estado civil de los representantes.....	34
Gráfico 5. Profesión de los representantes de las MYPES.....	35
Respecto a las características de la MYPES	36
Gráfico 6. Antigüedad de las MYPES del sector transporte fluvial.....	36
Gráfico 7. Formalidad de las MYPES.....	37
Gráfico 8. Número de trabajadores permanentes de las MYPES.....	38
Gráfico 9. Número de trabajadores eventuales de las MYPES.....	39
Gráfico 10. Motivos de formación de las MYPES.....	40
Respecto a las características de la competitividad	41
Gráfico 11. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.....	41
Gráfico 12. El vendedor asesora al comprador en las MYPES.....	42
Gráfico 13. Entrega del producto al cliente con la menor demora posible.....	43
Gráfico 14. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.....	44
Gráfico 15. Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.....	45
Respecto a las características de la gestión de calidad	46
Gráfico 16. Utilizan las redes sociales para atención a sus clientes.....	46

Gráfico 17. Publicidad a través de los medios sociales de las MYPES.....	47
Gráfico 18. El empleador capacita e incentiva a los trabajadores de las MYPES.....	48
Gráfico 19. Considera que el aspecto y estado físico de las instalaciones es excelente.....	49
Gráfico 20. Considera que el personal de ventas y servicio es honesto en la información que le proporciona.....	50

I. INTRODUCCIÓN

Constituyen principales puertos fluviales de la Amazonía peruana: Iquitos y Yurimaguas, los que se encuentran ubicados en el departamento de Loreto. Además en Ucayali se encuentra el Puerto de Pucallpa; el Puerto Maldonado ubicado en Madre de Dios y los Puertos de Tocache Nuevo, Juanjuí y Bellavista en el departamento San Martín. En la Selva peruana existen innumerables ríos cuya principal característica es que son navegables, siendo los principales el río Amazonas, el Ucayali, el Huallaga, el Marañón, el Urubamba entre otros. En estos ríos se observa el tráfico de embarcaciones cuyo tonelaje máximo puede ser de 10,000 Tm. Esta es la principal característica por la cual, los ríos Huallaga y Amazonas constituyen parte del corredor interoceánico de transporte multimodal que inicia en la costa con el puerto de Paita, continúa por carretera asfaltada hasta el puerto fluvial de Yurimaguas, integrándose luego con Brasil, gracias a los ríos antes nombrados.

Entre las principales embarcaciones que transitan por los ríos de la selva son: Peque-peques: canoas con motor estacionario. Estos medios tienen gran demanda constituyendo un medio de transporte masivo en la zona amazónica, empleándose tanto para carga como para el transporte de pasajeros, siendo su característica principal el traslado de personas hasta un promedio de 30 y transportan cargas con pesos que no excedan los 300 kg. Con respecto a las canoas con motor fuera de borda están constituidas por embarcaciones similares al peque-peque, pero tienen un motor fuera de borda lo que permite que sean más livianas y más rápidas, siendo su capacidad de carga mínima. También circulan otras embarcaciones clasificadas como pesadas como los barcos de carga, también denominados "chatas", los que transitan por los ríos de gran caudal transportando hasta 300 personas siendo su capacidad máxima es de 20 Tm.

Por otro lado, se puede apreciar la presencia de embarcaciones modernas para el transporte de turistas que visitan diferentes localidades fluviales típicas de la zona. (Wikipedia 2013). El transporte fluvial consiste en el traslado de productos o pasajeros de unos lugares a otros a través de ríos con una profundidad adecuada. El transporte fluvial es una importante vía de comercio interior, por lo que, en ríos con las infraestructuras suficientes son muy importantes. (Wikipedia 2012).

Los ríos constituyen las vías fluviales o hidrovías por donde transitan diferentes tipos de embarcaciones trasladando pasajeros y/o carga entre puertos ubicados en las márgenes de estas vías para facilitar el transporte de mercancías, estableciéndose rutas y tráficos de acuerdo a la demanda del transporte.(MINISTERIO DE TRANSPORTES, COMUNICACIONES, VIVIENDA Y CONSTRUCCIÓN DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTE ACUATICO).

La condición de navegación en los ríos es variable y estacional presentando las mayores restricciones en los períodos de vaciante que corresponden a los meses de Julio Septiembre, que a su vez significa mayores costos, sea por pérdida de tiempo en navegación, posibles daños a las naves, pérdida de profundidad en los canales de acceso a los puertos, etc.

Según sus características técnicas, los puertos de Iquitos y Yurimaguas son de tipo flotante, los mismos que cuentan con facilidades de atraque, almacenaje y equipos suficientes para el manipuleo de carga; y además Puerto Maldonado que cuenta con una plataforma fija. Existe un mercado cautivo en la región, originado por la ubicación geográfica de las grandes ciudades, así como de las pequeñas en zonas intermedias, que para subsistir requieren del abastecimiento de diversos productos.

Las cargas movilizadas por la vía fluvial entre las grandes ciudades y zonas intermedias son: madera, fibra de yute, cemento, cerveza, maquinarias, productos alimenticios, aceites grasas y lubricantes, explosivos, acero y fiero en planchas, baritina, abonos minerales, combustibles, artículos de ferretería, algodón y textiles, motores y repuestos, vehículos motorizados, etc. Al respecto se debe hacer notar que hasta la fecha, estas cargas son movilizadas sin aplicar sistemas de unitarización.

En cuanto a la exportación por la vía fluvial, prácticamente no se da, ya que no existen productos para tal efecto y más bien se tiene productos de importación, especialmente acero, cemento y bienes de capital y se efectúa a través del puerto de Iquitos que tiene las mayores facilidades de atención a los buques de alto bordo.

En cuanto a la situación empresarial del transporte fluvial este se encuentra repartido entre Sociedades Anónimas y Encomanditas de Responsabilidad Limitada y representan el 40% del total de empresas y agrupa a las más grandes que cuentan con la mayoría de embarcaciones.

Las empresas Unipersonales son las más numerosas, alcanzando el 60% del total y son generalmente Armadores que cuentan con una sola embarcación.

Con relación a la normatividad comercial y turística esta relación se ha implementado en el Perú y las empresas se encuentran en plena adecuación. El sistema fluvial amazónico, comprende algo más de 14,000 Km. De longitud de ríos, considerándose navegables 6,000 Km., Siendo sus características:

- Pequeña pendiente,
- Grandes caudales,
- Fluctuaciones en el espejo de agua, y --

-Considerable transporte de sedimentos.

Que intervienen en los cambios morfológicos comportándose, los ríos como divagantes lo que origina presenten dificultades para la navegación principalmente para naves de 10_ pies de calado. (MINISTERIO DE TRANSPORTES, COMUNICACIONES, VIVIENDA Y CONSTRUCCIÓN DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTE ACUATICO).

El Sistema Fluvial en la Región del Amazonas en el Perú posee más de 6,000 kilómetros de vías navegables que posibilitan el desarrollo del transporte fluvial comercial, modo por el cual se realiza más del 90 % del transporte de pasajeros y carga, es decir constituye el principal medio de transporte en dicha región. El río Huallaga es parte del sistema fluvial amazónico pero las condiciones de navegabilidad presentan restricciones por las limitaciones de profundidad de las aguas del río, variaciones de su cauce, el régimen de niveles de sus aguas, presencia de bancos de arena (malos pasos), canales de navegación estrechos y meándricos, presencia de palizadas, fuertes correntadas en algunos tramos, características muy peculiares que limitan el desarrollo del transporte fluvial y que ocasiona que los costos del transporte fluvial sean altos, ineficientes y que el tráfico desorganizado no sea adecuado para el transporte de pasajeros y carga

El servicio de transporte fluvial en el distrito de Juanjui es muy dinámico, este se dan teniendo como principal vía el río Huallaga aguas arriba y aguas abajo, así como por la ruta del río Huayabamba, la misma que ha alcanzado su importancia debido a la presencia del Parque Nacional de Rio Abiseo y el crecimiento de centros poblados que se dedican al cultivo de cacao cuyos pobladores hacen uso del transporte fluvial de carga y pasajeros en embarcaciones medianas debido fundamentalmente a la profundidad de las aguas de estos dos ríos.

Los accidentes con pérdidas de vidas humanas y cargas se han dado frecuentemente, esto a consecuencia de la sobrecarga, sumado a ello la falta de chalecos salvavidas, la

implementación con equipos de comunicación para facilitar el salvataje. En estos casos los pasajeros no han sido resarcidos o indemnizados económicamente ya que los propietarios de estas empresas no cuentan con seguros contra accidente y de daños a terceros.

De nuestra observación y contacto con la realidad en la que se desenvuelve esta actividad se ha podido evidenciar que existe una gran informalidad, no cumplen con las regulaciones que sobre este tipo de actividad económica existe en nuestra legislación, lo que le resta calidad en el servicio que brindan los propietarios de empresas de transporte fluvial en el distrito de Juanjui.

Para ello formulamos el enunciado: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016?, y como Objetivo General: Conocer las características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016. Además se tiene como objetivos Específicos: Conocer los beneficios de la gestión de la calidad de las MYPE rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui , año 2015-2016, determinar los factores de la competitividad de las MYPE en el rubro de transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016, determinar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro de transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016.

El presente trabajo se justifica debido a que la calidad de servicio al cliente es de mucha importancia para cualquier organización ya que los servicios constituyen el objeto principal de una transacción comercializable que no se toca, no se palpa, y que generalmente no se experimenta antes de la compra, cuyo fin es satisfacer las necesidades y deseos del cliente compensando el dinero invertido en su adquisición.

Se justifica además en la necesidad de determinar la aplicación de principios de la gestión de calidad que vienen utilizando las empresas dedicadas al transporte fluvial, esto debido a que pueblos importantes de la provincia de Mariscal Cáceres utilizan esta vía de

comunicación, sobre todo en la ruta del río Huayabamba. Los lugareños y turistas hacen uso del servicio de transporte fluvial para trasladarse incluso con sus cargas en ambos sentidos (río arriba o río abajo). Esta es una ruta obligatoria para los turistas locales, nacionales o extranjeros que requieran visitar el Parque Nacional de Río Abiseo.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes.

Lane (1999), en su trabajo señala que las aduanas son un organismo importante de todo gobierno, en particular, en las economías emergentes. La mayoría de los viajeros, hombres de negocios e importadores, reciben en la aduana la primera impresión de un país. Si las aduanas se caracterizan por la lentitud, la ineptitud, la corrupción o no se ajustan a las normas internacionales en la materia, es muy probable que el importador sea renuente a comerciar, invertir o regresar a ese país. En el documento se observa que en muchos países la aduana es la principal fuente de ingresos para el gobierno, y representa el 60 por ciento o más de la recaudación nacional de contribuciones. En todos los países, las aduanas desempeñan un papel relevante en la observancia de la legislación en la frontera de un país, la protección de la salud, la seguridad, el medio ambiente, y la prevención del contrabando. La complejidad y el volumen de trabajo de las aduanas ha aumentado paralelamente al comercio mundial. En los últimos años, se ha recomendado a las aduanas la observancia de nuevas leyes en la esfera de la propiedad intelectual, la inocuidad de los alimentos, los materiales peligrosos, el patrimonio cultural, el trabajo infantil y el tráfico de armas y municiones. Los nuevos acuerdos comerciales regionales e internacionales, concebidos para facilitar el comercio, añaden nuevas exigencias y complejidad a las responsabilidades de las aduanas. Esas nuevas responsabilidades y el incremento del volumen de trabajo pueden abrumar a muchas administraciones de aduanas, que han tratado de hacer frente a la situación con programas y respuestas tradicionales. El documento señala que, para mantener el ritmo en consonancia

con el aumento del comercio, de los viajes y de las mayores expectativas, muchas aduanas recabaron orientación y apoyo de organizaciones internacionales.

Pilco, P. (2008), investigó La gestión aduanera en el puerto del Callao como instrumento de facilitación del comercio: Perú 1995-2006. Se reconoce que el comercio internacional tiene sus costumbres, prácticas comerciales y financieras, requisitos administrativos, infraestructura y agentes; los cuales están sujetos a leyes y reglamentos que implican interacciones entre los diferentes ministerios, organismos y representantes del sector privado, dichas disposiciones la mayoría de las veces generan obstáculos que limitan el libre flujo de mercancías en el comercio internacional. La gestión en la Aduana marítima ha hecho acopio relativamente de algunas de las mejores prácticas aduaneras a nivel global para lograr parcialmente una transformación, alcanzando algunas mejoras en la calidad de los servicios, traduciéndose todo ello en una disminución del tiempo y costos de las operaciones del despacho aduanero. Sin lugar a dudas, uno de los indicadores de eficiencia más representativos en esta gestión es el incremento de la recaudación. Otro indicador lo constituye haber puesto a disposición de los usuarios de los servicios de Aduanas las herramientas tecnológicas, un portal interactivo las 24Hrs., los 7 días de la semana, ofreciendo servicios virtuales para realizar los trámites, teniendo la opción de acceder vía Web a los servicios de declaración y pago de los derechos e impuestos a través de los bancos comerciales.

Hay una brecha deficitaria en infraestructura, hoy es importante disponer de medios materiales y tecnología para atender las operaciones de forma ágil y segura con medios de control no intrusivos, sin embargo, en este campo los recursos materiales de la Aduana presentan carencias que le limita alcanzar los estándares de operación exigidos, esta limitación se debe a la falta de inversiones en mantenimiento de los equipos

existentes y por la falta de incorporación de nuevos equipos, hay pues mucho trabajo por hacer en el campo de la modernización de la infraestructura, las instalaciones, el equipamiento, los medios informáticos y los procesos de innovación tecnológica, con una orientación hacia la calidad en el servicio.

Benzaquen, J. (2013), en su investigación titulada “Calidad en las empresas latinoamericanas”: El caso peruano cuyo objetivo fue establecer la evolución del alcance de la gestión de la calidad dentro de las empresas peruanas, concluye que:

Existe una tendencia en las empresas peruanas del “No Hacer al Hacer”, es decir, las empresas peruanas pasaron de no desarrollar prácticas de calidad a desarrollarlas, ello puede ser debido a las exigencias de competir en un mercado global. Así se hace evidente que los directivos de las empresas peruanas son cada vez más conscientes de la importancia de la calidad y de la necesidad de implementar un sistema de gestión para ser más competitivos en una economía global y abrir más mercados.

Que la Alta Gerencia pasó de pensar tácticamente, a estratégicamente en la gestión de empresas, es decir, se trabaja para lograr objetivos de mediano y largo plazo asegurando la sostenibilidad de la empresa; motivada quizás por la inserción del Perú en el mercado global y la necesidad de ser más competitivos.

Que las empresas peruanas han dejado de pensar que la calidad es un concepto relacionado sólo al producto, y que se puede medir sólo cuando el producto llega a manos del cliente, sino a considerar la calidad de los procesos, esencial para ser competitivo; teniendo en cuenta que todo producto se hace a través de un proceso.

Se muestra una evolución hacia una mentalidad de calidad, entendiéndola como un proceso de suma de esfuerzos para lograr los objetivos establecidos, por lo que se hace

necesaria una capacitación más adecuada al personal, brindándoles la información necesaria especialmente en el uso de herramientas de Gestión de Calidad, así como otorgar actividades relacionadas directamente a los proyectos de calidad con la única finalidad de lograr un mayor trabajo en equipo y compromiso en los trabajadores, el cual permita cumplir con los objetivos establecidos. Que si bien las empresas peruanas incluyen a sus proveedores dentro de sus prácticas de calidad, el factor Gestión de la Calidad del Proveedor, no ha tenido el mismo nivel de mejora que el resto de los factores estudiados.

Flores A. (2004), en el presente trabajo de “Metodología de gestión para las micro, pequeña y medianas empresas en lima metropolitana”, indica que no existen datos oficiales actualizados de la representatividad de la pequeña y microempresa en el país. Los datos con los que cuenta son sobre la base del procesamiento de información de 390 mil empresas y establecimientos censos en el III Censo nacional Económico Ejecutado en los años 1993 y 1994. Por lo que se concluye, que las exigencias del mercado mundial y de la economía local, la calidad se ha convertido en los últimos años en un factor crítico de éxito para cualquier tipo de empresa las micro y pequeñas empresas nacionales tienen que alcanzar niveles de alta calidad de los productos o servicios que ofrecen y apunten a satisfacer los requerimientos de una clientela que debe ser claramente identificada y de esta manera estructurar nuestra economía mediante la administración del enorme potencial que poseen dichas empresas.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Quien la concibe como un conjunto de acciones de movilización de recursos orientadas a la consecución de objetivos. Para el investigador la gestión es el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determina la Política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades, y se implanta por Medios tales como: Planificación de la calidad, Control de la calidad, Aseguramiento de la calidad, Mejora de la calidad (Antuñez, 1993).

Etimológicamente “calidad” viene del latín “quáalitas”, derivación del latín “qualis” que significa “tal cómo”, “de qué clase”, “Cómo”o sea indica cualidad, el modo de ser Atributo, propiedad o característica que distingue a las personas, a bienes y a Servicios “Diccionario de la Lengua Española. Totalidad de características de un producto o servicio que le confieren la Aptitud para satisfacer necesidades expresas e implícitas”ISO8402:1994. En su definición de Calidad señala que la Norma UNE 66-001-92 la considera como un conjunto de propiedades. Y etimológicamente; término “calidad” lo encontramos en el vocablo latino Gualitas Atis; en el diccionario de la Real Academia Española (2005), se define como: La propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite apreciarla como igual, mejor o peor que el resto de su especie, **el mismo diccionario la define también en sentido absoluto, como la superioridad o excelencia. (Carot, 2001)**

El concepto de Calidad en Educación Superior surge a partir del momento en que se percibe que este no responde a los retos que plantea la sociedad . Los elementos para definir la calidad son: la del sentido común y los enfoques centrados en el producto .La calidad se hace equivalente a preferencia del consumidor **y la relación costo- valor calidad en relación a los recursos** los estándares para determinar

la calidad de la educación superior .(Marrou,2002).

2.2.2. Teorías de la competitividad

La competitividad se define como el resultado generado a partir del comercio interior y exterior, medidos cuantitativamente a través de su rendimiento comercial, teniendo como base los bajos costos de los recursos utilizados, por otra parte, y la más generalizada, se contempla la competitividad a partir de la contribución del comercio exterior a objetivos últimos de crecimiento y bienestar general y por último considerando la generación de valor agregado a partir de la elevación en los niveles de productividad, eficacia y rentabilidad como medio para el incremento del bienestar social.

(Castellanos y Castellanos , 2010).

Porter (1991), podemos definir a la competitividad como la capacidad que posee una organización para producir bienes y servicios de mayor calidad y a menor precio que sus competidores domésticos e internacionales, con lo que se originan beneficios crecientes para los habitantes de una nación, al mantener y aumentar los ingresos reales.

La competencia está inserta en contextos de mercado e instituciones, donde no solo es relevante el mercado o estructura de una industria en particular, sino también las industrias relacionadas con la provisión de insumos y servicios financieros, tecnológicos, etc. Entender la competitividad como una relación compleja, de múltiples variables que la determinan, además estas variables estarían en distintos niveles. Entre estos está la política económica en todas sus variantes (nivel macro); los factores culturales y de organización política (nivel meta), las políticas de largo plazo como infraestructura, educación, tecnología entre otras (nivel meso), así como también las prácticas empresariales, en términos de la gestión de recursos humanos, innovación, cooperación, etc. (nivel micro). La interacción de estos niveles y variables determinaría la competitividad de un país.(Porter, 1998).

Enfoque Sistémico de la competitividad: Según este enfoque, se considera que el plano operativo de la competitividad está condicionado al nivel de análisis que se esté realizando, del product con el cual se está trabajando y del objetivo específico que se pretende alcanzar con el análisis. Así este enfoque sistémico toma en cuenta cuatro niveles de análisis, los que se encuentran interrelacionados para estar en la capacidad de analizar a la competitividad. Los niveles son: el nivel “meta”, el nivel “macro”, el nivel “meso” y el nivel “micro”. **(Rojas & Sepúlveda ,1999).**

Nivel Meta: Es un nivel complementario con los otros niveles. Se encuentra vinculado a aspectos del recurso humano, considerando su educación y capacitación, por lo tanto se preocupa por el desarrollo de habilidades y conocimientos.

Nivel Macro: Este nivel considera aspectos de carácter social, así como aspectos macroeconomicos administrados por el Estado. En el aspecto social abarca la inseguridad ciudadana. En los aspectos macroeconomicos toma en cuenta el déficit fiscal, la inflación, el tipo de cambio y la tasa de interés, aspectos que afectan significativamente a la producción del país. Por otro lado, también considera aspectos externos que afectan a la cadena productiva nacional como los precios internacionales y las exigencias de calidad en los mercados finales, dado que la empresa forma parte de un Sistema. Por todo ello, también toma en cuenta las políticas de manejo integrado de recursos naturales, pues se busca un equilibrio en todo el sistema con el fin de lograr un desarrollo sostenible. Este nivel tambien toma en cuenta a los condicionantes de la demanda como: gustos y preferencias de los consumidores, volumen y tendencia de crecimiento, origen, tipo y grado de segmentación y exigencias o grado de sofisticación de los consumidores.

Nivel Meso: En este nivel se considera aspectos como la infraestructura y el desarrollo de la logística

Nivel Micro: El autor antes mencionado considera que en este nivel se encuentran elementos que afectan al comportamiento de la empresa, identificandolos como

productividad, los costos, los esquemas de organización, la innovación con tecnologías limpias, la gestión empresarial, el tamaño de empresa, las prácticas culturales en el campo, tipo de tecnologías, conciencia ambiental de la empresa, diversificación y control de calidad de los productos, avance en esquemas de comercialización y distancias entre fuentes de materias primas, empresa y mercados (traducido en costos de transporte).

Diamante de Porter: Siguiendo los conceptos de Porter (1990), plantea el análisis de cuatro atributos genéricos que conforman el entorno en el cual se desarrollan los sectores económicos y las industrias. Estos atributos genéricos están formados por los siguientes elementos: Condiciones de los Factores: La posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura, corresponde a los insumos necesarios para competir en un sector dado. Condiciones de la Demanda: La naturaleza de la demanda interior de los productos o servicios. Sectores Afines y de Apoyos: La presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos. Estrategia, Estructura y Rivalidad de las Empresas: Las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las compañías, así como la naturaleza y rivalidad doméstica. Las pautas de la rivalidad interior desempeñan un profundo papel en el proceso de innovación y en las perspectivas del proceso de internacionalización en que se ofrezcan. (Porter, 1990).

Rojas (2009), considera que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país, por ejemplo, una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o

servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto. La teoría económica clásica considera que las ventajas comparativas de una región o un país se encuentra en la abundante dotación de factores básicos de producción (tierra, mano de obra y capital), principalmente en la abundancia relativa de recursos naturales. Con los grandes cambios, principalmente por la globalización y la presencia de las innovadoras tecnologías de avanzada, las nuevas formas de consumo y la mayor conciencia de la población a la conservación y protección de los recursos naturales, surge un Nuevo concepto de “competitividad”. Actualmente se observa el gran cambio de las ventajas comparativas a las ventajas competitivas, las cuales surgen de la diferenciación del producto y de la disminución de los costos, donde la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son cruciales para mantener dicha ventaja competitiva. Los factores especializados no son transmitidos de generación en generación, como sí ocurre con los recursos naturales, dichos factores especializados son creados y surgen de habilidades específicas que tiene las personas, por ello es relevante el sistema educativo, el legado exclusivo del “saber-cómo” (“knowhow”) tecnológico, la infraestructura especializada, la investigación, la capacitación que se le ofrezca al recurso humano, de mercados de capitales desarrollados y de una alta cobertura de servicios públicos de apoyo, entre otros. Por ello, se considera que las personas son fundamentales en definir el grado de competitividad, así las ventajas competitivas son únicas y es difícil que competidores de otras lugares puedan replicarlas o acceder a ellas, ya que además de responder a las necesidades particulares de una industria concreta, requieren de inversiones considerables y continuas para mantenerlas y mejorarlas (Rojas, 2009).

Estrategia clave de la competitividad: Dados los grandes cambios, propios de este milenio, las organizaciones desean elevar índices de productividad, alcanzar mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, por lo que es indispensable que los gerentes

implementen cambios basados en la administración participativa, considerando que las personas consituyen el factor fundamental de la organización, por ello se debe trabajar en en equipo, solo así se logrará aprovechar la potencialidad que todo ser humano posee y conseguir que se pueda implementar una estrategia efectiva que pueda satisfacer las necesidades, deseos y expectativas del Mercado, que día a día reclama un producto de calidad superior y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente y rápido. **(Becerra, Ramírez, Sáenz & Solórzano 2009)**

Causas de la competitividad: Gracias al avance de las tecnologías de la información y comunicación la globalización de la competencia se encuentra presente en todos los mercados y productos. Existe unb gran número de competidores debido a los procesos de industrialización. POr otro lado, existe la diferenciación de la demanda; que además, exige cada vez mejores productos y productos específicos a sus necesidades. Las organizaciones en su afan de ser más competitivas implementan innovaciones radicales como la microelectrónica, biotecnología, ingeniería.

Principios de la competitividad

Mantenerse en la cima de las tendencias.

Llegar a ser un campeón del cambio.

Contratar, gratificar y promocionar a los mejores y más brillantes trabajadores.

Pensar globalmente, actuar localmente.

Inversión en tecnología, gente y capacitación.

Luchar contra la complacencia del éxito. Genética, nuevos materiales y nuevos conceptos organizativos, y avances radicales en sistemas tecnológicos que obligan a redefinir las fronteras entre las diferentes disciplinas.

El papel de la innovación en la competitividad

La innovación está ligada con los permanentes cambios en la tecnología y a su vez con

la competitividad. La generación de nuevas ideas aplicadas a la industria e introducidas de manera exitosa al mercado, suelen incrementar la productividad de la industria. Se considera que el impacto de la innovación sobre la competitividad es positivo, siempre y cuando la innovación a realizar haya sido resultado de un estudio previo de gestión tecnológica, tal como explico (Hidalgo ,2002).

Para comprender la relación entre innovación y competitividad debemos entender el ciclo de innovación y conocimiento que tiene como inicio una relación causal donde se sabe que los problemas que se generan o presentan en la organización tienen una solución y de ahí se deriva en aprendizaje. Para Escobar, (2000); la innovación se define como la transformación de una idea en un producto o equipo vendible, nuevo o mejorado; en un proceso operativo en la industria o el comercio, o en una nueva metodología para la organización social. Cubre todas las etapas científicas, técnicas, comerciales y financieras, necesarias para el desarrollo y comercialización exitosa del nuevo o mejorado producto, proceso o servicio social. El acto por el cual se introduce por primera vez un cambio tecnológico en un organismo o empresa se denomina innovación. Innovación tecnológica: Es el conjunto de actividades científicas, tecnológicas, financieras y comerciales que permiten: Introducir nuevos o mejorados productos en el mercado nacional o extranjero, Introducir nuevos o mejorados servicios, Implantar nuevos o mejorados procesos productivos o procedimientos, Introducir y validar nuevas o mejoradas técnicas de gerencia y sistemas organizacionales con los que se presta atención sanitaria y que se aplican en nuestras fábricas y empresas. Por tanto, la innovación tecnológica es la que comprende los nuevos productos y procesos y los cambios significativos, desde el punto de vista tecnológico, en productos y procesos.(Escobar, 2000)

Teoría de las MYPES

Según la Constitución Política (2013), La ley N° 30056 nos indica que el Estado fomenta el desarrollo integral y facilita el acceso a los servicios empresariales y a los nuevos emprendimientos, con el fin de crear un entorno favorable a su competitividad, promoviendo la conformación de mercados de servicios financieros y no financieros, de calidad, descentralizado y pertinente a las necesidades y potencialidades de las MYPES. Las microempresas que se inscriban en el REMYPE tiene la oportunidad de alcanzar la amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el D. Leg. N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, tienen la oportunidad de aprovechar un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 (tres) años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspectivo. Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de Trabajo (MINTRA) a la SUNAT. El régimen laboral especial de la microempresa creado mediante la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 03 (tres) años. Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el D. Leg. N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la Autoridad Administrativa dentro de los 30 (treinta) días de suscrito. El TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado

por Decreto Supremo 007-2008-TR, a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial (Constitución Política, 2013).

2.3. Marco Conceptual

Definiciones de las Micro y pequeñas empresas

SUNAT, nos dice que las micro y pequeñas empresas 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. (SUNAT,2008)

Definiciones de la competitividad

Indica que hay ciertos conceptos en el mundo empresarial y de los negocios que son esenciales a tomar en cuenta cuando se trata de encontrar los mejores resultados. Uno de ellos es el concepto de competitividad empresarial, por el que entendemos la búsqueda de eficacia y efectividad que las diferentes empresas, entidades empresariales y corporaciones realizan en pos de posicionarse como las mejores en sus rubros o áreas, superando a posibles competidoras. Hablar de competitividad empresarial al hacer referencia a las diferentes estrategias y métodos que las diversas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no sólo obtener los mejores resultados sino también de que esos resultados sean los mejores en el rubro. Así, las empresas realizan diferentes campañas en las que a través de elementos como publicidad, calidad del producto o servicio, confianza, efectividad o tradición apelan a diferentes clientes que pueden ya existir o que pueden generarse a partir del momento. (Mathews,2009)

III. METODOLOGÍA.

La metodología de la investigación proporciona tanto al estudiante de educación superior como a los profesionistas una serie de herramientas teórico-prácticas para la solución de problemas mediante el método científico. Estos conocimientos representan una actividad de racionalización del entorno académico y profesional fomentando el desarrollo intelectual a través de la investigación sistemática de la realidad.

La metodología de la investigación se puede conceptualizar como una disciplina de apoyo a las demás asignaturas que conforman el plan de estudios de las diversas carreras profesionales que ofrecen los Institutos Tecnológicos. El presente material de metodología de la investigación aspira a proporcionar un marco teórico-práctico en el que los estudiantes puedan aplicar de manera real y objetiva el proceso de investigación científica partiendo de la detección y planteamiento de un problema de investigación hasta la fase de solución y presentación de resultados. Lo anterior requiere diseñar la metodología adecuada para lograr tal propósito.

Este material no pretende alcanzar las dimensiones de un manual de técnicas de investigación o de un libro especializado en metodología de la investigación. Tiene el propósito de servir como guía para la realización de un proyecto de investigación. Las actividades de investigación sugeridas al final de cada capítulo tienen el propósito de vincular la teoría con la práctica. En virtud de que el estudiante de metodología de la investigación raras ocasiones pasa del nivel teórico-conceptual a la aplicación práctica desarrollando un proceso de investigación completo.

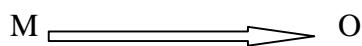
"La metodología de la investigación trasciende las limitaciones de un área específica, es un acercamiento a la conducción de un proyecto de investigación "

El tipo de investigación es cuantitativo; porque va a permitir medir las estrategias didácticas y el logro de aprendizaje de los niños de Educación Básica Regular del nivel primaria; demostrando así los datos estadísticos de los resultados de la investigación. El nivel de la investigación es descriptivo; consiste en llegar a conocer los procedimientos, de cada variable que son las estrategias didácticas y el logro de aprendizaje a través de la descripción exacta. (Leedy, 1993).

3.1 Diseño de la investigación.

No experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.

Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.



Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

O = Observación de las variables: Gestión de calidad y competitividad.

3.2 Población y muestra

3.2.1. Área geográfica del estudio

La actual ubicación geográfica de Juanjui, como ciudad, se debe a su fundador, el español **José Gaspar López Salcedo** quien llegó al Perú en 1817 acompañado de otro militar español de nombre **Pedro Vásquez**. De fuentes de los tataranietos de Gaspar López se sabe que cuando se produjo el desembarco de las fuerzas libertadoras del General José de San Martín, el entonces Gobernador de Trujillo, José Bernardo de Torre Tagle, decidió plegarse a la causa independentista revelándose contra la autoridad del Rey de España y declarando la independencia de Trujillo el 29 de diciembre de 1820. Torre Tagle decidió licenciar a sus tropas y que ellos escojan la causa que defenderían. Entre estos estaba el español Gaspar López, quien decidió continuar fiel a la causa real, marchándose junto con algunos hombres hacia Chachapoyas en donde se reorganizaban los ejércitos realistas para enfrentar al general patriota Álvarez de Arenales. El enfrentamiento se produjo el 6 de junio de 1821 en la batalla de Higos Urco en donde fueron derrotados los realistas y desorganizados, es entonces cuando López Salcedo, Pedro Vásquez y algunos realistas más decidieron seguir luchando por la causa realista y marcharon hacia Moyobamba con la esperanza de encontrar nuevas fuerzas a las cuales integrarse, situación que no prosperó dado que al llegar a esta ciudad se encontraron con una férrea resistencia patriota; meses más tarde devendría todo esto en la declaración de la independencia de Moyobamba ocurrida el 19 de agosto de 1821, hecho que desalentó y derrumbó definitivamente los sueños monárquicos de aquellos militares españoles.

Decepcionado, López Salcedo decide abandonar las armas y buscar en la tranquilidad de la ciudad de Lamas el inicio de una nueva vida. Es así que en esta ciudad contrae matrimonio y se dedica a las actividades agrícolas. Al relacionarse con la gente

trabajadora del lugar se informa de la existencia del caserío de Chacho en las orillas del Río Huallaga, distante sólo a tres días de camino desde Lamas. Le contaron de la abundancia de peces y animales del monte, lo que hizo renacer su espíritu aventurero. Muy pronto decidió un viaje al lugar en compañía de amigos convenciéndose de la realidad de las versiones que hablaban de la abundancia de recursos comestibles, después del cual hizo dos viajes más, en el último decidió hacerlo con su esposa y su hijo peruano, con la intención de quedarse allí.

Era el año 1826, formando ya parte de la *población de Chacho*, se percató que el lugar ideal para ampliar el pueblo, era la pampa aledaña a la margen izquierda de la quebrada de Juanjuicillo, pero el *curaca "Llullunco"* se oponía férreamente a esto. López Salcedo tuvo que esperar a que muriera el curaca para convencer a la gente de la necesidad de reubicar el poblado con miras a un futuro desarrollo. La tarea duró muchos meses, debido a que se tuvo que tumbar árboles, luego de lo cual se trazó el cuadrilátero de lo que sería la Plaza de Armas, lotizándose los terrenos del contorno y cuadras cercanas. Se fundó la capilla en el lugar donde ahora se ubica el ex cine Lux y allí se hizo la ceremonia de fundación de la nueva ciudad el 24 de septiembre de 1827.

Población:

La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercial, rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui que suma un total de 20 MYPES.

Muestra

Se tuvo como muestra 12 MYPES de las 20 existentes.

3.2.2. Criterios de inclusión

Propietarios de la Zona urbana de la ciudad de Juanjui.

Aquéllos que estén presentes en todas las encuestas realizadas.

3.2.3. Criterio de exclusión

No se consideró propietarios de las zonas rurales.

3.2.4. Definición y operacionalización de las variables

Gestión de calidad: Quien la concibe como un conjunto de acciones de movilización de recursos orientadas a la consecución de objetivos.

Para el investigador la gestión es el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determina la Política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades, y se implanta por Medios tales como: Planificación de la calidad, Control de la calidad, Aseguramiento de la calidad, Mejora de la calidad (Antuñez , 1993).

Competitividad: Podemos definir a la competitividad como la capacidad de una empresa para producir bienes y servicios de mayor calidad y a menor precio que sus competidores domésticos e internacionales, con lo que se originan beneficios crecientes para los habitantes de una nación, al mantener y aumentar los ingresos reales. Porter (1991)

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
<p>Perfil de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES</p>	<p>Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las MYPES.</p>	<p>Edad</p>	<p>Razón: <input type="checkbox"/> Años.</p>
		<p>Estado Civil</p>	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Soltero. <input type="checkbox"/> Casado. <input type="checkbox"/> Conviviente.</p>
		<p>Grado de Instrucción</p>	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Primaria. <input type="checkbox"/> Secundaria. <input type="checkbox"/> Superior no universitario <input type="checkbox"/> Superior universitario.</p>
		<p>Cargo que desempeña en la empresa</p>	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Dueño. <input type="checkbox"/> Administrador <input type="checkbox"/> Representante legal.</p>
<p>Perfil de las MYPES</p>	<p>Algunas características de las MYPES.</p>	<p>Años de permanencia en la actividad y el rubro</p>	<p>Razón: <input type="checkbox"/> 1 – 2 años. <input type="checkbox"/> 2 – 3 años. <input type="checkbox"/> 3 – a más años.</p>
		<p>Estructura de la empresa</p>	<p>Nominal: <input type="checkbox"/> Formal. <input type="checkbox"/> Informal.</p>
		<p>N° de trabajadores en la empresa</p>	<p>Razón: <input type="checkbox"/> De 1 – 5 trabajadores. <input type="checkbox"/> De 6 a más trabajadores.</p>

Gestión de calidad de las MYPES	Se refiere a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad	Analizar la situación actual	Likert
		Analizar causas potenciales Plan de acción	
		Implementar soluciones	Likert
		Medir los resultados Cumplimiento de planes	Likert
		Verificación Mejoramiento permanente	Likert
Competitividad de las MYPES	Algunas características de la competitividad de las MYPES	Conocimiento del término competitividad	Nominal: <input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		Empresa Competitiva	Nominal: <input type="checkbox"/> Sí. <input type="checkbox"/> No.
		Potencial competitivo de la empresa	Nominal: <input type="checkbox"/> Precio. <input type="checkbox"/> Calidad. <input type="checkbox"/> Atención al cliente. <input type="checkbox"/> Otros.

3.3. Técnicas e instrumentos.

La información que se obtuvo fue a través de técnicas observacionales y se empleó instrumentos como el software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables (SPSS versión 19). Las técnicas empleadas son: Observación, Encuesta.

Las cuáles fueron realizadas a la muestra de MYPES de la ciudad de Juanjui en el año 2015-2016.

De recolección de Datos:

Observación:

Es una técnica que nos permite mirar u observar de manera atenta el comportamiento de los objetos y/o fenómenos de un determinado problema.

Encuesta:

Esta técnica se puede aplicar a muchos individuos de forma simultánea, además se requiere de un tiempo prudencial donde se permita responder con mesura las interrogantes planteadas.

3.4. Plan de análisis de datos

El procesamiento, implica un tratamiento luego de haber tabulado los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables. Para el análisis de los datos se empleo las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas en la evaluación del propietario de las MYPES. También se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y gráficos circulares y de barras para cada una de las variables en estudio.

3.5. Matriz de consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia de caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES

Título de tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Tipo y nivel de la investigación	Universo o Población	Variables
Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, transporte fluvial de la ciudad de Juanjui año 2015-2016.	¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016?	<p>Objetivo General: Conocer las características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016</p> <p>Objetivo Especifico: Conocer los beneficios de la gestión de la calidad de las MYPE rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui , año 2015-2016, determinar los factores de la competitividad de las MYPE en el rubro de transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-</p>	No experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.	La población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercial, rubro transporte fluvial de la ciudad de	Gestión de calidad Competitividad

		2016, determinar las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro de transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016.	Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.	Juanjui que suma un total de 20 MYPES con una muestra de 12 MYPES.	
--	--	--	---	--	--

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

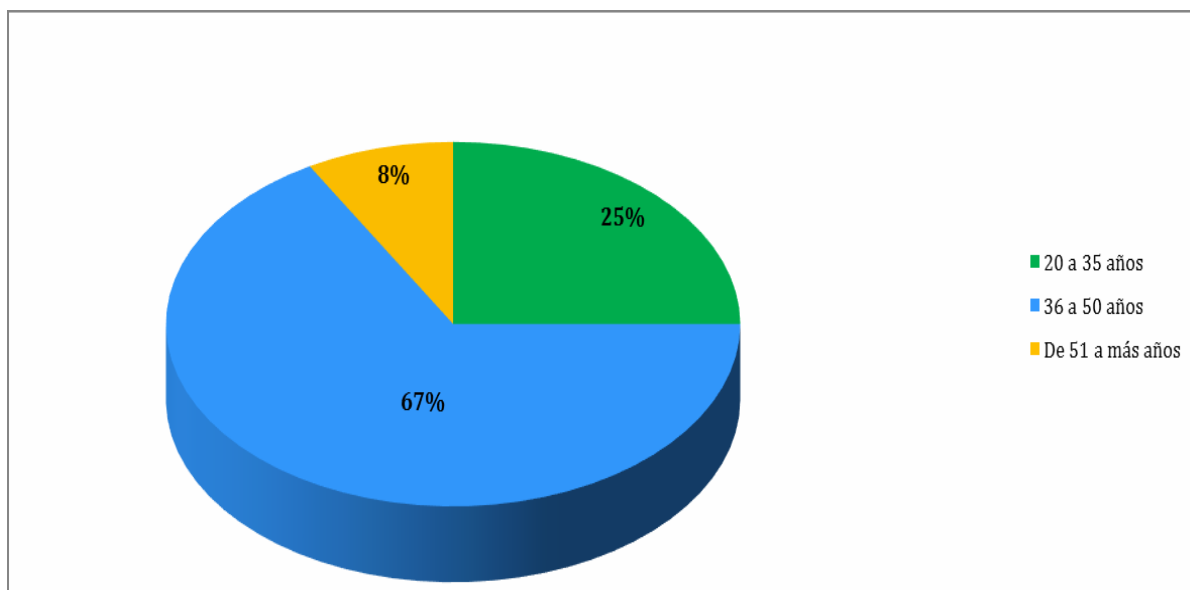
4.1.1. Respecto al perfil del empresario.

Tabla 3. Edad de los representantes de las MYPES.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 35 años	3	25.0
36 a 50 años	8	66.7
De 51 a más años	1	8.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 1. Edad de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 3.

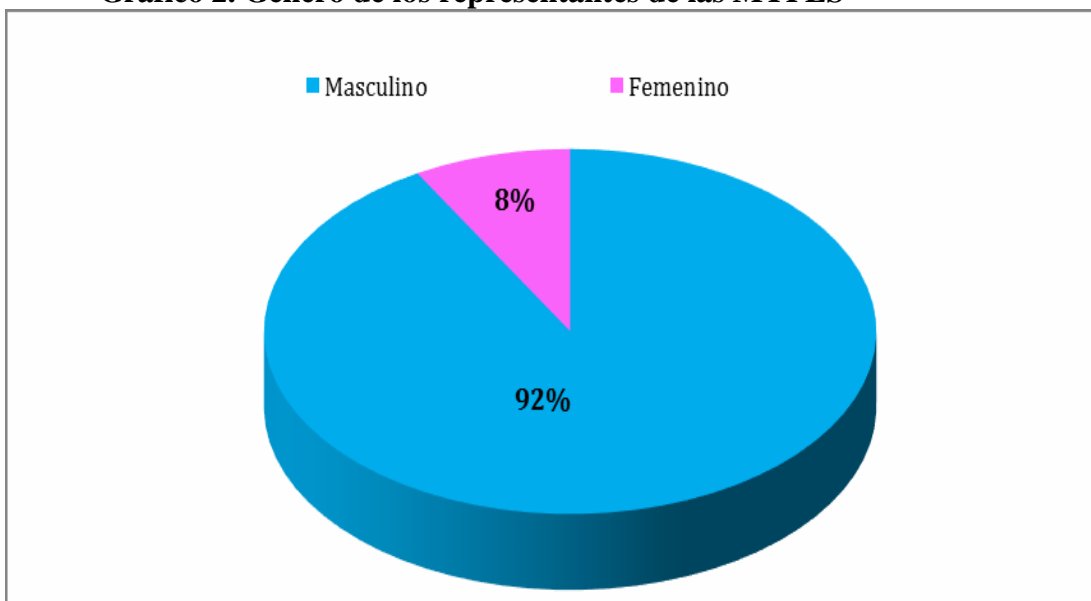
En la tabla 3 y gráfico 1, se observa que de los 12 propietarios encuestados en un 67% están en la edad de 36 a 50 años y el 25% están en la edad de 20 a 35 años y de la misma forma en un 8 % de 51 a más años.

Tabla 4. Género de los representantes de las MYPES.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	11	91.7
Femenino	1	8.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 2. Género de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 4.

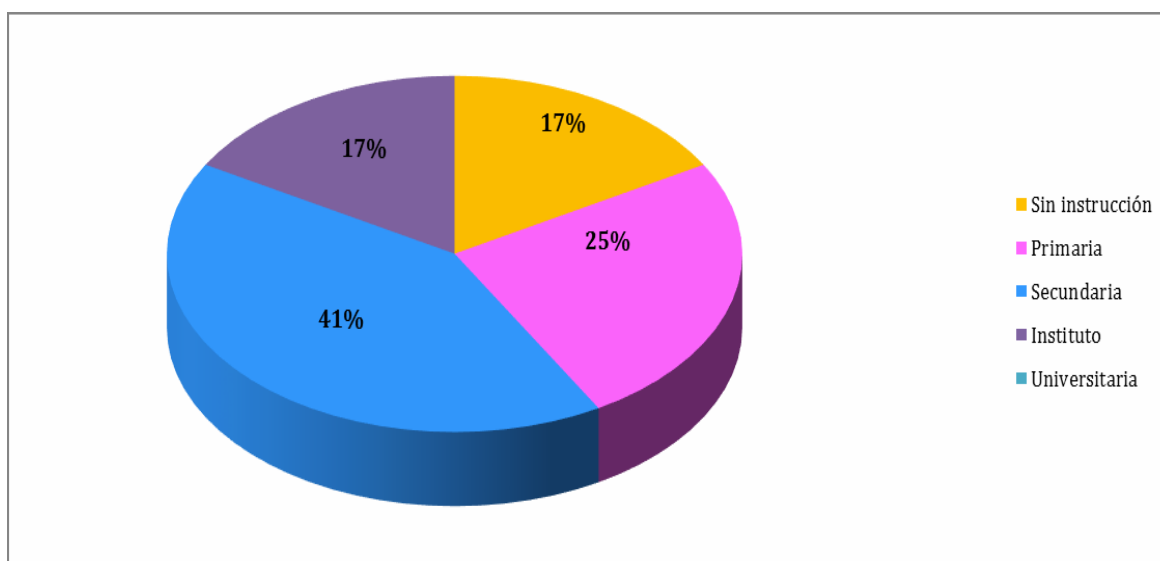
En la tabla 4 y gráfico 2, se observa que de los 12 propietarios encuestados 11 son Masculinos y solo 1 es femenino.

Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	2	16.7
Primaria	3	25.0
Secundaria	5	41.7
Instituto	2	16.7
Universitaria	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPES.



Fuente: Tabla 5.

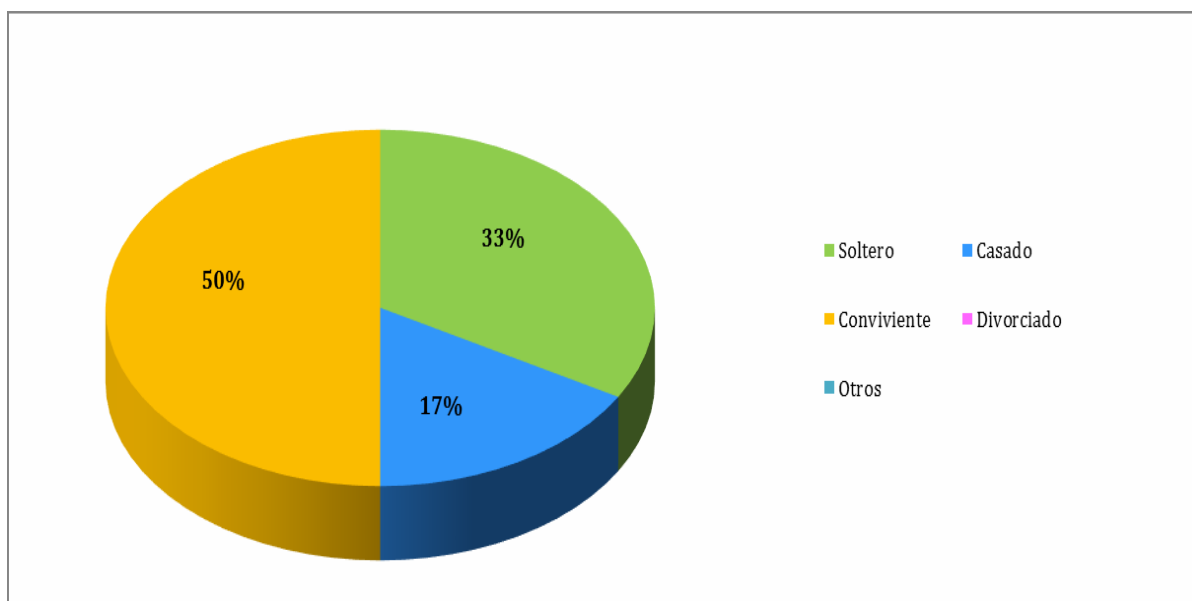
En la tabla 5 y gráfico 3, se observa que el 41% de los propietarios tienen una instrucción de secundaria y en un 25% de educación primaria, siendo un 17% una formación en un instituto y en un mismo 17% sin instrucción.

Tabla 6. Estado civil de los representantes de las MYPES

Estado	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	4	33.3
Casado	2	16.7
Conviviente	6	50.0
Divorciado	0	0.0
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 4. Estado civil de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 6.

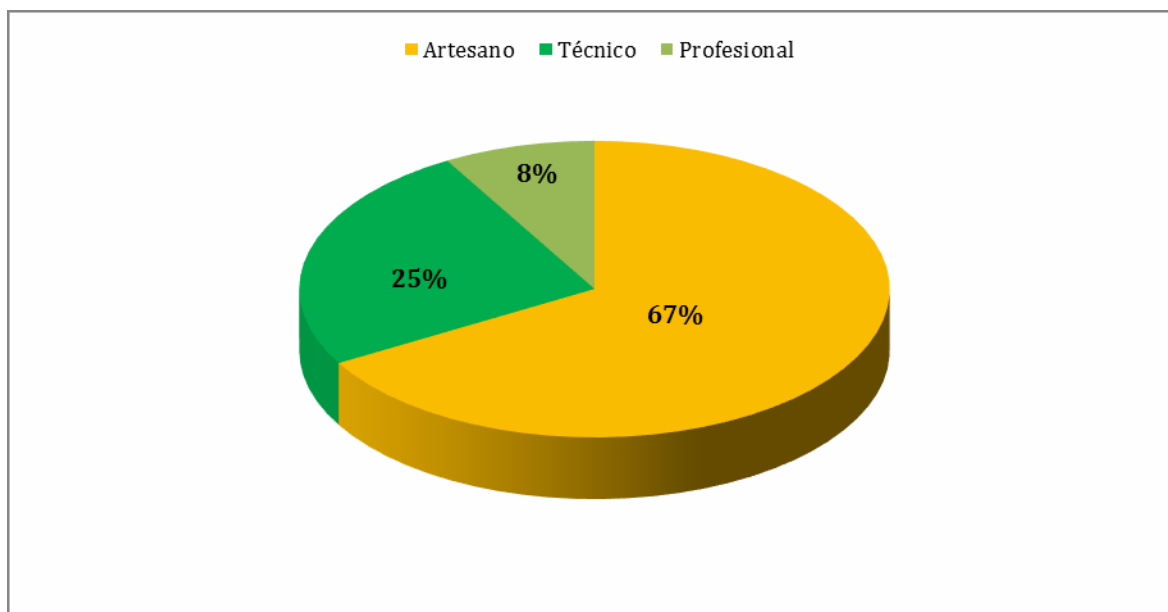
En la tabla 6 y gráfico 4, se observa que el 50% de los propietarios o representantes de las MYPES del sector de transporte fluvial son convivientes y un 33% son solteros y el 17% son casados.

Tabla 7. Profesión de los representantes de las MYPES

Profesión	Frecuencia	Porcentaje
Artesano	8	66.7
Técnico	3	25.0
Profesional	1	8.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 5. Profesión de los representantes de las MYPES



Fuente: Tabla 7.

En la tabla 7 y gráfico 5, se muestra que el 67% son artesanos y un 25% son de condición técnica y en un 8% son profesionales.

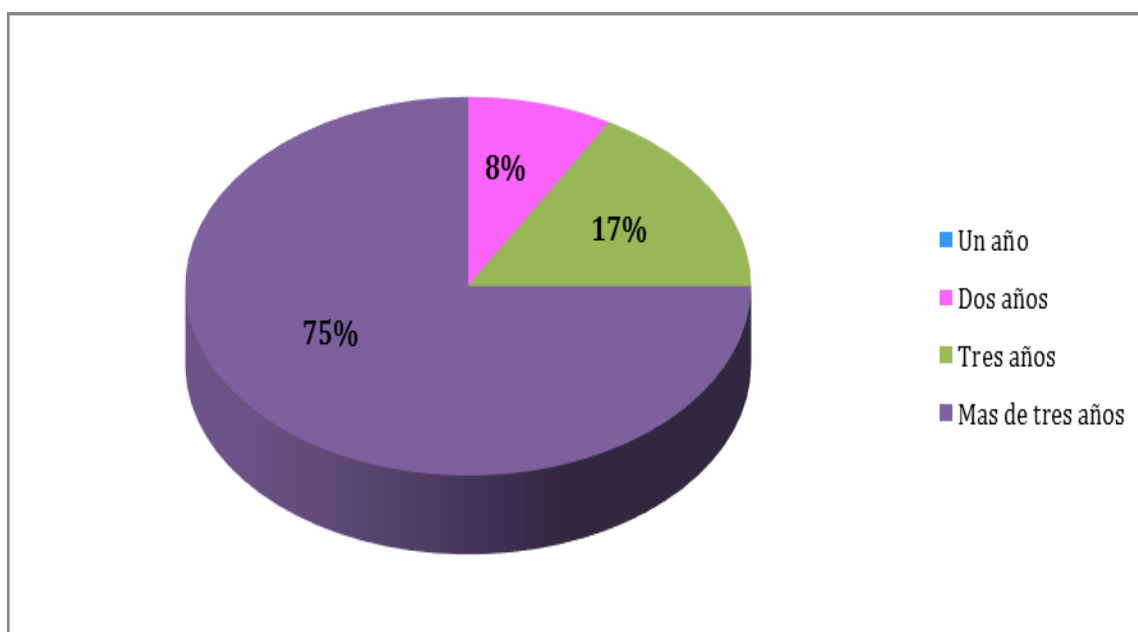
4.1.2. Respecto a las características de las MYPES

Tabla 8. Antigüedad de las MYPES del sector Transporte fluvial

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Un año	0	0.0
Dos años	1	8.3
Tres años	2	16.7
Más de tres años	9	75.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 6. Antigüedad de las MYPES del sector transporte fluvial



Fuente: Tabla 8.

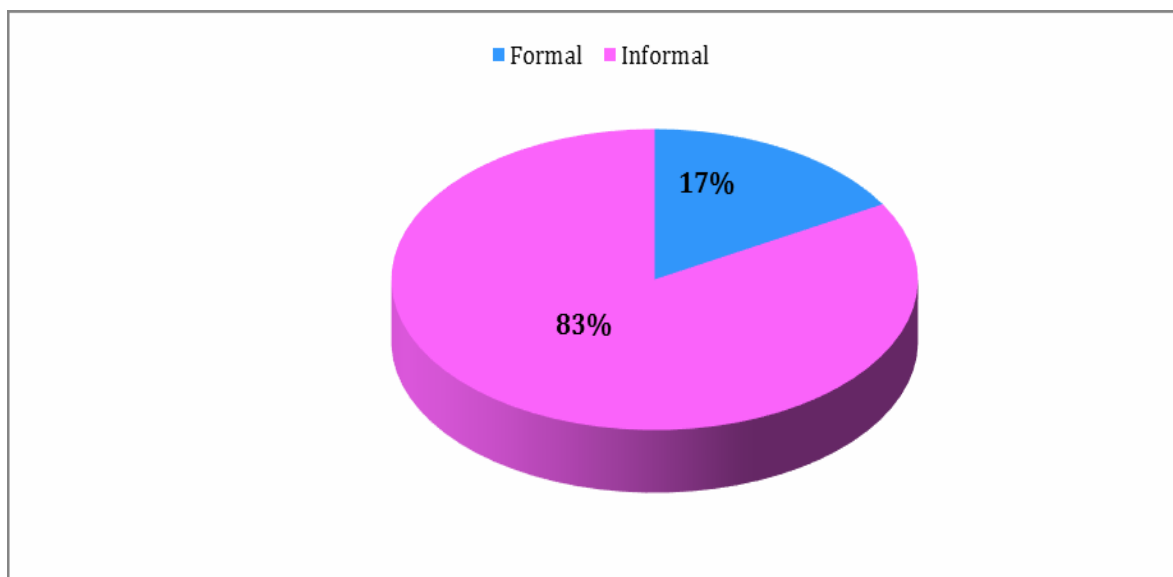
En la tabla 8 y gráfico 6, se observa que de los 12 propietarios o representantes tienen una antigüedad del 75 % más de 3 años y en un 17% en tres años, y solo en el 8% en dos años.

Tabla 9. Formalidad de las MYPES

Formalidad	Frecuencia	Porcentaje
Formal	2	16.7
Informal	10	83.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 7. Formalidad de las MYPES



Fuente: Tabla 9.

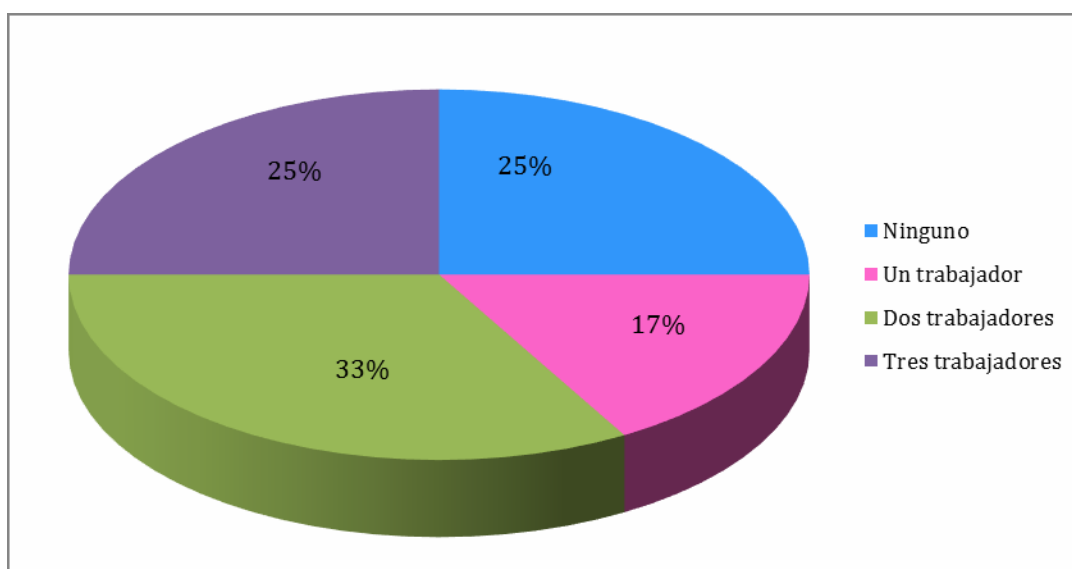
En la tabla 9 y gráfico 7, se demuestra que de los 12 propietarios o representantes el 83% son informales y el 17% son formales.

Tabla 10. Número de trabajadores permanentes de las MYPES

Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	3	25.0
Un trabajador	2	16.7
Dos trabajadores	4	33.3
Tres trabajadores	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 8. Número de trabajadores permanentes de las MYPES



Fuente: Tabla 10.

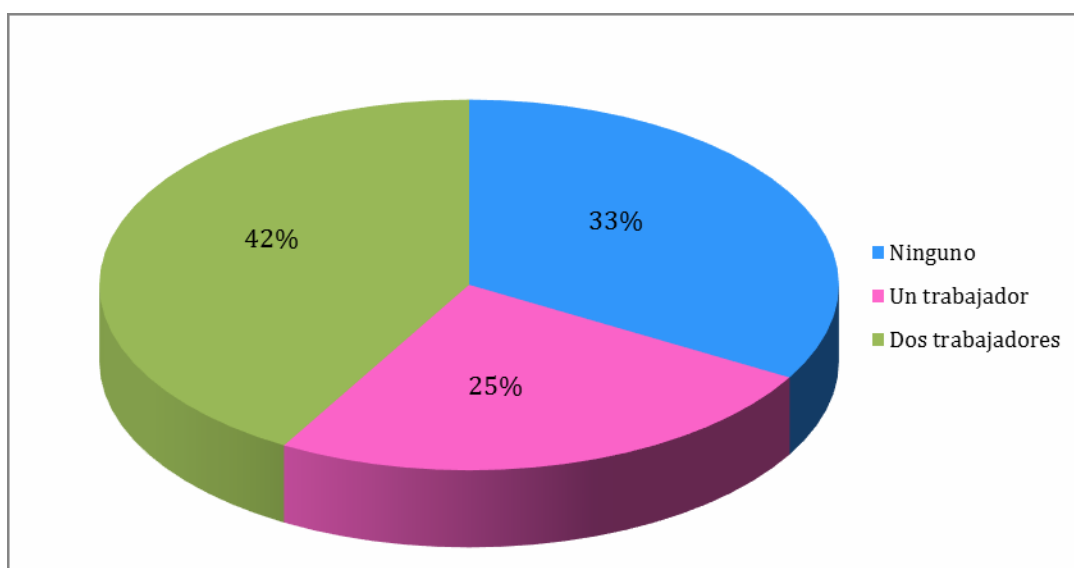
En la tabla 10 y gráfico 8, se observa que el 33% dos trabajadores son permanentes que equivale a 4 trabajadores y el 25% no tienen trabajadores permanentes que equivale a 3 trabajadores y en 17% tiene 02 trabajadores permanentes.

Tabla 11. Número de trabajadores eventuales de las MYPES

Trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	4	33.3
Un Trabajador	3	25.0
Dos trabajadores	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 9. Número de trabajadores eventuales de las MYPES



Fuente: Tabla 11.

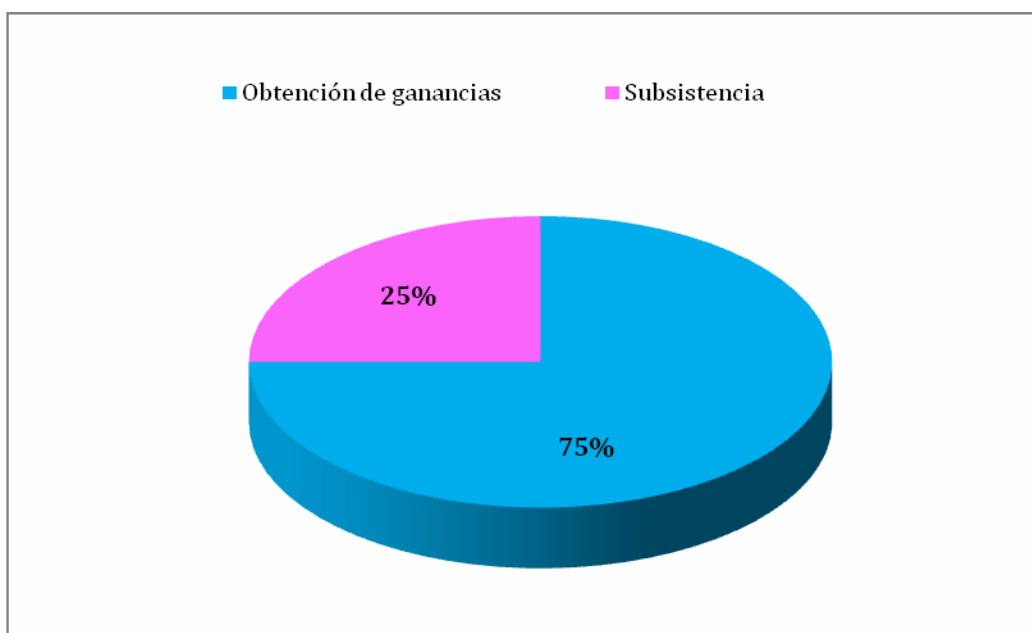
En la tabla 11 y gráfico 9, se muestra del 100% de los encuestados, el 42% entre 02 trabajadores son eventuales, y el 33% tiene entre ningún trabajador.

Tabla 12. Motivos de formación de las MYPES

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Obtención de ganancias	9	75.0
Subsistencia	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 10. Motivos de formación de las MYPES



Fuente: Tabla 12.

En la tabla 12 y gráfico 10, se observa del 100% de los encuestados el 75% se formo por subsistencia y el 25% por ganancias.

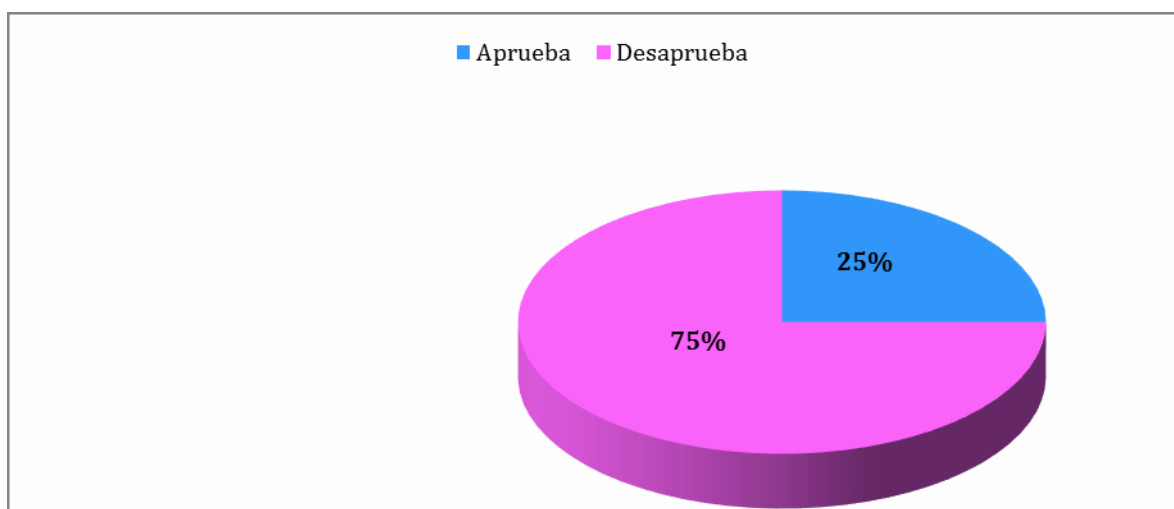
4.1.3. Respecto a las características de la competitividad

Tabla 13. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES.

Competitividad	Frecuencia	Porcentaje
Aprueba	3	25.0
Desaprueba	9	75.0
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 11. Competitividad para el buen desempeño de las MYPES



Fuente: Tabla 13.

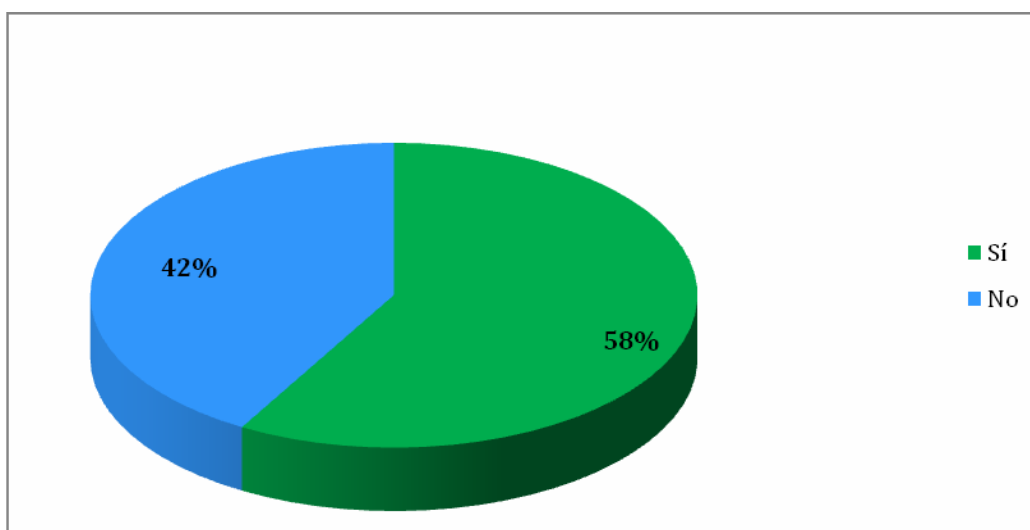
En la tabla 13 y gráfico 11, el 75% desaprueba la competitividad para el buen desempeño de las MYPES y solo el 25% lo aprueban.

Tabla 14. El vendedor asesora al comprador en las MYPES

Asesora	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	58.3
No	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 12. El vendedor asesora al comprador en las MYPES



Fuente: Tabla 14.

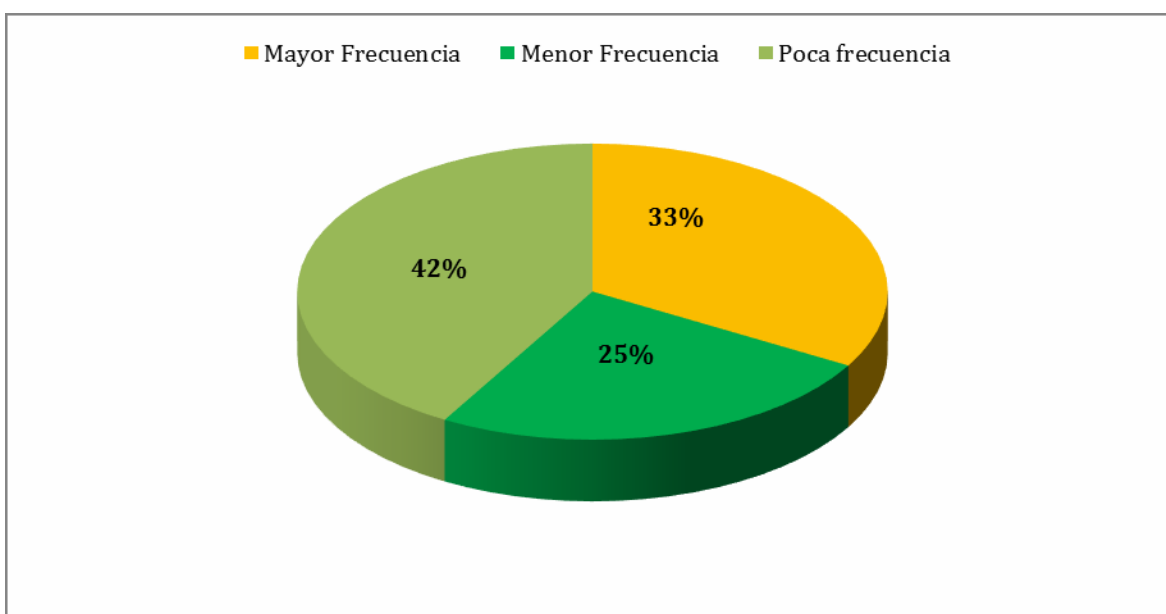
En la tabla 14 y gráfico 12 se demuestra que el 58% de los encuestados sí asesoran a los compradores, y solo el 42% no asesoran al comprador del rubro transportes.

Tabla 15. Entrega del servicio al cliente con la menor demora posible.

Entrega	Frecuencia	Porcentaje
Mayor Frecuencia	4	33.3
Menor Frecuencia	3	25.0
Poca frecuencia	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico13. Entrega del servicio al cliente con la menor demora posible.



Fuente: Tabla 15.

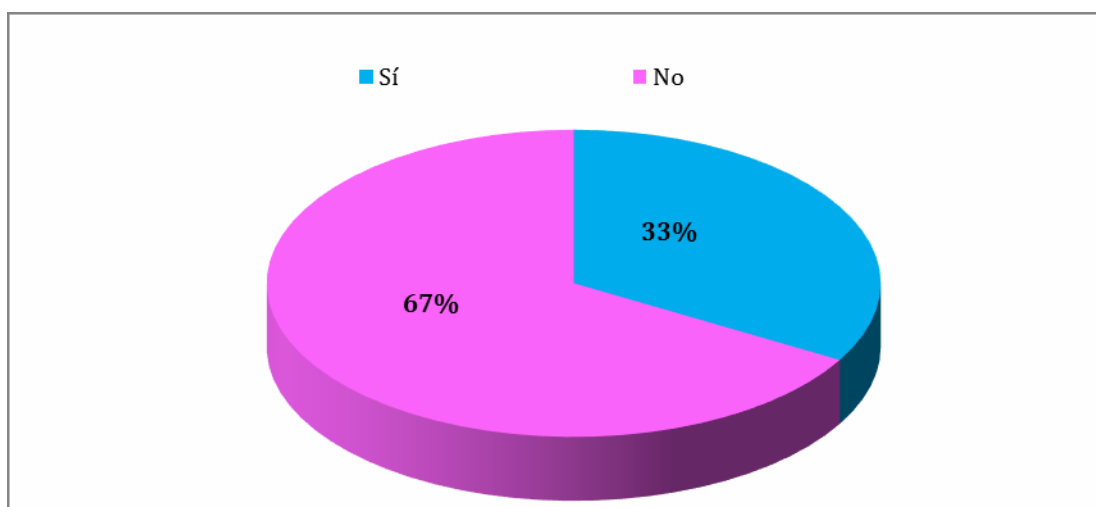
En la tabla 15 y gráfico 13, se observa que el 42% de las MYPES entregan el producto al cliente con poca frecuencia, mientras que el 33 % lo hace con mayor frecuencia y en un 25% lo hace con menor frecuencia.

Tabla 16. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.

Pago	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	33.3
No	8	66.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 14. Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores.



Fuente: Tabla 16.

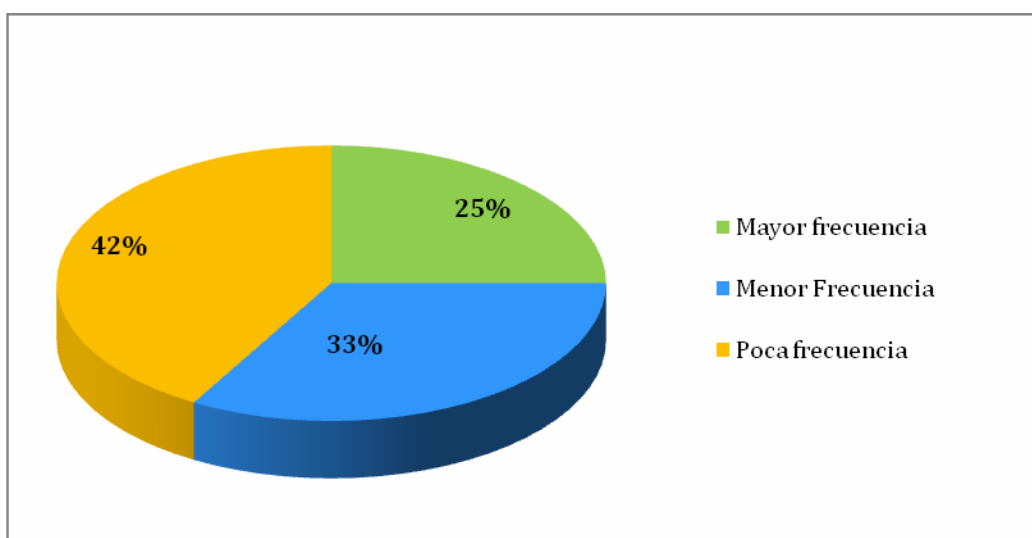
En la tabla 16 y gráfico 14, se observa que el 67% de las MYPES no procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores, y en el 33% sí lo procesan como debería ser.

Tabla 17. Responden a sus consultas o reclamos en cuanto al servicio.

Responden	Frecuencia	Porcentaje
Mayor frecuencia	3	25.0
Menor Frecuencia	4	33.3
Poca frecuencia	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 15. Responden a sus consultas o reclamos en cuanto al servicio.



Fuente: Tabla 17.

En la tabla 17 y gráfico 15, el 42% de las MYPES con poca frecuencia responden a sus consultas y/o reclamos posteriores al servicio y en un 33% lo hacen con menor frecuencia y en 25% lo hacen con mayor frecuencia.

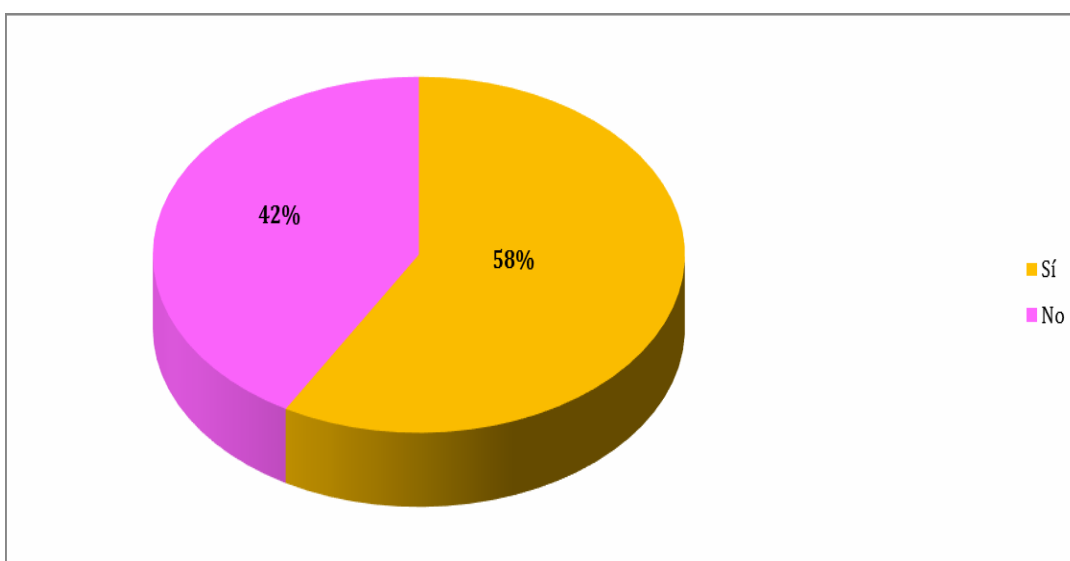
4.1.4. Respecto a las características de la gestión de calidad

Tabla 18. Utilizan las redes sociales para atención a sus clientes.

Redes sociales	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	58.3
No	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 16. Utilizan las redes sociales para atención a sus clientes.



Fuente: Tabla 18.

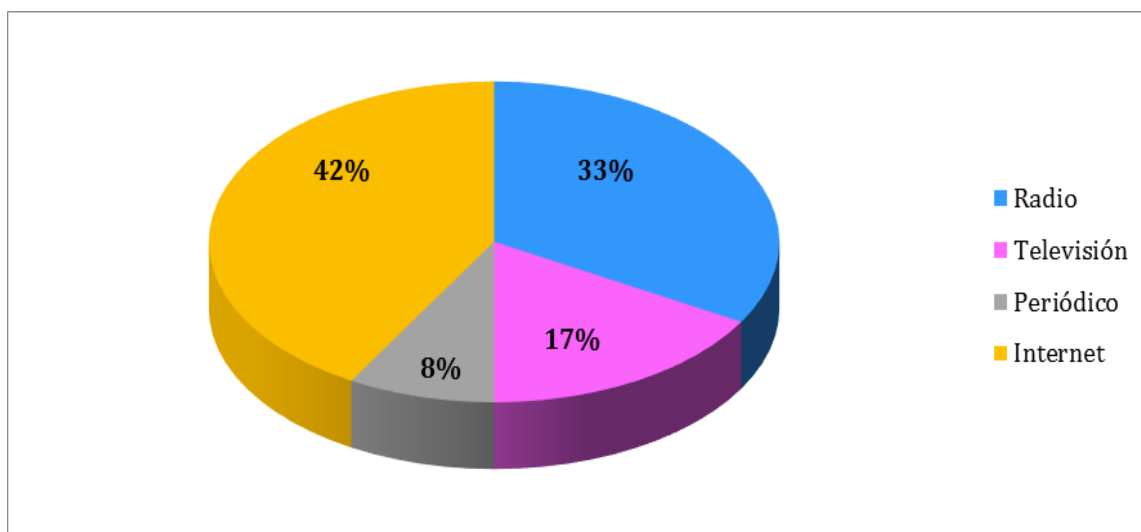
En la tabla 18 y gráfico 16, se observa que el 58% sí utilizan las redes sociales para atención a sus clientes, y en un 42% no lo utilizan las redes sociales.

Tabla 19. Publicidad a través de los medios sociales de las MYPES

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Radio	4	33.3
Televisión	2	16.7
Periódico	1	8.3
Internet	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 17. Publicidad a través de los medios sociales de las MYPES



Fuente: Tabla 19.

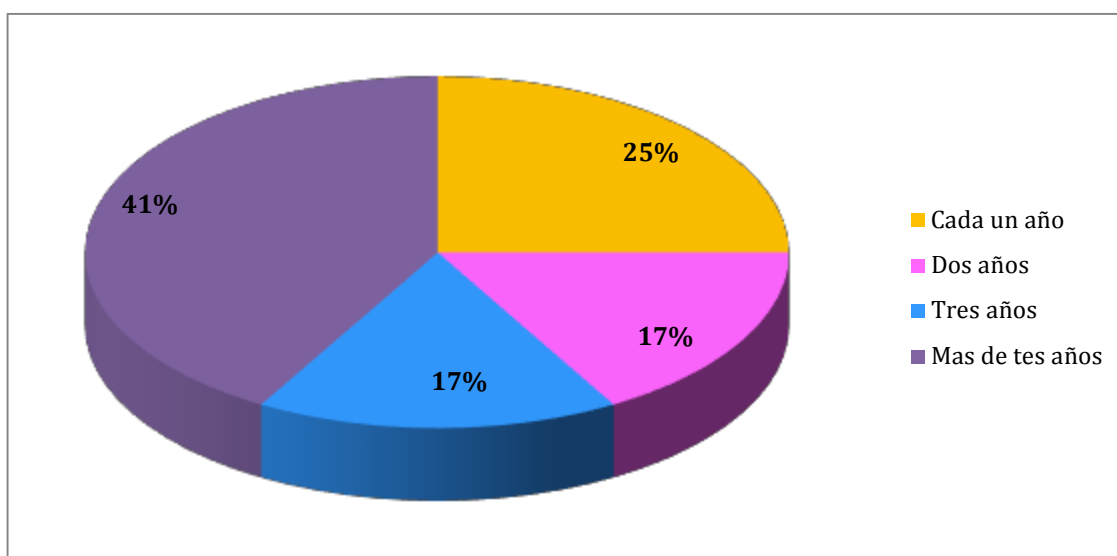
En la tabla 19 y gráfico 17, se demuestra que el 42% de las MYPES utilizan la publicidad mediante internet, y en el 33% lo realizan por la radio y en un 17% lo realizan en televisión y solo el 8% utilizan por el periódico.

Tabla 20. El empleador capacita e incentiva a los trabajadores de las MYPES.

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Cada un año	3	25.0
Dos años	2	16.7
Tres años	2	16.7
Más de tres años	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 18. El empleador capacita e incentiva a los trabajadores de las MYPES.



Fuente: Tabla 20.

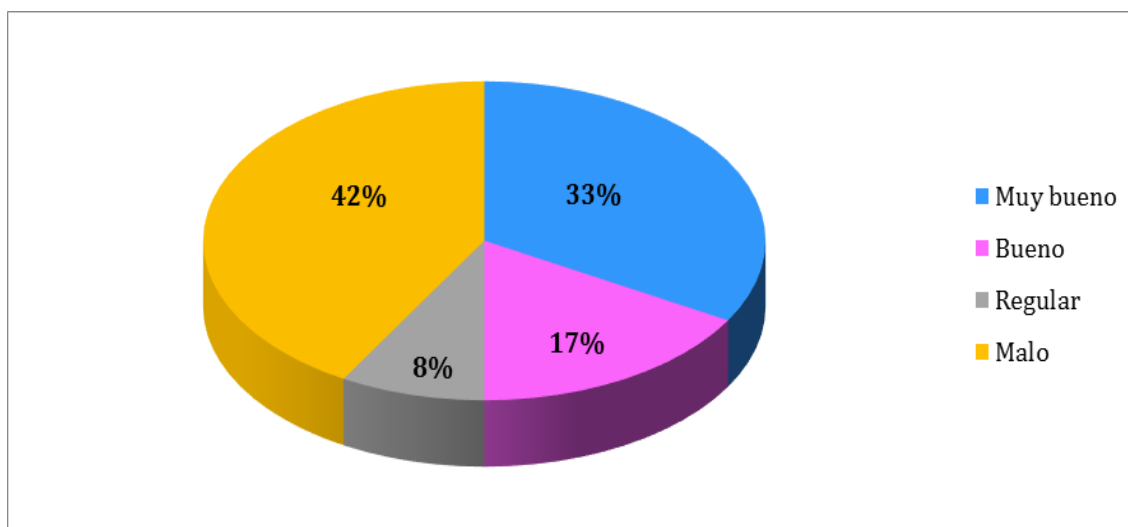
En la tabla 20 y gráfico 18, se muestra que el 41% de las MYPES del sector comercial rubro transportes fluvial el empleador capacita e incentiva a los trabajadores a mas de tres años y en el 25% capacita cada un año, y de la misma forma en un 17% en tres años.

Tabla 21. Considera que el aspecto y estado físico de las instalaciones es excelente.

Instalaciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	4	33.3
Bueno	2	16.7
Regular	1	8.3
Malo	5	41.7
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 19. Considera que el aspecto y estado físico de las instalaciones es excelente.



Fuente: Tabla 21.

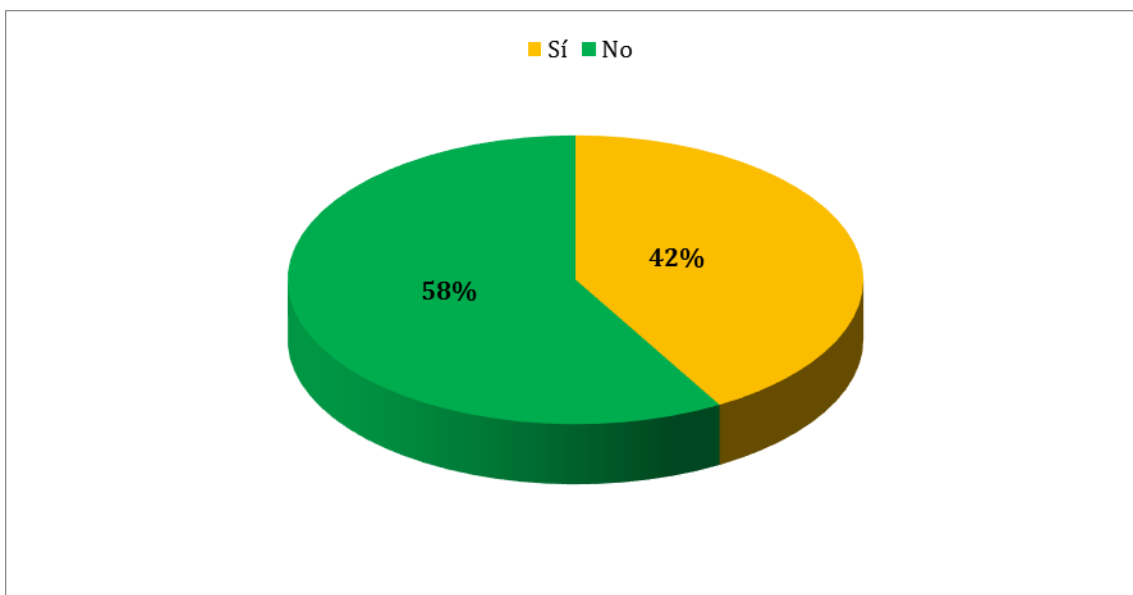
En la tabla 21 y gráfico 19, se muestra que el 42% de las MYPES considera malo el aspecto físico de las instalaciones, solo el 33% lo considera muy bueno, y en un 17% entre bueno .

Tabla 22. Considera que el personal de ventas y servicio es honesto en la información que le proporciona.

Honestidad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	41.7
No	7	58.3
Total	12	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios, 2016.

Gráfico 20. Considera que el personal de ventas y servicio es honesto en la información que le proporciona.



Fuente: Tabla 22.

En la tabla 22 y gráfico 20, se observa que el 58% de la MYPES considera que el personal de ventas y servicio no es honesto en la información que le proporciona y solo el 42% si es honesto.

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Respecto al perfil del empresario

La mayor parte de los representantes de las MYPES tienen instrucción secundaria, se puede apreciar en menor cantidad que existen representantes que tengan estudios universitarios (tabla 5), sin embargo el 17 % de las MYPES aún tienen representantes que no tienen instrucción, lo que estaría indicando que las MYPES que tienen representantes instruidos en estos tiempos donde los mercados son cada vez más competitivos, tienen las posibilidades de que su empresa sea exitosa debido a la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por los representantes que han recibido instrucción.

El 67% de los empresarios encuestados tiene entre 36 y 50 años (ver tabla 3).

4.2.2 Respecto a las características de las MYPES

El 75 % de las MYPES encuestadas (ver tabla 8) tienen más de tres años en el mercado, lo que indica que aquellas que tienen mayor tiempo en el mercado tienen más experiencia que las que solo tienen un año, lo que significa una ventaja en contra de la competencia, debido a que estas conocen los momentos fructíferos del negocio los cuales saben cómo aprovecharlos, mientras que las que aún están iniciando aún están aprendiendo sobre esto.

Los representantes de las MYPES encuestadas muestran que el 33% cuentan con trabajadores permanentes entre dos trabajadores solo con el 25% que equivale a un 3 trabajador permanente (ver tabla 10).

4.2.3 Respecto a la característica de la competitividad

Las MYPES que han sido encuestadas se dedican al rubro transporte fluvial en (tabla 13) la mayoría desaprueba la competitividad en un 75% para el buen desempeño de la MYPES del sector comercial (tabla 13) el 58% asesoran al comprador de las MYPES, por lo que se puede decir que los clientes se sienten satisfechos, ya que con los resultados de la encuesta podemos afirmar que el servicio no es brindado en buena calidad, lo que indica que no supera las expectativas.

En la entrega del producto al cliente con la menor demora posible (tabla 15) indica según las encuestas realizadas el 42% de las MYPES lo hace con poca frecuencia, lo que se indica que los trabajadores son ineficientes para proporcionar el producto, pero no garantiza la compra del mismo ya que no brindan el asesoramiento que muchos clientes desearían obtener, sin tomar en cuenta el factor dinero.

Los representantes de las MYPES perciben que el trato al cliente mejora la competitividad de las empresas, lo que indica que procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores, el 67% no lo hacen manifestando que si hubiera algún descuido del trabajador sería descontado por el empleador. En lo que corresponde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra se manifiesta con poca frecuencia en la atención al cliente, tomando en consideración que para evitar estos inconvenientes se debe mejorar según (tabla 17) el asesoramiento para de esta manera involucrarnos más con la MYPE y con los requerimientos de nuestros clientes que son la base de la economía y progreso constante de la MYPE.

4.2.4 Respecto a la característica de la gestión de calidad

En el Perú el 74.3% de las MYPES en general son empresas informales, las razones por las que no la hacen es por la complejidad del proceso en sí, procedimientos largos y complicados, lo que genera altos costos; todo esto ocasiona que los propietarios de las MYPES no pongan interés en formalizarse , y las MYPES encuestadas pertenecientes al sector comercial rubro transporte fluvial muestran cifras similares de informalidad con 83%, por otra parte todas los encuestados perciben que la formalidad es importante, pero no lo hacen por la dificultad para el procedimiento; Sin embargo la mayor parte de ellos tienen conocimiento de los procedimientos para formalizarse pero también es cierto que existe una parte que no conoce los procedimientos.

Una gran mayoría de las MYPES encuestadas 58% sí consideran que las redes sociales son importantes para la atención de sus clientes, sin embargo se puede constatar que de esta manera captan la curiosidad e interés del cliente para la compra del producto y la fidelización del mismo como valor agregado.

En más de tres años con un 42% el empleador capacita e incentiva a los trabajadores de las Mypes, lo que genera insatisfacción de los mismos por no tomar en cuenta las nuevas técnicas e innovaciones para atender mejor a sus clientes. Se debería invertir más en mejorar las habilidades de nuestros talentos humanos para que de esta manera puedan convertirse en una herramienta estratégica para la MYPES.

Con un 58 % no se considera que el personal de ventas y servicios es honesto en la información que le proporciona, lo que se sugiere es tener en cuenta al momento de contratar al personal y evitar la publicidad engañosa como medio para beneficiarse sin tener en cuenta que esto puede generar una decaída en las ventas. Hoy en día tan

existen instituciones que velan por el cumplimiento de un verdadero manejo y control del desenvolvimiento de las MYPES como es el caso de INDECOPI.

V. CONCLUSIONES.

5.1. Respecto al perfil del empresario

Del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 67 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, y el 92% son de género masculino, el 42 % solo tienen estudios secundarios, el 67% de los representantes legales de las MYPES encuestados son artesanos.

5.2. Respecto a las características de las MYPES

Las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 75 % se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, mientras tanto que el 83% son empresas informales solo el 33% tiene 2 trabajador permanente.

5.3. Respecto a las características de la competitividad

Los empresarios encuestados manifestaron que respecto a la competitividad, el 75% desaprueban el buen desempeño de las MYPES, mientras que el 58% el vendedor sí asesora al comprador en las MYPES. El 42% no entrega el producto al cliente con la menor demora posible, el 58 % procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 42% responden con poca frecuencia a sus consultas o reclamos posteriores a la compra.

5.4 Respecto a la característica de la gestión de calidad

De las MYPES en estudio el 58% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 42% utiliza la internet para la publicidad del producto de las MYPES, el 42% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPES, el 42% considera que la infraestructura de las instalaciones es malo, mientras que el 58% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al clientes.

Referencias bibliográficas

- Antuñez, Serafín (1993) "Hacia una gestión autónoma del centro escolar", en: Claves para la organización de centros escolares. ICE/ Horsori Barcelona, pp.59-69.
- Becerra, G., Ramírez, M., Sáenz, A., & Solórzano, R. (2009). Competitividad Empresarial, Santiago de Chile, Chile.
- Benzaquen. J. (2013) Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano [en Línea]. [Consulta: 09 de del 2016]. Obtenido desde: http://www.centrum.pucp.edu.pe/pdf/publicaciones/Jorge_Benzaquen_Calidad_en_las_empresas_latinoamericanas.pdf }
- Carot Alonso, Vicente,(2001). Control Estadístico de la Calidad, Alfa Omega Grupo Editor, México 2001, 1ª Edición, 700 págs., Universidad Politécnica de Valencia.
- Castellanos J. y Castellanos C. (2010). "Concepciones teóricas referentes a la definición de la competitividad en contribuciones a la Economía". [En línea]. 2016 [fecha de acceso 12 de enero de 2016]. URL Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2010a/cccm3.htm>
- Constitución Política (2013). La Ley N° 30056 Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Disponible en: <http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY30056.Pdf>.
- Escobar, N (2000). La innovación tecnológica. Disponible en: http://www.bvs.sld.cu/revistas/san/vol4_4_00/san01400.htm
- Flores, A. (2004). Capacitación laboral proporcionada por las empresas, el caso peruano. Obtenido desde: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/empre/flores_ka/flores_ka.pdf
- Hidalgo A. (2002). "La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones; Ed. Pirámides.

- Marrou Roldan, Aurora (2002). La calidad de la educación superior Primer curso taller Autoevaluación Y Acreditación Universitaria organizado por la oficina de planificación UNMSM Lima 25 al 27 de Setiembre del 2002.
- Mathews, J. (2009). Competitividad: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización de las mypes. Disponible en: http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_COMPETITIVIDAD.pdf
- Rojas, P. & Sepúlveda, S. (1999). “¿Qué es la competitividad?”. IICA. 1999.
- Rojas, P (2009). Competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial, Santiago de Chile.
- Lane, M. (2001). Modernizing Chinese Taipei Customs to Improve Facilitation and Enforcement, The World Bank. Washington.
- (2001). International Supply Chain Management and Customs. Peru—a Case Study, The World Bank. Washington.
- Leedy, P. (1993). Practical Research Planning and Design, 5ª. ed., Ed. McGraw-Hill, United States of America.
- Pilco, P.(2008), La gestión aduanera en el puerto del Callao como instrumento de facilitación del comercio: Perú 1995-2006. [Extraído el 14 de enero del 2015], disponible en http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2308/1/Pilco_mp.pdf .
- Porter, M. (1998). “Clusters and the New Economics of Competition”.Harvard Business Review. Diciembre 1998.
- Porter, M. (1990). “La Ventaja Competitiva de las Naciones”. Ediciones Vergara, Argentina.

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las MYPES del ámbito de estudio.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR , RUBRO TRANSPORTE FLUVIAL DE LA CIUDAD DE JUANJUI, AÑO 2016.**

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestador(a):.....Fecha:...../...../.....

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES

1.1 Edad del representante legal de la empresa:

1.2 Género: Masculino..... Femenino.....

1.3 Grado de instrucción: Sin

instrucción.....Primaria.....Secundaria.....

Instituto..... Universitaria.....

1.4 Estado Civil:

Soltero.....Casado.....Conviviente.....Divorciado.....Otros.....

1.5 Profesión:

II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

2.1 Antigüedad en años que se encuentra en el sector y rubro.....

2.2 La MYPE es formal: Si.....

No.....

2.3 Número de trabajadores permanentes.....Número de trabajadores eventuales.....

2.4 La MYPE se formó para subsistencia: Si.....

.No.....

III. DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES:

3.1 Competitividad para el buen desempeño de las MYPES: Aprueba: Si.....

No.....

3.2 El vendedor asesora al comprador en las MYPES: Si.....

No.....

3.3 Entrega del producto al cliente con la menos demora posible:

Mayor frecuencia.....Menor frecuencia.....

Poca frecuencia.....

3.4 Procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores:

Si..... No.....

3.5 Responden a sus consultas o reclamos posteriores a la compra:

Mayor frecuencia.....Menor frecuencia..... Poca frecuencia.....

IV. DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES:

4.1 Utilizan las redes sociales para atención a sus clientes: Si.....No.....

4.2 Publicidad a través de los medios sociales de la MYPE:

Radio..... TV..... Periódico.....

Internet.....

4.3 El empleador capacita e incentiva a los trabajadores de las MYPES: Cada un año..... Dos años..... Tres años..... Más de tres años.....

4.4 Considera que el aspecto y estado físico de las instalaciones es excelente: Muy Bueno..... Bueno..... Regular..... Malo.....

4.5 Considera que el personal de ventas y servicio es honesto en la información que le proporciona: Si..... No.....

Juanjui, enero del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

Tingo María, 26 de enero 2016

CARTA N°0034-2016-D-EPE-ULADECH Católica

Señor

.....

Representante

.....

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole nuestro cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que nuestros estudiantes egresados de la Carrera Profesional de Administración de empresas, se encuentran realizando el curso de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Licenciado en Administración.

Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: **“Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector , rubro transporte fluvial de la ciudad de Juanjui, año 2016.”** los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas de recogida de información a nuestro estudiante:

ALICIA NAVARRO GUERRA

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de la formación de educadores, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES PROGRAMADAS	ENERO				FEBRERO			
	SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Revisión y elaboración del proyecto	x							
Aprobación del proyecto por el docente tutor		x	x	x				
Revisión y elaboración del informe				x				
Aprobación del informe por el docente tutor					x			
Elaboración del artículo científico						x		
Elaboración de diapositivas para							x	
Pre banca								x
Aprobación de pre banca								x

PRESUPUESTO

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
Material de Escritorio					133.50
Papel Bond A4 80 grs.	Ciento	1	0.05	4.00	
Lapicero	Unidad	3	0,50	1.50	
Lápiz	Unidad	1	1.00	1.00	
Corrector	Unidad	1	6.00	6,00	
Engrapador	Unidad	1	10,00	10,00	
Tablero de madera	Unidad	1	7,50	7.50	
Clip	Caja	1	1,50	1,50	
Resaltador de textos	Unidad	3	6,00	18,00	
Fólder Manila	Unidad	4	4,00	4,00	
USB - 2Gb	Unidad	2	80,00	80,00	
Costos Por Servicio					117.00
Impresión	Unidad	50	0,30	15.00	
Fotostática	Unidad	20	0.10	2.00	
Anillado	Unidad	2	30.00	30.00	
Internet	Horas	70	1,00	70,00	
Alimentación					144.00
Desayuno	Días	8	5.00	40.00	
Almuerzo	Días	8	8.00	64.00	
Cena	Días	8	5.00	40.00	
Movilidades					340.00
Pasajes Internos	Días	8	5,00	40,00	
Pasajes Externos	Días	3	100.00	300.00	
				TOTAL	734.50

Financiamiento: El presente trabajo de investigación será autofinanciado.