



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES RUBRO BOTICAS
DEL CENTRO DE HUANCABAMBA – PIURA, AÑO 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR(A)

GUERRERO GARCIA, FRANCISCA

ORCID: 0000-0002-3369-1528

ASESOR (A)

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000– 0001-8823-2655

PIURA - PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Guerrero García, Francisca

ORCID: 0000-0002-3369-1528

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Piura, Perú

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Magtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por la salud y vida que me permiten seguir en pie de lucha hacia el logro de mis metas. A mis padres por el esfuerzo y sus grandes consejos. A la universidad, y a la docente del curso por sus conocimientos compartidos y ser guía en el desarrollo de mi tesis. A todas las personas que de alguna forma siempre me están brindando su apoyo incondicional.

FRANCISCA GUERRERO GARCIA

DEDICATORIA

A mis padres por cada uno de sus sacrificios y haberme formado en valores que me permiten ponerlos en práctica también en mi desarrollo profesional. A mis familiares, y todas las personas que dan muestras de verdadera amistad y compañía.

FRANCISCA GUERRERO GARCIA

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Identificar las características que tiene la gestión de calidad y la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021. Para su desarrollo se utilizó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por 12 MYPES del rubro boticas ubicadas en el Centro de Huancabamba, y la muestra estuvo constituida por 85 trabajadores, a quienes se les aplicó un cuestionario conteniendo 22 preguntas relacionadas con las variables de estudio. Obteniéndose los siguientes resultados: el 55.3% indicó que no se inspecciona de forma permanente las actividades, el 100% aseguró que la calidad compromete a todas las áreas de la empresa, el 70.6% consideró que el liderazgo en las boticas es el correcto y el 89.4% cree que tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes. Se concluyó que, las boticas son negocios que cumplen con principios de gestión de calidad como también le resultan favorables los factores de la competitividad, sin embargo aún requiere mejorar, sobre todo en lo que se refiere a las acciones de control.

Palabras clave: Competitividad, gestión de calidad. MYPES.

ABSTRACT

The present research had as general objective: To identify the characteristics of quality management and competitiveness in the MYPES pharmacy category of the Center of Huancabamba - Piura, year 2021. For its development, the methodology of quantitative type, descriptive level, design was used. non-experimental, cross-sectional. The population consisted of 12 MYPESS from the pharmacy category located in the Center of Huancabamba, and the sample consisted of 85 workers, to whom a questionnaire containing 22 questions related to the study variables was applied. Obtaining the following results: 55.3% indicated that activities are not permanently inspected, 100% assured that quality compromises all areas of the company, 70.6% considered that the leadership in the pharmacies is correct and the 89.4% believe that having competition allows them to look for ways to improve so as not to lose customers. It was concluded that the drugstores are businesses that comply with quality management principles as well as competitiveness factors, however it still requires improvement, especially with regard to control actions.

Keywords: Competitiveness, quality management. MYPES.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	8
2.1. Antecedentes	8
2.1.1. Variable: Gestión de calidad.....	8
2.1.2. Variable: Competitividad	12
2.2. Bases teóricas.....	17
2.2.1. Teorías que fundamentan el estudio	17
2.2.1.1. Teorías de la administración	17
2.2.1.2. La administración como ciencia, técnica y arte	17
2.2.1.3. Teorías de la administración clásica	17
2.2.2. Gestión de calidad	18
2.2.2.1. Definición de gestión de calidad.....	18
2.2.2.2. Términos relacionados con la calidad.....	18
2.2.2.3. Documentación en la gestión de calidad.....	19
2.2.2.4. Fases de la gestión de calidad	21
2.2.2.5. Principios de gestión de calidad.....	21
2.2.2.6. Herramientas de gestión de calidad	23
2.2.2.7. Factores que influyen en la calidad de las empresas	24
2.2.3. La competitividad	25
2.2.3.1. Definición de competitividad.....	25
2.2.3.2. La calidad como estrategia competitiva.....	26

2.2.3.3.	Las cinco fuerzas de competitividad o fuerzas de Porter.....	26
2.2.3.4.	Acciones a desarrollar frente a las cinco fuerzas competitivas	27
2.2.3.5.	Factores determinantes de la competitividad.....	28
2.2.3.6.	Ventaja competitiva	29
2.2.3.7.	Estrategia competitiva.....	29
2.2.4.	Las Micro y Pequeñas empresas (MYPES).....	31
III.	HIPÓTESIS	33
IV.	METODOLOGÍA	34
4.1.	Diseño de la investigación	34
4.2.	Población y muestra.....	34
4.3.	Definición y operacionalización de variables	29
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
4.5.	Plan de análisis.....	30
4.6.	Matriz de consistencia	31
4.7.	Principios éticos	32
V.	RESULTADOS	34
5.1.	Resultados	34
5.2.	Análisis de resultados	55
VI.	CONCLUSIONES	62
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
	ANEXOS.....	70
	Anexo 1: Instrumento de recolección de datos	70
	Anexo 2: Matriz indicador de pregunta	32
	Anexo 2: Validación del instrumento de recolección de datos.....	32
	Anexo 3: Libro de códigos.....	32
	Anexo 4: Reporte turnitin	32
	Anexo 5: Evidencia de no adeudo	33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inspección permanente de las actividades	34
Tabla 2. Acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos	35
Tabla 3. Estricto control con el fin de asegurar la calidad de los productos	36
Tabla 4. La calidad compromete a todas sus áreas	37
Tabla 5. Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente.....	38
Tabla 6. Liderazgo correcto en la empresa.....	39
Tabla 7. Personal comprometido con el alcance de los objetivos de la empresa	40
Tabla 8. Procesos definidos	41
Tabla 9. Toma de medidas con el fin de mejorar	42
Tabla 10. Toma de decisiones sustentada con documentos o hechos específicos.....	43
Tabla 12. Se ha establecido algún trato con los proveedores	44
Tabla 13. Representa una amenaza la apertura de nuevas boticas	45
Tabla 14. Estrategias para fidelizar a los clientes.....	46
Tabla 15. Ingreso de nuevos productos es una amenaza para la empresa	47
Tabla 16. Tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes ...	48
Tabla 17. Estrategias para lograr un mejor nivel competitivo en el mercado	49
Tabla 18. Programa de capacitación a los trabajadores.....	50
Tabla 19. Demanda suficiente que permite asegurar un nivel de ventas aceptable.....	51
Tabla 20. Rubro boticas es demasiado competitivo	52
Tabla 21. Zona donde se ubica la empresa es de fácil acceso	53
Tabla 22. Sistema tributario no permite a la empresa ser más competitiva	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Inspección permanente de las actividades.....	34
Figura 2. Acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos.....	35
Figura 3. Estricto control con el fin de asegurar la calidad de los productos.....	36
Figura 4. La calidad compromete a todas sus áreas	37
Figura 5. Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente	38
Figura 6. Liderazgo correcto en la empresa	39
Figura 7. Personal comprometido con el alcance de los objetivos de la empresa.....	40
Figura 8. Procesos definidos.....	41
Figura 9. Toma de medidas con el fin de mejorar	42
Figura 10. Toma de decisiones sustentada con documentos o hechos específicos	43
Figura 12. Se ha establecido algún trato con los proveedores.....	44
Figura 13. Representa una amenaza la apertura de nuevas boticas	45
Figura 14. Estrategias para fidelizar a los clientes	46
Figura 15. Ingreso de nuevos productos es una amenaza para la empresa.....	47
Figura 16. Tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes...	48
Figura 17. Estrategias para lograr un mejor nivel competitivo en el mercado	49
Figura 18. Programa de capacitación a los trabajadores	50
Figura 19. Demanda suficiente que permite asegurar un nivel de ventas aceptable	51
Figura 20. Rubro boticas es demasiado competitivo.....	52
Figura 21. Zona donde se ubica la empresa es de fácil acceso.....	53
Figura 22. Sistema tributario no permite a la empresa ser más competitiva.....	54

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Población y muestra	35
Cuadro 2. Operacionalización de las variables	29
Cuadro 3. Matriz de consistencia	31

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tuvo como finalidad identificar las principales características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del rubro boticas del Centro de Huancabamba en el departamento de Piura.

La situación actual de los pequeños negocios es difícil por la presencia del virus COVID19, sin embargo, en lo que se refiere al rubro de boticas, este es una de las actividades económicas que mejores resultados han obtenido en este periodo de pandemia, toda vez que se trata de la comercialización de medicamentos, productos de gran demanda por estos tiempos.

Uno de los primeros temas desarrollados en el presente estudio es respecto a la gestión de calidad. En ese sentido la Norma ISO 9000 establece requisitos con el fin de que una empresa demuestre su capacidad productiva o de suministrar un bien o un servicio con la calidad y las exigencias establecidas por el cliente (González & Arciniegas, 2016).

Es importante que las empresas orienten los esfuerzos por alcanzar la calidad de sus productos o servicios debido a la alta competitividad de los mercados. Por ejemplo, en España se dice que el 70% de las empresas creadas desaparecen antes de cumplir los 3 años, ello porque no pueden hacerle frente a la competencia. La calidad, aquí cumple un rol fundamental porque permite alcanzar ventajas competitivas que ayudan a facilitar la supervivencia de la empresa hasta liderar los mercados (Cortés, 2017).

Pero ¿qué es calidad? Vargas & Aldana (2014) indican que la calidad consiste en buscar de forma permanente la perfección en el producto, en el servicio y en las personas. Para lo cual se requiere de la responsabilidad, la participación, la perfección y el espíritu del servicio.

Como segundo tema desarrollado es respecto a la competitividad. Bayón (2019) señala que la competitividad implica realizar una comparación exigente con las empresas rivales, que por lo general está relacionada con la posición y futuro de la empresa en el mercado. Por lo tanto, la define como la capacidad que tienen las empresas para adaptarse en el tiempo; dicha adaptación debe estar en sincronía con las transformaciones que de manera constante se van produciendo en el medio socioeconómico.

Por otro lado, respecto a las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) a nivel internacional, estas se presentan como uno de los principales pilares de la economía. Algunos datos señalan que al menos estaría generando hasta un 77% del empleo, y tienen participación en un 51% del PBI. Sin embargo, más de la mitad de estos negocios tienen bajo nivel de productividad en comparación con las grandes empresas (Pérez, 2019).

La presencia de las MYPES en los países de América Latina cumplen un rol fundamental en el sector economía. Tal como lo menciona Tello (2016) las MYPES son actores importantes en el desarrollo productivo de las naciones, dado en la generación de empleo y su participación en la totalidad de empresas. Asimismo, precisa que, su producción por lo general se relaciona con el mercado interno, ello implica que gran parte de la población y de la economía dependan de la actividad de estos negocios.

Por su parte Sánchez (2016) considera que, actualmente la microempresa representa una importante fuerza laboral en varios países, y significa el centro de la actividad económica.

Por lo importante que resulta la existencia de las MYPES, la mayoría de países han adoptado medidas en apoyo de estos negocios, muchas veces su desarrollo se ve obstaculizado por factores como el difícil acceso al crédito o la complejidad de los sistemas tributarios.

En Argentina, se cuenta con diversos programas en apoyo al desarrollo de las MYPES, que comprenden las áreas representativas del acceso al financiamiento, innovación, servicios de desarrollo empresarial, transformación productiva, e internacionalización, etc. En el caso de Chile, es el país que se presenta con mejores resultados respecto a sus iniciativas en lo que se refiere al apoyo a las MYPES. En Colombia se tiene una cultura relativamente sólida en cuanto a la planificación y al diseño, así como también a la realización de sus esfuerzos programáticos específicos en su Política Nacional de Desarrollo Productivo. En Ecuador, si bien es cierto que se reconocen los avances que se han realizado en relación con la política de desarrollo de las PYMES, aún se encuentran brechas significativas. En México se destaca un mejor rendimiento en su Marco Institucional para el desarrollo de las MYPES y entorno operativo de procedimientos. En el caso de Uruguay, no se tiene una estrategia explícita sobre PYMES, sin embargo, este país ha desarrollado un proceso para relacionar sus programas de apoyo a estas empresas mediante el Primer Plan Nacional de Transformación Productiva y Competitividad (OCDE, 2019).

A pesar de los esfuerzos de los países por establecer medidas en favor de las MYPES, estas aún enfrentan a problemas que muchas veces les dificulta su crecimiento. Molina & Sánchez (2016) indican que en la actualidad el contexto en el que se desarrollan estas empresas se halla impregnado de incertidumbre por la inestabilidad política y económica de las naciones. Aseguran que su crecimiento, significa un largo camino que no todos los negocios logran recorrer, de tal manera que quienes no lo hacen, dan por concluidas sus actividades en un corto tiempo. Entre otros problemas que destaca es el difícil acceso al financiamiento, el acceso a la tecnología, y la falta de recursos humanos especializados.

Beltrán (2016) añade de manera más específica la problemática que presentan las MYPES, algunas de las cuales son: No tienen un plan estratégico que les permita establecer sus objetivos, utilizan metodologías inapropiadas de costeo de los productos o servicios que se ofertan, no se aprovechan las políticas e instrumentos de promoción a las exportaciones de los programas implementados por los gobiernos, y desconocimiento de los mercados potenciales por atender, etc.

En el Perú las MYPES están reguladas por la Ley N° 30056, en la misma que se le define como una unidad económica que puede ser constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier tipo de denominación u organización contemplados en la legislación vigente, y que tienen como objetivo el de llevar a cabo actividades de transformación, extracción, comercialización, producción, y prestación de servicios (Sánchez, 2016).

En el Perú, en el año 2019 las MYPES representaron el 95% del total de empresas y han generado el 47.7% del empleo, lo que significó un crecimiento del 4% en lo que se refiere a la generación de puestos de trabajo. En el PBI, su participación representa el 19.3%, siendo este un crecimiento de la menos un 6% del año anterior. La problemática que se presenta en estos negocios, de acuerdo a datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) es la informalidad, en cuyo grupo representa al 84% (Comex Perú, 2016).

Por su parte Alva (2017) indica que, si bien es cierto que las microempresas representan el 95% del total de empresas en el Perú, muchas veces no logran consolidarse en el mercado, por lo que dan fin a sus actividades. Como factores principales de mortalidad de las microempresas menciona a la situación económica del país, falta de publicidad, la alta competencia cerca del negocio, falta de mecanismos de control, falta de un plan de negocios, entre otros.

Por otro lado, en cuanto al rubro de las boticas. Estos negocios que, por lo general son pequeños, cumplen un rol fundamental en la salud de las personas, toda vez que se dedican a suministrar medicamentos que permiten desde aliviar síntomas leves de gripe o para cumplir con el tratamiento de alguna enfermedad; además de mostrarse más accesible a las personas, por el precio y por su ubicación.

Respecto a las fuerzas de Porter en las boticas seda de la siguiente manera:

En cuanto a la rivalidad entre las empresas: Esta fuerza definitivamente se hace presente como en la mayor parte de negocios. Es usual ver que, negocios del rubro boticas suelen ubicarse en zonas específicas, es decir, la competencia es muy fuerte. Para ello, las empresas deben impulsar estrategias que les permita captar a la mayor cantidad de clientes. Entre las estrategias utilizadas es el buen trato, los precios bajos, la limpieza, entre otros.

El Poder de negociación de los clientes: Conocedores de la actual posición del cliente, estos negocios deben considerar lo que en todo momento se busca, los precios bajos y la efectividad del producto. Si bien es cierto, los productos que comercializan las botica por lo general son adquiridos con receta en mano, el cliente también suele evaluar las características de una u otra marca, y optar por el que le resulte más útil.

La fuerza referida al poder de negociación de los proveedores: No solo se hace presente en el rubro de boticas, sino, en casi todos los sectores empresariales. Es beneficioso establecer tratos con los proveedores, para acceder por ejemplo a descuentos, a productos exclusivos, y atención preferencial.

Sobre la amenaza de los nuevos competidores entrantes: Esta fuerza sí se hace presente también en el rubro boticas pero es débil, esto debido a que implementar un negocio de este rubro no es tan fácil, se tiene que tener el capital suficiente, y sobre todo,

los permisos requeridos, además de personal especializado en la recomendación de medicamentos, ya que se trata de la salud de la persona.

En cuanto a la amenaza de productos sustitutos: Uno de los ejemplos en este rubro es la comercialización de productos genéricos y los denominados “de marca”; si bien es cierto ambos están orientados a la mejoría de la salud de las personas, la diferencia es su efectividad, y por supuesto, el precio. En este caso, las boticas deben tener de ambos tipos para ofrecer al cliente, lo que signifique su satisfacción.

De acuerdo con lo observado se pudo identificar el siguiente problema: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, 2021?

Frente a lo cual se propuso como objetivo general: Identificar las características de que tiene la gestión de calidad y la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.

Objetivos específicos: (a) Conocer las fases de calidad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021. (b) Describir los principios de la gestión de calidad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021. (c) Identificar las fuerzas de poder en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021. (d) Establecer los factores determinantes de competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.

La metodología utilizada fue la de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento de investigación, el cuestionario. Y la muestra estuvo constituida por 85 trabajadores de las boticas ubicadas en el centro de Huancabamba.

La investigación se justificó por lo siguiente:

PRÁCTICA: La presente investigación se realiza con el propósito de determinar las características de la gestión de calidad y de la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, lo cual permitirá conocerlas y que sobre ello los pequeños negocios tomen la decisión de diseñar sus estrategias orientadas hacia una mejora. De acuerdo a informes del INEI al año 2018 el 94.9% del total de empresas eran pequeñas empresas y el 4.2% pequeñas empresas (INEI, 2019). Esto demuestra la representatividad que tienen las MYPES en el sector económico, e incluso, se les considera como una fuente importante en la generación de empleo. Por lo tanto, la realización del trabajo de investigación que contempla el presente proyecto queda justificado por tratarse de un tema de interés social y que tendrá como principales beneficiarias a las MYPES del rubro boticas del Centro de Huancabamba - Piura.

METODOLÓGICA: para el desarrollo de la investigación se ha seleccionado una metodología científica, asimismo, se ha determinado la población y muestra, en la recolección de datos se aplicó una técnica y un instrumento de investigación.

Los principales resultados fueron: el 55.3% indicó que no se inspecciona de forma permanente las actividades, el 100% aseguró que la calidad compromete a todas las áreas de la empresa, el 70.6% consideró que el liderazgo en las boticas es el correcto y el 89.4% cree que tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes. Concluyéndose que, las boticas son negocios que cumplen con principios de gestión de calidad como también le resultan favorables los factores de la competitividad, sin embargo, aún requiere mejorar, sobre todo en lo que se refiere a las acciones de control.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable: Gestión de calidad

Anrango (2019) en su trabajo de investigación: Análisis comparativo de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las farmacias independientes vs las de cadena en el DMQ administración Eloy Alfaro Periodo 2018 – 2019, previo a la obtención del título de tecnólogo en administración de boticas y farmacias, se propuso como objetivo general: Analizar la calidad de servicio y satisfacción del cliente mediante la investigación verificando así la preferencia de atención entre farmacia independiente vs farmacia de cadena. Utilizó la metodología de tipo descriptiva. La población estuvo conformada por 430447 habitantes de Quito, y como muestra se tomó a 384 habitantes. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento de investigación, el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 36% percibe que las farmacias son empresas fundamentales para la sociedad, el 54% indica que no hay mucha publicidad de parte de las farmacias, el 68% señala que existe una buena calidad de atención en las farmacias, Finalmente concluye que, los usuarios califican de manera igualitaria la atención que reciben tanto de las farmacias de cadena como de las farmacias independientes.

Roncal (2018) presentó su tesis: La gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boticas del cercado de la provincia de Satipo, año 2017, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Se propuso como objetivo general: Conocer la relación respecto a la gestión de calidad y la competitividad. Desarrolló la metodología descriptiva, diseño correlacional.

La población y muestra estuvo conformada por 14 representantes legales, a quienes se les aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Obteniéndose los siguientes resultados: el 35.7% de representantes tuvo entre 18 a 29 años de edad, el 78.6% indicó que la gestión de calidad es regular. Concluyendo que, existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2017.

Remuzgo (2019) en su tesis denominada: Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio – rubro boticas en la ciudad de Tingo María – Provincia de Leoncio Prado, Periodo 2019, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Se propuso como objetivo general: Describir principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro boticas en la ciudad de Tingo María-provincia de Leoncio Prado, periodo 2019. La investigación que desarrolló fue de tipo cuantitativo. La muestra estuvo constituida por 12 boticas, a cuyos representantes se les aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Obteniéndose los siguientes resultados: el 1005 de representantes tienen edades entre 26 a 60 años, el 83% son de género femenino, el 50% dijeron que los documentos de gestión para mejorar la gestión de calidad es el plan de trabajo, el 67% de representantes evalúan el nivel de satisfacción del cliente. Finalmente concluyó que, la gestión de calidad es muy beneficioso para las empresas, debido a que cuando se comercializa el producto y al momento que el cliente lo adquiere, siempre los clientes verán si el producto es bueno y volverán a adquirirlo.

Mongrut (2019) presentó su tesis titulada: Gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio – rubro boticas, de la urbanización Zárate, del distrito de San Juan de Lurigancho, para optar el título profesional de licenciado en

administración. Tuvo como objetivo principal: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio – rubro boticas, de la Urbanización Zárate, del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. La investigación desarrollada fue de tipo cualitativa, de diseño no experimental. La población seleccionada estuvo conformada por 24 boticas, a cuyos representantes se les aplicó como instrumento de investigación el cuestionario. Los principales resultados fueron: el 100% de boticas fijan los objetivos de calidad, el 100% identifican las necesidades de los clientes, el 100% establecen los controles de los procesos. Se concluye que, las boticas fijan los objetivos, identifican las necesidades de los clientes, cuentan con un servicio de acuerdo a cada cliente, y además, establecen los controles en los procesos del servicio y evalúan el comportamiento de la calidad real.

Villanueva (2018) presentó su tesis: Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boticas de la ciudad de Tingo María, año 2017, para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo como objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad en la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio – rubro boticas de la ciudad de Tingo María 2017. La metodología utilizada fue la que corresponde al tipo de investigación cuantitativa, de nivel descriptiva, de diseño no experimental-transversal. La muestra estuvo constituida por 12 boticas, a quienes se les aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Obteniéndose los siguientes resultados: el 83.3% afirmó que una característica de la gestión de calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, el 91.7% indicó que se tiene como política de precios a los costos + ganancia, el 58.3% señaló que una de las estrategias de la competitividad es mejorar el precio. Finalmente se concluye que, en su mayoría las micro y pequeñas empresas del rubro boticas son formales y su objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes.

Rado (2019) en su tesis denominada: Caracterización de gestión de calidad y productividad de las MYPE, rubro boticas centrales de Chulucanas – Piura, año 2017, para optar el título profesional de licenciada en administración, se propuso como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y productividad de la MYPE rubro boticas centrales de Chulucanas – Piura, año 2017. Desarrolló la metodología de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta a través del cuestionario como instrumento de investigación. La población estuvo conformada por clientes y trabajadores. Obteniéndose como principales resultados los siguientes: el 100% de MYPE hacen uso del enfoque basado en procesos para mejorar la organización, el 97% de clientes indica que es importante la estructura organizacional en una empresa, y el 100% de trabajadores consideró que la actividad por equipo es indispensable para llevar a cabo sus actividades asignada por su superior. Se concluyó que, sí existe una buena y frecuente comunicación interna, y asimismo, se motiva o recompensa al personal.

Ruiz (2019) presentó su tesis: Gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro boticas del Centro del distrito de Las Lomas – Tambogrande, año 2019, para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo como objetivo general: Identificar las características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro boticas del centro del Distrito de Las Lomas – Tambogrande, año 2019. La metodología utilizada fue la de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento de investigación, el cuestionario. La muestra estuvo conformada por 4 propietarios, 8 trabajadores, y 384 clientes. Los principales resultados fueron: el 100% consideró que las boticas se preocupan por satisfacer sus necesidades, el 100% consideró

que su jefe tiene la capacidad de preguntar, escuchar y guiar cuando se trata de dar solución a cualquier problema, y el 100% considera que las boticas ofrecen productos de calidad. Concluyó que, la mitad de MYPE no evalúan el desempeño de sus trabajadores y además consideran que las críticas personalizadas no deberían afectar el desempeño de los trabajadores.

Julcahuanca (2019) en su tesis: Caracterización de la gestión de calidad y la innovación en las MYPE – rubro boticas del AA. HH Claveles – veintiséis de octubre, año 2017, para optar el título profesional de licenciada en administración, se propuso como objetivo general: Identificar qué características tiene la gestión de calidad y la innovación en las MYPE – rubro boticas AA. HH claveles – veintiséis de octubre, año 2017. Utilizó la metodología de nivel descriptiva, de tipo cuantitativo, y diseño no experimental-transversal. La población estuvo conformada por personas de la alta dirección y trabajadores. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento de investigación, el cuestionario. Entre los principales resultados que se obtuvieron fueron: el 100% señaló que sí existe participación entre la alta dirección y sus empleados, el 59% indicó que se tienen objetivos claros e identificables, el 100% aseguró que sí se aplican sistema de control de calidad en la elaboración de un producto. Finalmente se concluye que, es necesario establecer los sistemas de control de calidad en las empresas para elaborar buenos productos.

2.1.2. Variable: Competitividad

Cadena et al (2018) en su investigación: Competitividad en las pequeñas y medianas empresas del distrito Metropolitano de Quito, en la Escuela Politécnica Nacional de Quito, se propuso como objetivo general: Analizar, conocer y comparar el nivel de competitividad en las PYMES de los sectores priorizados: Turismo, alimentos, textil, farmacéutico, metalmecánico, confección y calzado en el distrito Metropolitano.

La investigación desarrollada utilizó el método descriptivo y no experimental. Para la recolección de datos se aplicó la técnica de análisis documental y de encuesta. Los resultados encontrados fueron: los niveles de competitividad son similares en los sectores analizados, sin embargo, el que muestra un menor nivel de competitividad es el metalmecánico, porque muestra dificultades en función a las calificaciones obtenidas, y el sector con mejor nivel de competitividad. Concluye que, debería considerarse que la competitividad de las PYMES depende de las relaciones que exista entre ellas.

Cerpa (2018) en su tesis: Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE del sector comercio rubro boticas del cercado de la ciudad de Ayaviri, año 2017, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Describir las características de la capacitación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas del cercado de la ciudad de Ayaviri año 2017, La metodología utilizada fue de nivel cuantitativo – descriptivo. La muestra estuvo conformada por 24 representantes de la MYPES. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta, y como instrumento de investigación, el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 75% de representantes tiene edades que oscilan entre los 31 a 50 años, el 66.67% son del género femenino, y como grado de instrucción, el 58.33% tiene superior no universitario. Respecto a la capacitación, el 66.67% indicó que sí ha sido capacitado, el 50% recibieron capacitación sobre atención al cliente. Y el 100% señala que la competitividad es importante. Finalmente concluye que, la mayoría de las MYPES, capacitan en el año a sus colaboradores, lo que permite aumentar la rentabilidad del negocio.

Torres (2018) presentó su tesis: Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE del sector comercio rubro boticas del barrio Laykakota de la ciudad de Puno año 2017, para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Se propuso como objetivo general: Describir las características de la capacitación y competitividad de las MYPES del sector comercio rubro ferreterías del “Carrió Laykakota” de la ciudad Puno año 2017. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo y no experimental – transversal. La población estuvo conformada por 14 MYPES a cuyos representantes se les aplicó como instrumento de investigación el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: el 71.43% indica que sí han mejorado los servicios de atención al cliente en las MYPES y refieren que sus trabajadores sí son competitivos; el 64.29% cree que la afluencia a su negocio es porque el lugar es estratégico, y además el 50% señaló que el factor que lo motiva a ser competitivo es la necesidad de mejorar su posición dentro de su entorno. Concluyendo que, el tipo de capacitación que hace falta es entrenamiento.

Condori (2018) en su tesis: Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro boticas, del distrito de Juliaca, provincia de San Román, periodo 2017 – 2018, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La metodología desarrollada fue de enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo no experimental – transversal. La población estuvo conformada por 60 MYPES. Se aplicó como técnica de recolección de datos a la encuesta, y como instrumento, al cuestionario. Siendo los principales resultados los siguientes: el 58% no ha mejorado su proceso de compra – venta, el 63% ha mejorado los servicios de atención al cliente, y el 37% ha

mejorado la calidad de sus productos. Concluyendo que, la MYPES es bastante competitiva frente a otros negocios del rubro boticas.

Chipillo (2019) en su tesis: Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro farmacias del distrito de Huaraz, 2018, para optar el título profesional de licenciada en administración, se propuso como 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 farmacias del distrito de Huaraz, 2018. La investigación fue de tipo cuantitativa, de diseño no experimental, descriptiva y transversal. La muestra estuvo constituida por 10 micro y pequeñas empresas. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta a través de su instrumento de investigación, el cuestionario. Como principales resultados obtenidos fueron: el 70% ha establecido objetivos de calidad, el 100% trabaja en función de la mejora continua, y el 100% de las empresas tienen un nivel de competitividad es bajo. Concluyendo que se requiere mejorar un plan de competitividad en las MYPES del rubro farmacias de Huaraz.

Castillo (2016) presentó su tesis: Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPES rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura, año 2016, para optar el título profesional de licenciado en administración. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas – MYPES, rubro boticas en el distrito de Sullana – Piura, año 2016. La investigación desarrollada fue de naturaleza cuantitativa, no experimental de corte transversal y descriptivo. En la recolección de datos se aplicó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario. La muestra estuvo conformada por 43 microempresas, 59 trabajadores, y 76 clientes. Los principales resultados fueron: el 35% son representadas por personas mayores de 26 años, el 60% pertenece al género

masculino, el 84% son representadas por profesionales. El 81% casi siempre realizan promociones de ventas, el 32% dispone de indicadores de gestión de manera constante y continua, y el 100% ha implementado un programa de capacitación. Concluyendo que, las características de las MYPES se dan por los cambios percibidos, genera niveles de desarrollo; es decir son negocios competitivos.

Tocto (2019) en su tesis: Caracterización de la capacitación y la competitividad empresarial de las ópticas en la ciudad de Sullana, año 2018, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, se propuso como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y competitividad empresarial de las ópticas en la ciudad de Sullana año 2018. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, y de corte transversal. En la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta, y el instrumento fue el cuestionario. La población estuvo constituida por los gerentes de las MYPES. Obteniéndose los siguientes resultados: el 95% respondió que sus empresas organizan, y disponen de insumos necesarios que luego se han de invertir en la implementación del negocio, el 100% indica que capacita al personal una vez en el año, el 100% considera que establece ventajas competitivas para que sus productos o servicio puedan distinguirse de la competencia. Finalmente concluye que las estrategias competitivas se dan por medio del liderazgo en costes, la diferenciación y por medio de la segmentación.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teorías que fundamentan el estudio

2.2.1.1. Teorías de la administración

Para Ramírez (2016) el término “administrar” hace referencia a la acción de servir a otra persona, resguardar sus bienes, y encargarse de sus asuntos. También lo define como la acción de dirigir los destinos de una empresa u organización, de un pueblo, de una comunidad, de tal forma que sea posible alcanzar los objetivos o propósitos.

2.2.1.2. La administración como ciencia, técnica y arte

Ramírez (2016) explica a la administración desde tres enfoques, lo que son:

La administración como ciencia: Está referida al conjunto de conocimientos respecto de un determinado fenómeno (...) Considera que la administración es una ciencia en formación.

La administración como técnica: Se refiere al conjunto de procedimientos y métodos, por lo cual se le considera a la administración como técnica, en la medida que los procedimientos y métodos mencionados sean aplicados para la empresa y en el desarrollo de las actividades administrativas.

La administración como arte: Porque al igual que el arte, la administración requiere de hacer bien las cosas, es decir, ser originales, crear, y expresarse de forma diferente (p.33).

2.2.1.3. Teorías de la administración clásica

Frederick Taylor y Henry Fayol son dos grandes representantes de la administración clásica; mientras que el primero formuló sus teorías en Estados Unidos, el segundo lo hizo en Francia, sin embargo, ambos, se mostraron preocupados por centrar los recursos humanos y en la forma cómo se debía dirigir la empresa. Por otro lado, en la administración clásica se establecieron los siguientes principios: principio de jerarquía

estricta, principio de unidad de mando, principio de excepción, principio de ámbito de control, y el principio de división del trabajo y especialización (Físico, 2020, p.20).

2.2.2. Gestión de calidad

2.2.2.1. Definición de gestión de calidad

De acuerdo con Soret (2020) para llevar a cabo una gestión de calidad se hace necesario comprender los principios básicos, adaptar la cultura empresarial y personal, y tener el apoyo de ciertas herramientas universales, e involucrar en ello a todos los trabajadores de la organización.

Oviedo (2019) señala que la gestión de calidad comprende actividades a través de las cuales las empresas identifican sus objetivos y determinan los procesos que se necesitan para lograr los resultados esperados. Asimismo, considera que la gestión de calidad permite a la alta dirección optimizar la utilización de los recursos tomando en cuenta las consecuencias de sus decisiones, tanto a corto como a largo plazo.

Según Gonzáles & Arciniegas (2016) a la gestión de calidad también se le puede considerar como la forma o estrategia en que una empresa realiza su gestión empresarial en todo lo que se refiera a la calidad de sus productos y servicios, como también los procesos que permiten producir.

Por su parte, Alcalde (2019) menciona que, a la calidad se le entiende como el nivel o el conjunto de características que permite cumplir con ciertos requisitos para satisfacer al cliente.

2.2.2.2. Términos relacionados con la calidad

López (2019) los siguientes términos de relacionan con la calidad:

- 1. Calidad global:** Se entiende a la calidad como objetivo y referencia de cualquier actividad dentro de la empresa, teniendo en cuenta tanto al cliente

externo como al interno. Se busca que un producto o servicio cumpla con un conjunto de requisitos como precio, calidad, puntualidad, seguridad, etc.

2. **Calidad unificadora:** Se considera fundamental el hecho de defender un concepto unificador de calidad que involucra los siguientes aspectos: calidad de la empresa y de su imagen en el mercado, la calidad de las prestaciones de la empresa (calidad, costes, entregas, seguridad y servicio), y la calidad de trabajo de todo el personal.
3. **Calidad operativa:** Integra a dos vertientes. En la primera se considera a la calidad como satisfacción del cliente, y en el caso de la segunda, se le da mayor importancia al cliente interno.
4. **Calidad negativa o reactiva:** Se refiere a la desviación entre lo que se obtiene y lo que se debería obtener para lograr las expectativas. Una de las primeras acciones a llevar a cabo con el fin de reducir la calidad negativa, es identificar las causas que han producido tal desviación y establecer medidas correctoras.
5. **Calidad positiva:** Se interesa por ofrecer al cliente un nivel de calidad más alto del que se espera, incrementando con ello su satisfacción.
6. **Calidad latente o excitante:** Proporciona al cliente algo inesperado y que se logra con entusiasmo para satisfacerlo. Se ve más allá de la calidad necesaria (especificaciones propias del producto o servicio) y de la calidad esperada (características que el cliente da por hecho) (p.31).

2.2.2.3.Documentación en la gestión de calidad

Implementar la gestión de calidad en las empresas implica manejar documentos que permitan un orden, y además sirvan de apoyo a los empleados en el desarrollo de sus actividades.

López (2016) explica respecto a los siguientes documentos:

Manual de calidad: Es uno de los documentos clásicos de los sistemas de gestión de calidad, cuyos requisitos son los que establecen las Normas ISO. El contenido que comprende en este documento es el siguientes: información general (presentación de la propia organización y sus actividades), Alcance y exclusiones, referencia a procedimientos documentados, y mapa de procesos.

Política de calidad y objetivos de calidad: la política de calidad es la declaración de intenciones, que se resumen y concentran en un documento breve; el mismo que debe ser claro y preciso. Y los objetivos de calidad, es lo que se propone alcanzar la organización. Este debe ser en relación con la política de calidad, y orientarse hacia la mejora continua de la empresa. Además, los objetivos deben ser cuantificables, medibles, alcanzables y realistas.

Fichas de proceso y diagramas de tortuga: Se trata de un conjunto de actividades orientadas a transformar ciertos elementos de entrada en unos resultados a través del uso de unos medios y recursos humanos, económicos y materiales, sometidos a control y/o inspección.

Procedimientos documentados: El procedimiento es la manera específica de cómo realizar una determinada actividad o proceso. Los procedimientos documentados por lo general incluyen los siguientes: objetivo y alcances, definiciones, responsabilidad y autoridad, y descripción de actividades.

Instrucciones de trabajo: Son aquellas que, detalladamente describen las actividades a llevar a cabo, comprendiendo incluso la cronología a seguir y los resultados que se pueden alcanzar, como también los materiales y equipos a utilizar.

Formatos: Tiene como misión la de servir como registro de información y datos necesarios para la gestión (p.28).

2.2.2.4. Fases de la gestión de calidad

Cortés (2017) explica que en las empresas se pueden distinguir al menos cinco etapas diferentes en el proceso de evolución de su gestión de calidad las que son:

Inspección: Etapa en la cual se cuida a los productos a través de un trabajo de inspección.

Control estadístico del proceso: Etapa en la cual se considera que la atención a la calidad obliga la observación del proceso con el propósito de controlarlo, y a su vez, mejorarlo.

Aseguramiento de la calidad o gestión integral de la calidad: En esta etapa se percibe la necesidad de asegurar calidad en el ciclo de vida del producto.

Calidad total: Etapa en la cual la calidad, involucra a toda la empresa, a utilizar estrategias para lograr el éxito en el mercado frente a los competidores (p.12).

2.2.2.5. Principios de gestión de calidad

De acuerdo con las Normas ISO 9000 son 7 los principios de gestión de calidad que proporcionan las claves para introducir una cultura de calidad en las empresas u organizaciones.

a. Enfoque al cliente

Se entiende que las organizaciones dependen de sus clientes, por lo que deben comprender sus necesidades actuales y futuras, cumplir sus requerimientos y orientar los esfuerzos a exceder sus expectativas. Entre las acciones a realizar dentro de este principio son: entender todas las necesidades y expectativas del cliente, comunicar las mismas a toda la organización, medir la satisfacción del cliente, y gestionar los procesos que guardan relación con el cliente (Cortés, 2017).

b. Liderazgo

Hace referencia a la capacidad de una o más personas con el propósito de influir en la manera de actuar y pensar de un grupo de personas; de tal forma que, estas últimas sean quien asuman una lista de responsabilidades y lleven a cabo un conjunto de actividades con compromiso y entusiasmo para lograr una o más objetivos compartidos (Vásquez, 2020).

c. Compromiso de las personas

Se dice que las personas comprometidas, competentes y empoderadas en toda la organización son piezas fundamentales para incrementar la capacidad de la organización para generar y proporcionar valor (Oviedo, 2019).

d. Orientación a procesos

Está centrado más en el estudio, mejoramiento de los procesos y desarrollo, lo que quiere decir que las actividades y recursos que se les relaciona, lo cual conlleva a un resultado esperado. Este enfoque proporciona el control permanente respecto a la relación entre los subprocesos y sobre y combinación e interacción (González & Arciniegas, 2016).

e) La mejora continua

Se considera que la mejora continua debería ser el objetivo constante de la organización. Queda definida como la actividad recurrente para mejorar el desempeño. Las acciones que se llevan a cabo dentro de este principio son: establecer la mejora continua de productos, servicios y procesos, comprometer a todos los miembros de la organización en la mejora continua, hacer uso de principios de mejora continua, evaluar de forma periódica el rendimiento de la organización, diseñar planes de mejora dirigida, estimular la innovación (Cortes, 2017).

f) Toma de decisiones basada en la evidencia

La toma de decisiones puede tratarse de un proceso complejo, y que por lo general implica cierta incertidumbre. En este principio resulta importante comprender las relaciones de causa y efecto, asimismo, las consecuencias potenciales y que no han sido previstas. Entre las acciones a llevar a cabo son: determinar y hacer seguimiento de los indicadores clave para demostrar el desempeño de la organización, asegurarse de que la información sea suficientemente precisa, analizar y evaluar la información, y tomar las decisiones basándose en la evidencia (Oviedo, 2019).

g) Relaciones mutuamente beneficiosas entre la organización y sus proveedores

Se indica que, para prevenir la presencia de problemas de calidad y lograr los objetivos propuestos, las medidas deben ser analizadas comprendiendo todas las redes de procesos interrelacionados con el propósito de comprobar la eficacia de las acciones y soluciones adoptadas. Este principio requiere de lo siguiente:

2.2.2.6. Herramientas de gestión de calidad

Lemos (2016) indica que las herramientas de gestión de calidad son utilizadas por personas específicas de la organización o empresas, las mismas que deberían ser capacitadas respecto al manejo de las mismas. Como herramientas de gestión de calidad menciona a las siguientes: permitir a todas las personas el acceso a la información que necesiten, tomar decisiones y actuar de acuerdo al análisis objetivo, asegurar que los datos sean fiables y precisos, y analizar la información con la metodología correcta (Cortés, 2017).

Diagrama de afinidad: Se trata de una metodología que consiste en agrupar una cantidad significativa de ideas que se encuentran relacionadas entre sí. Se utiliza

por lo general cuando se tiene abundante información sobre un determinado problema, pero de forma desordenadas.

Diagrama de relaciones: Es una herramienta utilizada en la fase inicial de la organización y gestión de datos. Su objetivo es el de identificar relaciones entre distintos elementos e ideas.

Diagrama de árbol: Representa de manera gráfica todos los resultados posibles de una determinada situación toda vez que estos se trate de un número exacto. Puede ser utilizado como instrumento para identificar las relaciones entre una situación y los factores que la producen.

Diagrama de matriz: Se le conoce también como diagrama matricial, y permite determinar las relaciones entre ideas que pertenecen a categorías distintas.

Matriz de priorización: Es utilizada con el fin de priorizar y ordenar un conjunto de soluciones fundamentadas en ciertos criterios. Se aplica en la fase posterior del análisis de problemas, es decir, cuando ya se tienen varias posibles soluciones y es necesario seleccionar algunas y descartar al resto.

Diagrama de procesos de decisión: Permite anticiparse, y buscar contramedidas que ayuden a eliminar el obstáculo o por lo menos reducir las consecuencias.

Diagrama de flechas: Permite ir más allá, y llegar a visualizar la planificación de un proyecto, comprendiendo incluso el orden lógico en que serán llevadas a cabo las acciones y el tiempo requerido para ello (p.31).

2.2.2.7. Factores que influyen en la calidad de las empresas

Son cuatro los factores que menciona Alcalde (2019) los que influyen de alguna manera en la calidad de la empresa, los que son:

Factor humano: Resulta indispensable que los trabajadores participen con sugerencias e ideas en un estilo de empresa donde la creatividad de todas las personas permite innovar y mejorar de forma constante todos los procesos.

Factor tecnológico: La rapidez con que se suscitan los avances tecnológicos y científicos posibilitan que se produzcan bienes y servicios de buena calidad y a un mejor precio. Por lo tanto, es una oportunidad para reducir costes de producción.

Factor comercial: En la actualidad las empresas se hacen presentes en un mercado globalizado. Asimismo, con los sistemas de producción nuevos y la incorporación de materiales modernos, ha aumentado la oferta de productos y servicios, surgiendo de esa manera una dura y fuerte competencia por mantenerse en el mercado.

Factor medioambiental: Frente a la preocupación por la degradación del medio ambiente y la emisión de leyes que permiten un desarrollo sostenible, las empresas también deben adaptarse a ello, invirtiendo para ello de manera oportuna en el diseño de sus productos y/o servicios (p.23).

2.2.3. La competitividad

2.2.3.1. Definición de competitividad

Para Bayón (2019) se trata de un término relativo, porque en todo momento está en función del entorno de negocio de una empresa. Es la comparación exigente con la competencia; es decir. La competitividad mide la capacidad de productos y/o servicios de un negocio para competir con ventaja en el mercado; con precios que le permitan compensar todos los gastos de producción.

Alcalde (2019) considera que la competitividad de una empresa es aquella capacidad que permite aumentar y mantener la presencia de la misma en la empresa, logrando buenos resultados.

Por su parte, Porter (2017) señala que la competencia es una de las fuerzas más poderosas de la sociedad que permite avanzar en diversos ámbitos del esfuerzo humano. La competencia para este autor es generalizada, tanto si implica a compañías que luchan por mercados, como también a países que le hacen frente a globalización o a instituciones de carácter social que responde a diferentes necesidades de índole social.

2.2.3.2. La calidad como estrategia competitiva

Alcalde (2019) manifiesta que, el alto nivel de competitividad que demuestran las empresas se debe a la globalización, los consumidores tienen mayor información, y se han convertido en clientes muy exigente (...) Asegura que, la manera de ser más competitivos se trata de identificar y satisfacer las necesidades del cliente al menor coste posible.

2.2.3.3. Las cinco fuerzas de competitividad o fuerzas de Porter

Porter (2017) propone cinco fuerzas: poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos aspirantes, poder de negociación de los compradores, amenaza de productos o servicios sustitutos, y la rivalidad entre los competidores existentes. Asegura que, comprender las fuerzas competitivas y sus causas subyacentes, da cuenta de los orígenes de la rentabilidad actual de una industria al momento que brinda un marco para anticiparse e influenciar de algún modo en la competencia a lo largo del tiempo.

Porter (2015):

Poder de negociación de los proveedores: Los proveedores se presentan con poder de negociación sobre una empresa cuando amenazan con incrementar los precios o reducir el nivel de calidad de los productos y servicios que brindan.

Amenaza de nuevos aspirantes: Esta amenaza siempre está presente, ya que toda empresa cuanto más atractiva se muestra, serán más los competidores que querrán

ingresar al mercado para apropiarse del valor. Porter propone la formación de barreras de entrada.

Poder de negociación de los compradores: Porter sugiere que las empresas tengan una política de compras que comprenda los siguientes criterios: competitividad y estabilidad, grado óptimo de integración vertical, obtención de una ventaja máxima con los proveedores seleccionados, y la asignación de compras entre los proveedores idóneos.

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Estos ejercen poder por dos causas: la primera porque imponen un límite a los precios de los productos, y el segundo, porque inducen a la empresa a tener diversidad de productos con el fin de que no sean reproducidos con facilidad por los productos sustitutos.

Rivalidad entre los competidores existentes: Esta fuerza adopta la conocida manera de manipular para lograr una posición, haciendo uso de tácticas como la competencia de publicidad, precios, y la introducción de productos (p.79).

2.2.3.4. Acciones a desarrollar frente a las cinco fuerzas competitivas

De acuerdo con Porter (2017) una excelente estrategia competitiva requiere de emprender acciones defensivas y ofensivas con el propósito de alcanzar una posición de defensa frente a las cinco fuerzas competitivas. Explica que, hay al menos tres formas de hacerlo:

- Posicionar a la empresa de tal forma que sus capacidades brinden la mejor defensa posible frente a las actuales fuerzas competitivas.
- Tener influencia en el equilibrio de fuerzas mediante tácticas estratégicas con el fin de establecer una mejora en la posición relativa de la empresa.
- Prever los cambios que se pudieran dar de los factores en los cuales están basadas las fuerzas tomando las medidas pertinentes, con lo que se espera

aprovechar el cambio al seleccionar una estrategia correcta al nuevo equilibrio competitivo antes de que la competencia los identifique.

2.2.3.5. Factores determinantes de la competitividad

Medeiros, Goncalves & Camargos (2019) explica que en el análisis de la competitividad se debe tener en cuenta la diversidad de factores, y menciona a los siguientes:

Factores empresariales: se trata de aquellos sobre los cuales la empresa ejerce un control sustancial. Tienen relación con la acumulación de conocimiento inducido por la empresa y sus estrategias, y sobre todo, con la eficacia de la gestión, el desempeño y la capacitación, los recursos humanos, y los métodos de organización, etc.

Factores estructurales: son aquellos sobre los cuales la empresa no tiene la posibilidad de ejercer pleno control, lo que quiere decir que las empresas se encuentran limitadas por el mismo proceso de competencia y sus especificaciones. Asimismo, las características de la oferta y la demanda, los que incluyen la influencia de instituciones que se encuentran fuera del mercado, las que definen regulación e incentivos, la distribución geográfica, lo avanzado de la tecnología, los sistemas de comercialización, las tasas de crecimiento y las oportunidades de acceso a productos internacionales, etc.

Los factores sistémicos: Aquellos sobre los cuales el control de la empresa resulta ser muy escaso, e incluso, nulo. Son responsables de generar externalidades a las empresas, cumpliendo el rol de parámetros del proceso de decisión. Algunos de estos factores son: infraestructurales (calidad y costo de la energía, disponibilidad, telecomunicaciones, transporte, servicios tecnológicos e insumos básicos); macroeconómicos (carga tributaria, tipo de cambio, tasa de crecimiento del PBI,

tasas de interés, oferta de crédito y política salarial); político – institucionales (política arancelaria, política tributaria, apoyo fiscal al riesgo tecnológico, y poder adquisitivo del gobierno); sociales (políticas de educación y formación de recursos humanos, sistema de calificación de mano de obra, laboral y de seguridad social); y legales y normativos.

2.2.3.6. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es medida por el valor que la empresa se encuentra en la capacidad de dar a sus clientes y puede darse por un mejor servicio, reducción de precios, diferenciación del periodo (calidad y/o funcionalidad). Asimismo, las estrategias productivas que se utilizan como ventajas competitivas deben actualizarse de forma permanente; lo cual en un principio puede resultar novedoso, y luego será igualado por la competencia (Rubio & Baz, 2015, p.27).

Bayón (2019) considera que la ventaja competitiva es un reto directivo constante, ya que incide en todo lo que significa necesario para iniciar y desarrollar una actividad empresarial, comprendiendo de esa manera, desde la generación de la propia idea de negocio hasta la definición permanente de su explotación conveniente a través del tiempo.

2.2.3.7. Estrategia competitiva

A la estrategia se le debe entender como búsqueda permanente de un plan de negocios orientado a desarrollar y explotar las ventajas competitivas de la empresa que le permitan marcar la diferencia de la competencia existente en el mercado global e inmediato, aprovechando para ello las fortalezas estructurales y funcionales de la empresa, con un definido objetivo final: Generar valor para satisfacer a los clientes (Bayón, 2019).

Porter (2017) se refiere a la estrategia competitiva como aquella que examina la manera en que una empresa compite demostrando mayor eficacia y fortaleciendo su posición en el mercado. Además, señala que, toda estrategia se da dentro del contexto de las reglas de juego que rige la conducta competitiva que más conviene desarrollar en la sociedad. Asimismo, dichas estrategias no alcanzarían su efecto si no prevén de forma adecuada la respuesta estratégica de las empresas frente a las amenazas y oportunidades competitivas.

2.2.3.8. La estrategia y sus componentes

Bayón (2019) indica que, el poner en práctica el concepto de estrategia va en la misma dirección, materializándose en la política estratégica de la empresa mediante sus diferentes componentes, estos son: el campo de actividad, las capacidades distintivas, la sinergia y las ventajas competitivas:

- a. El ámbito y campo de actividad:** Consiste en definir la extensión y naturaleza de la actuación productiva que pretende llevar a cabo la empresa y su contribución social y económica al entorno correspondiente. En este primer componente se determina respecto a si se va a competir en todo el sector o en uno o más segmentos de él, de acuerdo a los intereses y posibilidades con los que cuenta la empresa, asimismo, se refiere a los negocios actuales y futuros en los que se tiene la intención de competir.
- b. Las capacidades distintivas:** Se refiere a los medios materiales e inmateriales, activos intangibles y tangibles, con que cuenta la empresa para llevar a cabo una estrategia, debido a que se tratará de aprovecharlos haciendo una combinación de ellos. En cuanto a los recursos también se considera a las habilidades circunstanciales a ellos y los diversos

conocimientos desarrollados en una organización mediante el paso del tiempo.

- c. Las ventajas competitivas:** Este componente consiste en elegir la ventaja competitiva que la empresa espera lograr. Las fuentes básicas de ventaja competitiva están agrupadas teóricamente en: aquellas que hacen posible lograr más bajos costes y aquellas que permiten marcar la diferencia de los demás competidores.
- d. La sinergia:** Busca el equilibrio entre los componentes anteriores bajo la consideración positiva adicional de lograr que con ello se vuelva más ventajosa que la participación de forma individual por cada una de ellas.

2.2.4. Las Micro y Pequeñas empresas (MYPES)

2.2.4.1. Definición MYPES

De acuerdo con Raffino (2020) es un término utilizado para diferenciar una empresa de otra por el nivel de ingresos mensuales o anuales que tiene, además de su tamaño. Menciona que estos negocios se crean por diversas razones, entre la que cuenta como principal es la de generar ingresos que le permita a su ejecutor subsistir.

Se trata de la unidad económica constituida por persona natural o jurídica, bajo cualquier tipo de organización o gestión empresarial, generadora de renta de 3º categoría de acuerdo a la Ley del Impuesto a la Renta, con el propósito de lucrar (Benner, 2020).

2.2.4.2. Características de las MYPE

Respecto de la microempresa, Rafinno (2020) indica que esta se caracteriza por las siguientes:

- Tiene pocos trabajadores. En algunos casos es un máximo de diez (10) personas.
- El trabajador se cuenta como trabajador (hay excepciones).

- Tiene una facturación limitada.
- No incide de manera significativa en la economía, ya sea de su nación o de su ciudad.
- Son creadas con facilidad, de acuerdo al país y su normativa.

Por otro lado, según la normativa peruana, las MYPES se caracterizan por el nivel de ventas. Es así que, aquellas cuyas ventas no superan las 150 UIT son consideradas como microempresas, mientras que aquellas que superan las 150UIT, pero no las 1700 UIT se les denomina como pequeñas empresas.

III. HIPÓTESIS

Se trata de una idea que puede no ser cierta, fundamentada en una información previa. Su valor radica en la capacidad para establecer más relaciones entre los hechos y explicar del por qué se producen. Por lo general primero se plantean las razones claras por las que se considera que algo es posible (Espinoza, 2018).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La investigación desarrollada fue de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, y diseño no experimental.

Cuantitativo, porque los resultados son cuantificables, es decir se hace uso de números. Según Mousalli (2016) este tipo de investigación tiene su origen en las ciencias naturales, dado a que el positivismo surge desde las ciencias fácticas naturales en las cuales la medición de variables se sujeta a instrumentos precisos y confiables.

Descriptivo porque se limitó a identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las boticas del Centro de Huancabamba. De acuerdo con Rojas (2015) la investigación descriptiva es aquella en la cual se exhibe el conocimiento de la realidad tal como se da en una determinada situación. Las preguntas a las que se debe responder en la investigación de nivel descriptivo son: ¿cómo es? ¿qué es? ¿dónde está? ¿cuántos casos se observan? ¿Cuándo ocurre?

No experimental, porque no se hizo manipulación de ninguna de las variables, es decir, el problema se ha dado a conocer tal como se encuentra. Para Dzul (2015) la investigación no experimental es aquella que se lleva a cabo sin realizar manipulación deliberada de variables. Está basada principalmente en la observación de fenómenos tal y como se vengán presentando en su contexto para luego aplicar el análisis.

4.2. Población y muestra

Población

La población estuvo constituida por 12 MYPES del rubro boticas que se ubican en el Centro de Huancabamba. Según Espinoza (2016) la población se trata del conjunto de elementos que, puede ser finito o infinito, definido por una o más características, de las gozan la totalidad de elementos que lo componen.

Muestra

La muestra estuvo constituida por 12 MYPES del rubro boticas del Centro de Huancabamba. Para Toledo (2016) la muestra es una parte de la población, y queda definida como un subgrupo de la población o universo. Tomándose como unidad de análisis a los trabajadores de dichas empresas. A continuación, el detalle de la muestra:

Cuadro 1. Población y muestra

	MYPES	Nº de trabajadores
01	MYPE00001	7
02	MYPE00002	6
03	MYPE00003	8
04	MYPE00004	7
05	MYPE00005	10
06	MYPE00006	6
07	MYPE00007	7
08	MYPE00008	7
09	MYPE00009	6
10	MYPE00010	8
11	MYPE00011	6
12	MYPE00012	7
TOTAL		85

Elaboración: Propia

Criterios de inclusión:

- Trabajadores de MYPES del rubro boticas ubicadas en el Centro de Huancabamba.
- No presentar ninguna discapacidad que le impida la resolución del cuestionario.
- Disposición para resolver las preguntas formuladas.

Criterios de exclusión:

- Trabajadores de las MYPES de otros rubros.
- Personas que no se encuentran en la disposición de brindar información.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de calidad	La gestión de calidad comprende actividades a través de las cuales las empresas identifican sus objetivos y determinan los procesos que se necesitan para lograr los resultados esperados (Oviedo, 2019).	Etapas	Inspección	Se medirá por las etapas que comprende llevar a cabo la gestión de calidad.	Representantes	Nominal	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental – transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Control estadístico del proceso				
			Aseguramiento de la calidad				
			Calidad total				
		Principios	Enfoque al cliente	Se medirá por el cumplimiento de los principios de gestión de calidad que establece la Norma ISO.			
			Liderazgo				
			Compromiso de las personas				
			Orientación a procesos				
			La mejora continua				
			Toma de decisiones basada en la evidencia				
Competitividad	Es aquella capacidad que permite aumentar y mantener la presencia de la misma en la empresa, logrando buenos resultados (Alcalde, 2019).	Las fuerzas de competitividad	Poder de negociación de los proveedores	Se medirá por las características que presenta la competitividad en relación a las 5 fuerzas de competitividad que establece Porter.	Representantes	Nominal	
			Amenaza de nuevos aspirantes				
			Poder de negociación de los compradores				
			Amenaza de productos o servicios sustitutos				
			Rivalidad entre los competidores existentes				
		Factores determinantes de competitividad	Factores empresariales	Se medirá por los factores que determinan la competitividad en la empresa.			
			Factores estructurales				
			Factores sistémicos				

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

En la presente investigación se utilizó la técnica de encuesta. De acuerdo con Roldán (2015) a la encuesta se le considera como una técnica de recogida de datos mediante la interrogación de los sujetos cuyo fin es el de obtener de forma sistemática medidas respecto de los conceptos que tienen relación con la problemática de investigación previamente estructurada.

Instrumento

El instrumento de recolección de datos utilizado en la presente investigación fue el cuestionario. Al respecto García (2015) señala el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, por lo general de varios tipos, el cual es preparado de forma cuidadosa y sistemática, sobre aspectos y hechos que son de interés en una investigación o evaluación, pudiendo ser aplicados de diversas maneras.

4.5. Plan de análisis

Los datos recopilados mediante la aplicación del cuestionario a los representantes de las MYPES del rubro boticas del Centro de Huancabamba, han sido procesados en el programa estadístico IBM Spss Statistics. Se realizaron los análisis respectivos, como también las tablas y gráficos donde son mostrados los resultados. Asimismo, se ha hecho uso de hojas de cálculo Excel y hojas Word.

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Instrumento	Fuente
Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.	¿Qué características tiene la gestión de calidad y la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021?	Identificar las características que tiene la gestión de calidad y la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.				Encuesta / cuestionario	R E P R E S E N T A N T E S
		a) Conocer las fases de calidad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.		Etapas	Inspección Control estadístico del proceso Aseguramiento de la calidad Calidad total		
		b) Describir los principios de gestión de calidad aplicados en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.		Principios	Enfoque al cliente Liderazgo Compromiso de las personas Orientación a procesos La mejora continua Toma de decisiones basada en la evidencia Relación beneficiosa entre la organización y sus proveedores		
		c) Identificar las fuerzas de competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.		Las fuerzas de competitividad	Poder de negociación de los proveedores Amenaza de nuevos aspirantes Poder de negociación de los compradores Amenaza de productos o servicios sustitutos Rivalidad entre los competidores existentes		
		d) Establecer los factores determinantes de la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.		Factores determinantes de competitividad	Factores empresariales Factores estructurales Factores sistémicos		

4.7. Principios éticos

En el desarrollo de la investigación se han cumplido los principios éticos que rigen a la actividad investigadora, de acuerdo con el Código de ética de la universidad.

Siendo los principios éticos los siguientes:

Protección a las personas: Conocedores de la actual situación sanitaria por la que atraviesa el Perú al igual que casi varios países a nivel mundial, se tomaron las medidas respectivas, procurando en todo momento el uso de medios digitales para evitar el contacto directo con las personas.

Libre participación y derecho de estar informado: Los participantes han sido debidamente informados respecto a los propósitos de la investigación, y además se les ha dado a conocer que su participación en la misma es de carácter voluntario.

Beneficencia no maleficencia: En el presente estudio se ha identificado como riesgo la exposición de evidencias de los participantes, sin embargo, también se ha establecido el beneficio que se espera obtener de la investigación, el cual es el de describir la gestión de calidad y competitividad en las boticas, con lo cual se espera que sus propietarios tomen las decisiones correctas que les permita una mejora en sus negocios.

Justicia: El investigador es una persona recta que, sometándose a los principios éticos de la investigación, actúa en todo momento con justicia en lo que se refiere al proceso y análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, es decir, no hay ningún otro interés en particular, nada más cumplir con el objetivo que es el de identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las boticas del centro de Huancabamba – Piura.

Integridad científica: Respecto a la confidencialidad, esta consiste en no mostrar la identidad de los participantes cuando sean publicados los resultados.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Si bien es cierto, la investigación no trabaja directamente con animales ni con plantas, considerando que el cuidado del medio ambiente es responsabilidad de todos, en el presente estudio se procura no utilizar material que signifique daño al ambiente como son las bolsas, o demasiado papel. En ese sentido, se hace uso de papel reciclable.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Inspección permanente de las actividades

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	44,71
No	47	55,29
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

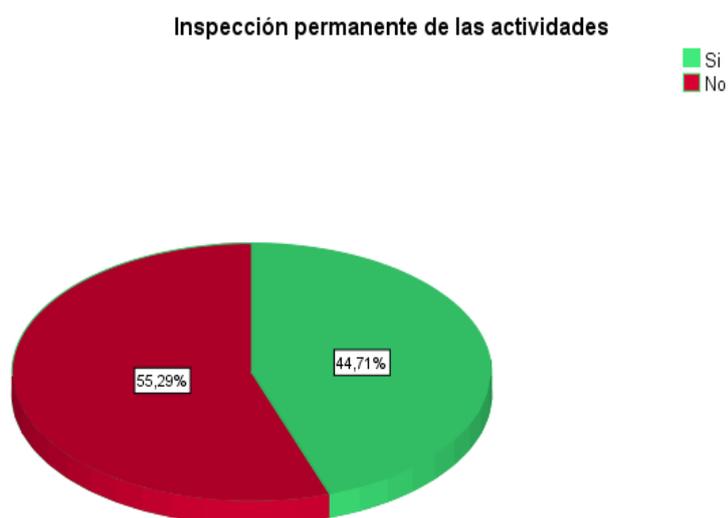


Figura 1. Inspección permanente de las actividades

Fuente: Tabla 1 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 1 y figura 1 denominadas “Inspección permanente de las actividades” se observa que el 55.29% no se inspecciona, mientras que el 44.71% indica que sí se inspecciona.

Tabla 2. Acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	45,88
No	46	54,12
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

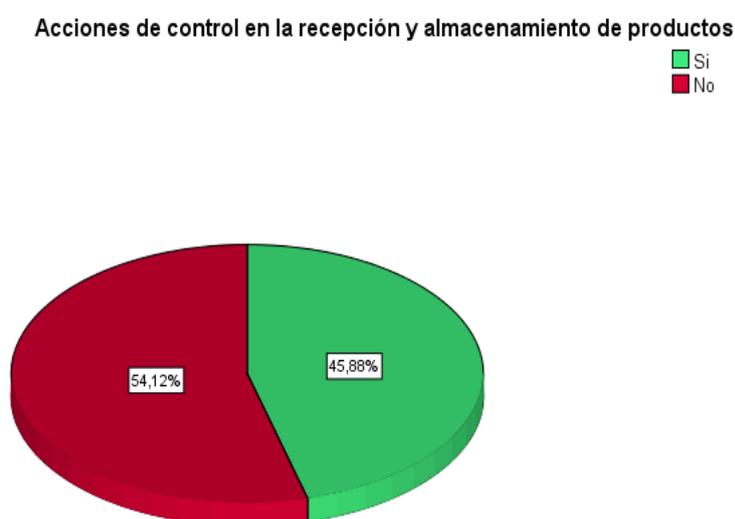


Figura 2. Acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos

Fuente: Tabla 2 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 2 y figura 2 denominadas “Acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos”, se observa que el 54.12% señala que no existen acciones de control y almacenamiento, mientras que el 45.88% indica que sí hay acciones de control.

Tabla 3. Estricto control con el fin de asegurar la calidad de los productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	41,18
No	50	58,82
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 3. Estricto control con el fin de asegurar la calidad de los productos

Fuente: Tabla 3 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 3 y figura 3 denominadas “Estricto control con el fin de asegurar la calidad de los productos”, se observa que el 58.82% responde que no hay un estricto control, mientras que el 41.18% sí se controla.

Tabla 4. La calidad compromete a todas sus áreas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	100,0
No	0	0
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 4. La calidad compromete a todas sus áreas

Fuente: Tabla 4 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 4 y figura 4 denominadas “La calidad compromete a todas sus áreas” se observa que el 100% indica que la calidad sí compromete a todas las áreas de su empresa.

Tabla 5. Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	71	83,53
No	14	16,47
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 5. Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente

Fuente: Tabla 5 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 5 y figura 5 denominadas “Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente” se observa que el 83.53% si se esfuerzan para satisfacer el cliente, mientras que el 16.47% no lo hace.

Tabla 6. Liderazgo correcto en la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	70.59
No	25	29.41
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 6. Liderazgo correcto en la empresa

Fuente: Tabla 6 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 6 y figura 6 denominadas “Liderazgo correcto en la empresa” se observa que el 70.59% responde que sí existe un correcto liderazgo, mientras que el 29.41% opina lo contrario.

Tabla 7. Personal comprometido con el alcance de los objetivos de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	72,94
No	23	27.06
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

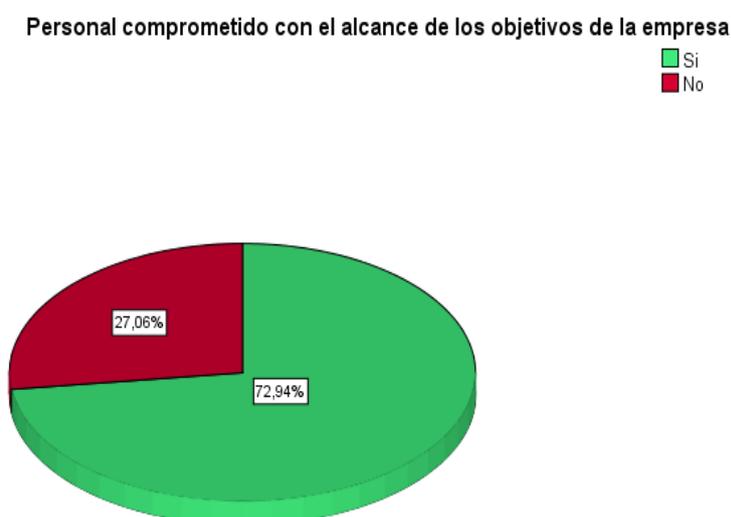


Figura 7. Personal c comprometido con el alcance de los objetivos de la empresa

Fuente: Tabla 7 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 7 y figura 7 denominadas “Personal comprometido con el alcance de los objetivos de la empresa” se observó que el 72.94% sí está comprometido con la empresa, mientras que el 27.06% no lo está.

Tabla 8. Procesos definidos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	27,06
No	62	72.94
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

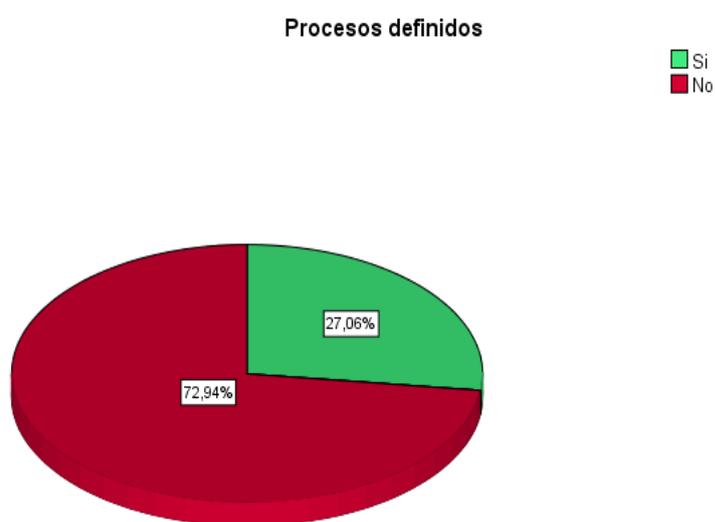


Figura 8. Procesos definidos

Fuente: Tabla 8 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 8 y figura 8 denominadas “Procesos definidos” se observa que el 72.94% responde que no se han definido procesos, mientras que el 27.06% indica que no existen procesos.

Tabla 9. Toma de medidas con el fin de mejorar

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	68,24
No	27	31,76
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 9. Toma de medidas con el fin de mejorar

Fuente: Tabla 9 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 9 y figura 9 denominados “Toma de medidas con el fin de mejorar” se observa que el 68.24% indica que se toman medidas con el fin de mejorar, mientras que el 31.76% señala que no se toman medidas.

Tabla 10. Toma de decisiones sustentada con documentos o hechos específicos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	41,18
No	50	58,82
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

Toma de decisiones sustentada con documentos o hechos específicos

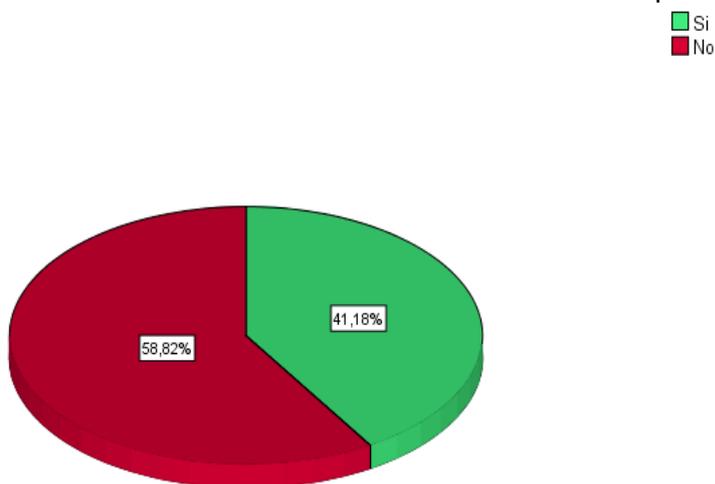


Figura 10. Toma de decisiones sustentada con documentos o hechos específicos

Fuente: Tabla 10 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 10 denominadas “Toma de decisiones con documentos o hechos específicos” se observa que el 58.82% responde que las decisiones no se toman en base a documentos o hechos específicos, mientras que el 41.18% indica que sí son sustentadas las decisiones.

Tabla 11. Se ha establecido algún trato con los proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	56,47
No	37	43,53
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 11. Se ha establecido algún trato con los proveedores

Fuente: Tabla 11 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 12 denominadas “Se han establecido algún trato con los proveedores” se observa que el 56.47% señala que sí se han establecido tratos con los proveedores, mientras que el 43.53% indica que no hay tratos en especial.

Tabla 12. Representa una amenaza la apertura de nuevas boticas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	72,94
No	23	27,06
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

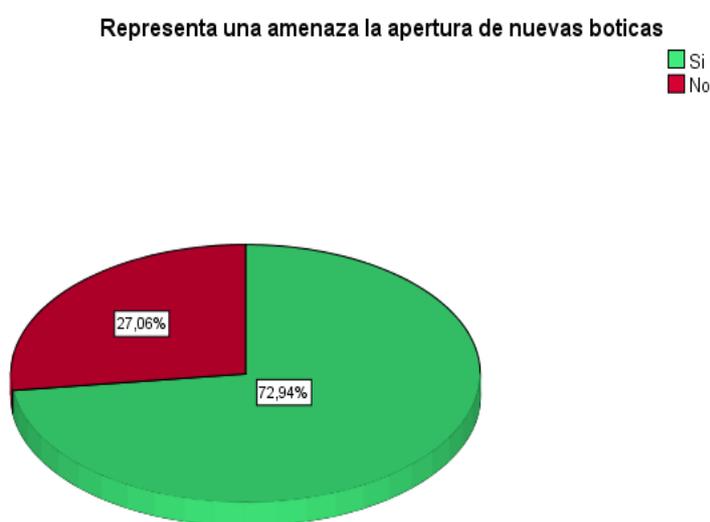


Figura 12. Representa una amenaza la apertura de nuevas boticas

Fuente: Tabla 12 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 13 y figura 13 denominados “Representa una amenaza la apertura de nuevas boticas” se observa que el 72.94% indica que sí representa para la empresa una amenaza la apertura de nuevas boticas, mientras que el 27.06% señala que no es una amenaza.

Tabla 13. Estrategias para fidelizar a los clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	64,71
No	30	35,29
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 13. Estrategias para fidelizar a los clientes

Fuente: Tabla 13 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 14 y figura 14 denominadas “Estrategias para fidelizar a los clientes” se observa que el 64.71% indica que sí se aplican estrategias para fidelizar a los clientes, mientras que el 35.29% responde que no se aplican estrategias.

Tabla 14. Ingreso de nuevos productos es una amenaza para la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	42,35
No	49	57,65
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

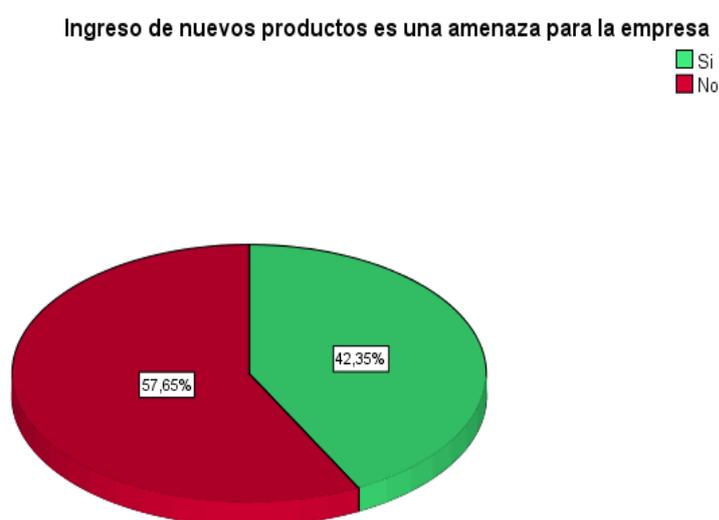


Figura 14. Ingreso de nuevos productos es una amenaza para la empresa

Fuente: Tabla 14 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 15 y figura 15 denominadas “Ingreso de nuevos productos es una amenaza para la empresa se observa que el 57.65% responde que el ingreso de nuevos productos no representa una amenaza para la empresa, mientras que el 42.35% señala que sí es una amenaza.

Tabla 15. Tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	89,41
No	9	10,58
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

Tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes

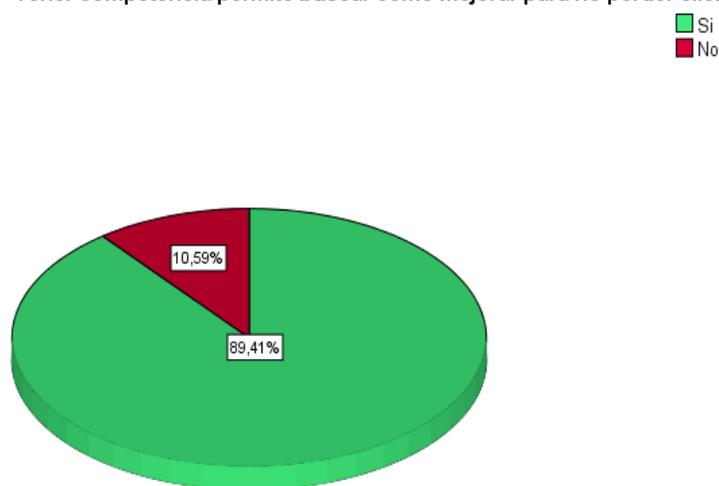


Figura 15. Tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes

Fuente: Tabla 15 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 16 y figura 16 denominadas “Tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes” se observa que el 89.41% sí considera que el tener competencia permite buscar cómo mejorar y no perder clientes, mientras que el 10.59% no lo cree de esa manera.

Tabla 16. Estrategias para lograr un mejor nivel competitivo en el mercado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	42,35
No	49	57,65
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 16. Estrategias para lograr un mejor nivel competitivo en el mercado

Fuente: Tabla 16 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 17 y figura 17 denominadas “Estrategias para lograr un mejor nivel competitivo en el mercado” se observa que el 57.65% responde que no se dan estrategias para un mejor nivel competitivo, mientras que el 42.35% señala que sí aplican estrategias.

Tabla 17. Programa de capacitación a los trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	41,2
No	50	58,8
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

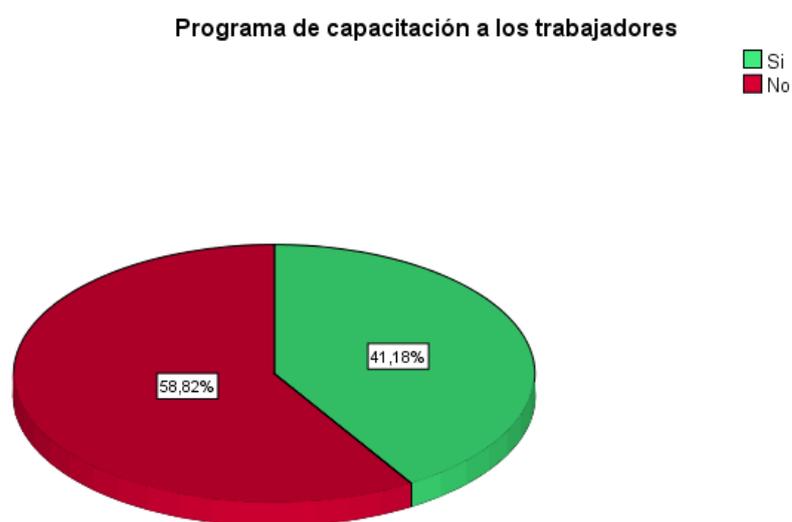


Figura 17. Programa de capacitación a los trabajadores

Fuente: Tabla 17 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 18 y figura 18 denominadas “Programa de capacitación a los trabajadores”, se observa que el 58.82% señala que no se capacita, mientras el 41.18% indica que si se capacita.

Tabla 18. Demanda suficiente que permite asegurar un nivel de ventas aceptable

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	67,06
No	28	32,94
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

Demanda suficiente que permite asegurar un nivel de ventas aceptable

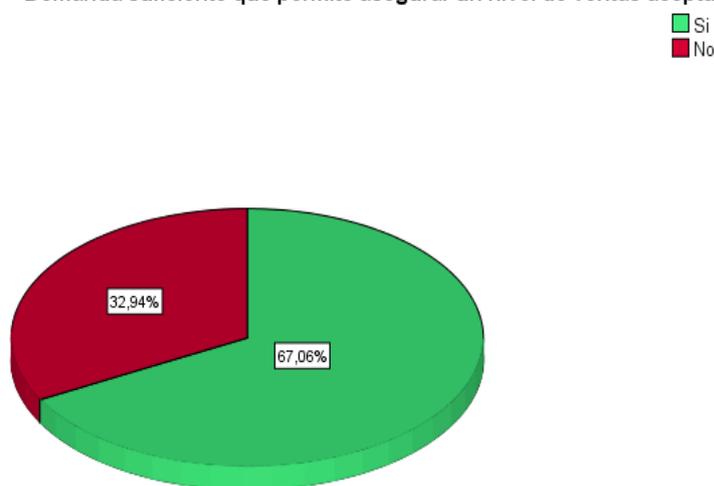


Figura 18. Demanda suficiente que permite asegurar un nivel de ventas aceptable

Fuente: Tabla 18 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 19 y figura 19 denominadas “Demanda suficiente que permite asegurar un nivel de ventas aceptable” se observa que el 67.06% responde que sí existe gran demanda, mientras que el 32.94% señala que no hay mucha demanda.

Tabla 19. Rubro boticas es demasiado competitivo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	88,2
No	10	11,8
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia

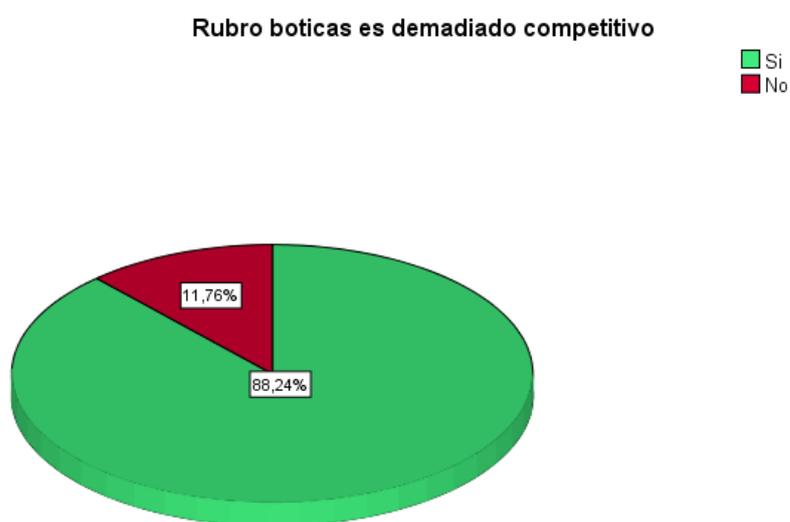


Figura 19. Rubro boticas es demasiado competitivo

Fuente: Tabla 19 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 20 y figura 20 “Rubro boticas es demasiado competitivo” se observa que el 88.24% señala que el rubro de boticas sí es muy competitivo, mientras que el 11.76% opina lo contrario.

Tabla 20. Zona donde se ubica la empresa es de fácil acceso

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	100,0
No	0	0
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 20. Zona donde se ubica la empresa es de fácil acceso

Fuente: Tabla 20 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 21 y figura 21 denominadas “Zona donde se ubica la empresa es de fácil acceso” se observa que el 100% responde que sí es de fácil acceso la zona.

Tabla 21. Sistema tributario no permite a la empresa ser más competitiva

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	38,8
No	52	61,2
Total	85	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a trabajadores

Elaboración: Propia



Figura 21. Sistema tributario no permite a la empresa ser más competitiva

Fuente: Tabla 21 Elaboración: Propia

Interpretación:

En la tabla 22 y figura 22 denominados “Sistema tributario no permite a la empresa ser más competitiva” se observa que el 61.18% considera que el actual sistema tributario no permite a la empresa ser más competitiva, mientras que el 38.82% opina lo contrario.

5.2. Análisis de resultados

Respecto al objetivo específico 1:

O1. Conocer las fases de calidad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.

Según la tabla 1 y figura 1 se muestra que el 55.29% respondió que en las boticas de Huancabamba no se lleva a cabo una inspección permanente de las actividades que se realizan, lo cual no coincide con el resultado obtenido por Mongrut (2019) donde el 100% estuvo de acuerdo con que en la empresa de su estudio se evalúa el comportamiento de la calidad real. Cortés (2017) indica que en esta etapa se cuida a los productos mediante un trabajo de inspección.

Según la tabla 2 y figura 2 se muestra que, el 54.12% indicó que no se llevan a cabo acciones de control en lo que se refiere a la recepción y almacenamiento de productos, coincidiendo con el resultado obtenido por Roncal (2018) donde el 78.6% dijo que el control en su negocio era regular, es decir, no se había logrado el nivel máximo para considerarlo como muy bueno. Respecto a la etapa de control Cortés (2017) señala que aquí se considera que el enfoque a la calidad obliga a la observación del proceso con el fin de ejercer el control y mejorarlo.

Según la tabla 3 y figura 3, se muestra que el 58.82% señaló que no se realiza un estricto control que asegure la calidad de los productos que ofrecen las boticas, coincidiendo con Roncal (2018) en cuya investigación obtuvo como resultado que el 50% calificó como bueno respecto a la dimensión de aseguramiento en lo que se refiere a la gestión de calidad, no alcanzando el nivel máximo que era “muy bueno”. Cortés (2017) señala que en esta etapa se percibe la necesidad de asegurar calidad en el ciclo de vida del producto.

Según la tabla 4 y figura 4 se muestra que el 100% asegura que la calidad compromete a todas las áreas de los negocios, coincidiendo de esta manera con el resultado obtenido por Castillo (2019) donde el 70% señaló que la empresa se encuentra en la capacidad para enfrentar nuevos retos. Respecto a la calidad total, Cortés (2017) menciona que se trata de la etapa en la cual la calidad compromete a toda la empresa, haciendo uso de estrategias para lograr el éxito en el mercado frente a los competidores.

Respecto al objetivo específico 2:

O2. Describir los principios de gestión de calidad aplicados en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.

Según la tabla 5 y figura 5 se muestra que el 83.53%, aseguró que todos los esfuerzos del personal se realizan con el propósito de satisfacer al cliente, lo cual coincide con el resultado de Villanueva (2018) donde el 83.3% calificó como bueno el nivel de satisfacción en la empresa de su estudio. También coincide con Rado (2019) quien obtuvo entre sus resultados que el 55% de las boticas cumplen el principio de enfoque de calidad. Sobre el principio de enfoque al cliente, Cortes (2017) señala que, entre las acciones que comprende este principios está la de entender las necesidades y expectativas del cliente.

Según la tabla 6 y figura 6 se muestra que el 70.59% responde que en las boticas sí se ejerce un correcto liderazgo, lo cual no coincide con el resultado obtenido por Rado (2019) donde el 94% opinó que no todos los gerentes o dueños pueden ser líderes. Respecto al liderazgo, Vásquez (2020) señala que se trata de la capacidad de una o más personas con el fin de influir en la forma de actuar y pensar de un grupo de personas.

Según la tabla 7 y figura 7 se muestra que el 72.94% de trabajadores encuestados, indicó sentirse comprometido con el alcance de los objetivos de la empresa, coincidiendo con Roncal (2018) en cuya investigación obtuvo que el 64.3% calificó como regular el cooperativismo en la empresa. Por su parte Oviedo (2019) considera que todas las

personas comprometidas, competentes y empoderadas en toda la empresa son piezas fundamentales para incrementar su capacidad para generar y proporcionar valor.

Según la tabla 8 y figura 8 se muestra que el 72.94% mencionó que en las boticas no se tienen procesos definidos, lo cual no coincide con Remuzgo (2019) quien en su investigación obtuvo que el 100% sí maneja procesos estandarizados. En cuanto al principio “orientación procesos” Gonzáles & Arciniegas (2016) menciona que se centra más en el estudio, mejoramiento de los procesos y desarrollo.

Según la tabla 9 y figura 9 se muestra que el 68.24% señaló que en las boticas no siempre se están tomando medidas con el fin de mejorar; dato que coincide con el obtenido por Roncal (2018) donde el 71.4% calificó como regular la mejora continua. Cortés (2017) define a la mejora continua como la actividad recurrente que permite mejorar el desempeño, y entre las acciones a realizar dentro de este principio son la de establecer la mejora permanente de los procesos, productos y servicios, y evaluar de forma periódica el rendimiento de la organización.

Según la tabla 10 y figura 10 se muestra que el 58.82% respondió que la toma de decisiones no se sustenta con documentos u hechos específicos; dato que no coincide con el obtenido por Rado (2019) donde el 57% indicó que para la toma de decisiones se toma en cuenta la opinión de los trabajadores. Por su parte Oviedo (2019) indica que el principio de la toma de decisiones basada en hechos resulta importante comprender las relaciones de causa y efecto, como también las consecuencias potenciales y que no pudieran haber sido previstas.

Según la tabla 11 y figura 11 se muestra que el 72.94%, indica que las boticas tienen seleccionados a sus proveedores quienes las atienden con cierta preferencia, lo cual coincide con Rado (2019) en cuya investigación obtuvo que el 90% consideró que la MYPE de su estudio si obtiene beneficios al establecer relaciones mutuas con sus

proveedores. Cortés (2017) manifiesta que para prevenir la la presencia de problemas de calidad y lograr los objetivos propuestos, las medidas deben ser analizadas comprendiendo todas las redes de procesos interrelacionadas.

Respecto al objetivo específico 3:

O3. Identificar las fuerzas de competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.

Según la tabla 12 y figura 12, se muestra que el 56.47%, aseguró que las boticas sí han establecido tratos específicos con sus proveedores. Porter (2015) indica que los proveedores se presentan con poder de negociación sobre una empresa cuando amenazan con incrementar los precios o reducir el nivel de calidad de los productos y servicios que brindan.

Según la tabla 13 y figura se muestra que el 72.94% respondió que la apertura de nuevas boticas si significa una amenaza para sus negocios, coincidiendo de esta manera con Ruiz (2019) en cuya investigación obtuvo que el 75.78% consideró que las boticas ofrecen productos novedosos. Según Porter (2015) la amenaza de nuevos aspirantes está siempre presente, dado a que toda empresa cuanto más atractiva se muestra, son más los competidores que querrán ingresar al mercado para apropiarse del valor.

Según la tabla 14 y figura 14 se muestra que el 64.71% aseguró que sí se utilizan estrategias para fidelizar a los clientes, coincidiendo con Mongrut (2019) quien obtuvo en su investigación que el 100% estuvo de acuerdo con que sí se identifican las necesidades de los clientes. También coincide con el resultado obtenido por Ruiz (2019) donde el 100% indicó que el personal demuestra tener conocimientos lo cual le genera confianza al momento de comprar. Respecto al poder de negociación con los compradores, Porter (2015) sugiere que las empresas deben tener una política de compras que comprenda la competitividad y estabilidad.

Según la tabla 15 y figura 15 se muestra que el 57.65% consideró que el ingreso de productos nuevos no representa una amenaza para las boticas, coincidiendo de esta manera con Villanueva (2019) quien obtuvo como resultado que el 75% consideró como competitivo a su negocio. Porter (2015) señala que la amenaza por productos o servicios sustitutos ejerce poder por dos motivos: el primero porque traza límites en los precios, y el segundo, porque induce a la empresa a tener diversidad de productos con el fin de que no sean reproducidos con facilidad.

Según la tabla 16 y figura 16 se muestra que el 89.41% consideran que tener competencia permite buscar cómo mejorar para no perder clientes, lo cual coincide con Mongrut (2019) en cuya investigación obtuvo como resultados que, el 100% estuvo de acuerdo con que el personal de su empresa en estudio era un equipo especializado. También coincide con el resultado obtenido por Torres (2018) donde el 35.71% señaló que uno de los factores que motivan a ser competitivo es la rivalidad. Por su parte Porter (2015) asegura que la rivalidad entre los competidores existentes es una fuerza que manipula con el fin de lograr una posición, es decir, hace uso de tácticas como la competencia de publicidad, precios, y la introducción de productos.

Respecto al objetivo específico 4:

O4. Establecer los factores determinantes de la competitividad en las MYPES rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.

Según la tabla 17 y figura 17 se muestra que el 57.65%, señaló que en las boticas no se tienen estrategias para lograr un nivel competitivo en el mercado, coincidiendo de esta manera con el resultado obtenido por Remuzgo (2019) donde el 50% dijo no hacer uso de las TIC lo que podría maximizar su nivel de competencia.

Según la tabla 18 y figura 18 se muestra que el 58.82% señaló que no se tiene un programa de capacitación a los trabajadores, lo que coincide con Remuzgo (2019) quien en su investigación obtuvo como resultados que en la empresa de su estudio solo se capacitó en el año 2018 solamente cuatro veces a los trabajadores. También coincide con el resultado obtenido por Mongrut (2019) donde el 100% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo con que en la empresa se esté capacitando al personal.

Respecto a los “Factores empresariales” Medeiros, Goncalves & Camargos (2019) señalan que se trata de aquellos sobre los cuales la empresa ejerce un control sustancial.

Según la tabla 19 y figura 19 se muestra que el 67.06% indicó que la demanda en el rubro boticas es suficiente como para asegurar un nivel de ventas aceptable.

Según la tabla 20 y figura 20 se muestra que el 88.24% respondió que el rubro de boticas es demasiado competitivo, coincidiendo con Villanueva (2018) quien obtuvo entre sus resultados que el 83.3% consideró en nivel medio la competitividad de sus negocios.

Respecto a los “Factores estructurales” Medeiros, Goncalves & Camargos (2019) señalan que son aquellos sobre los cuales la empresa no tiene la posibilidad de ejercer pleno control, es decir, las empresas se encuentran limitadas por el mismo proceso de competencia y sus especificaciones.

Según la tabla 21 y figura 21 se muestra que el total de trabajadores encuestados mencionó que las boticas se ubican en una zona de fácil acceso; dato que coincide con el obtenido por Cerpa (2018) donde el 58.33% indicó que la afluencia de público a su negocio es por el lugar estratégico en el que se ubica.

Según la tabla 22 y figura 22 se muestra que el 61.18% consideró que el actual sistema tributario del Perú no permite a las empresas no sean más competitivas.

Sobre los “Factores sistémicos” Medeiros, Goncalves & Camargos (2019) señalan que se trata de aquellos sobre los cuales el control de la empresa resulta ser muy escaso, casi nulo. Algunos de estos factores son estructurales como telecomunicaciones, transporte, disponibilidad, o macroeconómicos como la carga tributaria, tipo de cambio, el PBI, entre otros.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a las fases de calidad no se lleva a cabo una inspección permanente de las actividades, tampoco se han establecido acciones de control que garantice la calidad de los productos, y por ende, no se realiza estricto control, a pesar de que los trabajadores consideran que el mejorar la calidad de los negocios es un objetivo que compromete a todas las áreas, y todo lo que comprende la empresa.

Sí se cumple con la mayoría de principios de gestión de calidad. En estas empresas el enfoque al cliente es una prioridad, toda vez que los esfuerzos del personal precisamente se encuentran orientados a lograr la satisfacción del mismo. Del liderazgo, este principio es importante ya que se trata de la persona que motiva al equipo en el logro de los objetivos, y en las boticas sí se viene cumpliendo de forma correcta. Asimismo, se cumplen los principios de compromiso de personal, y la relación mutua con los proveedores, lo que le asegura un abastecimiento rápido de sus almacenes para satisfacción de los clientes.

Las MYPES del rubro boticas han demostrado tener poder para negociar con los proveedores de los cuales obtiene beneficios como el abastecimiento inmediato de sus almacenes asegurando el stock; asimismo, tiene poder de negociación con sus clientes a los cuales aplican estrategias con el fin de fidelizarlos; esto dentro de lo que se refiere a las fuerzas competitivas o fuerzas de Porter.

El nivel competitivo de las boticas se ve influenciado positivamente por factores como el fácil acceso a donde se encuentran ubicados estos negocios y la gran demanda que existe en este rubro. Sin embargo, hay factores que influyen de manera negativa como lo es la falta de capacitación y el no utilizar estrategias que les permita lograr un mejor nivel competitivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalde, P. (2019). Calidad 3^o edición 2019. Madrid: Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=sjqlDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjG28mysPnuAhVkmekAKHehBBREQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q&f=false>
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del cercado de Lima. La Habana. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425554493005.pdf>
- Anrango, K. (2019). Análisis comparativo de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las farmacias independientes vs las cadenas en el DMQ Administración Eloy Alfaro Periodo 2018 - 2019. Quito. Obtenido de <https://dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/4807/1/1-FAR-18-19-1721827382.pdf>
- Bayón, J. (2019). Fundamentos de estrategia. España: Elearning S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=W3blDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+competitividad+en+las+empresas+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi3gtrXpf7uAhUB1VkKHRUrBDkQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q&f=false>
- Beltran, A. (2016). Los 20 problemas de la pequeña y mediana industria. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-Los20ProblemasDeLaPequenaYMedianaEmpresa-5137544%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-Los20ProblemasDeLaPequenaYMedianaEmpresa-5137544%20(1).pdf)
- Benner, J. (2020). Principales beneficios de la Ley MYPE. Lima. Obtenido de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=C1DED215-5C9C-44B1-9CE0-10484048C5F1.PDF>
- Cadena et al (2018). Competitividad en las pequeñas y medianas empresas del distrito Metropolitano de Quito. Quito. Obtenido de <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/224292/1/10.26784-sbir.v2i2.102.pdf>
- Cerpa, N. (2018). Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE del sector comercio rubro boticas del cercado de la ciudad de Ayaviri, año 2017. Juliaca. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4007/CAPACITA>

CION_COMPETITIVIDAD_MYPE_CERPA_YUCRA_NESTOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castillo, L. (2016). Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana - Piura, año 2016. Uladech, Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1057/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_CASTILLO_OROZCO_LEVIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chipillo, B. (2019). Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro farmacias del distrito de Huaraz, 2018. Uladech, Lima. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14692/GESTION_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_CHIPILLO_BARBA_BETTY_ESTRELLITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ComexPerú. (2016). Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2019. Lima: ComexPerú. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>

Condori, E. (2018). Caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPE del sector comercio - rubro boticas, del distrito de Juliaca, provincia de San Roman, periodo 2017 - 2018. Juliaca. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18081/FORMALIZACION_COMPETITIVIDAD_Y_MYPE_CONDORI_CONDORI_ELOY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cortés, J. (2017). Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015). Málaga: ICB S.L. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiVy4_grvnuAhVPmVvKkHUybDiE4ChDoATADegQIBRAC#v=onepage&q&f=false

Dzul, M. (2015). Aplicación básica de los métodos científicos. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercado_tecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

- Espinoza, E. (2016). Universo, muestra y muestreo. Lima. Obtenido de <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>
- Espinoza, E. (2017). La hipótesis en la investigación. Universidad Técnica de Machala, Machala. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/men/v16n1/1815-7696-men-16-01-122.pdf>
- Físico, M. (2020). Economía de la empresa. Edítez. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=7-ftDwAAQBAJ&pg=PA273&dq=teor%C3%ADas+de+la+administraci%C3%B3n+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjV3seM0vfuAhXwUN8KHaJwDw4Q6AEwB3oECAEQAg#v=onepage&q&f=false>
- Galán, M. (2014). Hipótesis de la investigación. Lima. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2014/06/hipotesis.html>
- García, J. (2019). Perú: Estructura Empresarial, 2018. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf
- García, T. (2015). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. Almendralejo. Obtenido de http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf
- González, O. &. (2016). Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjG28mysPnuAhVkmeAKHehBBREQ6AEwAnoECAMQAg#v=onepage&q&f=false>
- INEI. (2019). Perú: Estructura empresarial. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf
- Julcahuanca, L. (2019). Caracterización de la gestión de calidad y la innovación en las MYPE rubro boticas del AA.HH. Uladech, Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10543/CALIDAD_COMUNICACION_CASTILLO_JULCAHUANCA_LIZ_ZARELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lemos, P. (2016). Herramientas para la mejora de la calidad. España: Fc Editorial. Obtenido de

- https://books.google.com.pe/books?id=92K0DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj92NOZr_nuAhWkUt8KHY_zDxE4FBD0ATAgGegQIBhAC#v=onepage&q&f=false
- López, F. (2019). *Calidad Total*. IC Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=BkDIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+competitividad+en+las+empresas+2019&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi21ISzqvwAhXxqZUCHYECD744HhDoATAAegQIABAC#v=onepage&q&f=false>
- López, P. (2016). *Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según ISO 9001:2015*. Fc Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=eMKUDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjf17HMrvnuAhXLxVkkHWpOCv4Q6AEwAXoEACQAg#v=onepage&q&f=false>
- Medeiros, V. G. (2019). *La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo*. Brasil: Cepal. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45005/1/RVE129_Medeiros.pdf
- Molina, D. &. (2016). *Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina*. Revista PID. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ObstaculosParaLaMicroPequenaYMedianaEmpresaEnAmerica-6353919%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ObstaculosParaLaMicroPequenaYMedianaEmpresaEnAmerica-6353919%20(2).pdf)
- Mongrut, P. (2019). *Gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro boticas, de la Urbanización Zárate, del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*. Lima. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11726/GESTION_CALIDAD_MONGRUT_QUISPE_PATRICIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Mousalli, G. (2016). *Metódos y diseños de investigación cuantitativa*. Mérida. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Mtodosydiseosdelainvestigacincuantitativa.pdf>
- OCDE. (2019). *Índice de Políticas PYME: América Latina y el Caribe 2019*. Lima: CAF. Obtenido de <https://www.oecd.org/latin-america/Indice-Policas-PYME-LAC-Mensajes-Principales.pdf>

- Pérez, C. (2019). Comparación internacional del aporte de las MIPYMES a la economía. Lima: Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales. Obtenido de <https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2019/09/Comparacion-Internacional-del-aporte-de-las-MIPYMES-a-la-Economia-DT-2019-03.pdf>
- Porter, M. (2015). Estrategia competitiva. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=_n0dDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+competitividad+en+las+empresas+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjqkoL_pf7uAhXBjFkKHdZuBDE4FBDoATAEegQIBhAC#v=onepage&q&f=false
- Porter, M. (2017). Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada. Harvard: Deusto. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=8wE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+competitividad+en+las+empresas+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjqkoL_pf7uAhXBjFkKHdZuBDE4FBDoATABegQIBRAC#v=onepage&q&f=false
- Rado, B. (2019). Caracterización de gestión de calidad y productividad de las MYPE, rubro boticas centrales de Chulucanad - Piura, año 2017. Uladech, Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16494/PROCESOS_MYPE_RADO_DUQUE_BETSY_KIAVET.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Raffino, M. (2020). Microempresa. Argentina. Obtenido de <https://concepto.de/microempresa/>
- Ramírez, C. (2016). Fundamentos de administración. Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=1MW4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=teor%C3%ADas+de+la+administraci%C3%B3n+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiSx4nhkvfuAhUtT98KHZrVBCKQ6AEwAHOECAAAQAg#v=onepage&q&f=false>
- Remuzgo, R. (2019). Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresad en el sector comercio - rubro boticas en la ciudad de Tingo María - Provincia de Leoncio Prado, periodo 2019. Uladech, Tingo María. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18257/GESTION_CALIDAD%20_REMUZGO_GUEVARA_RUBEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rojas, M. (2015). Tipos de investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. Málaga: Redvet. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>
- Roldán, P. &. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona: Creative Commons. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Roncal, N. (2018). La gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro boticas del cercado de la provincia de Satipo, año 2017. Uladech, Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11551/ASEGURAMIENTO_COMPETITIVIDAD_RONCAL_CAPCHA_NELIDA_MERCEDES.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Rubio, L. &. (2015). El poder de la competitividad. México: Fondo de cultura económica. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=2eAcDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=competitividad+empresarial+2017&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjEu4WrxYjvAhVGUK0KHWSHctgQ6AEwB3oECAkQAg#v=onepage&q&f=false>
- Ruiz, C. (2019). Gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro boticas del centro del distrito de Las Lomas - Tambogrande, año 2019. Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15445/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RUIZ_RUIZ_DE_TALLEDO_CRISTINA_ANAI_ROSMERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, B. (2016). Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20(2).pdf)
- Sánchez, B. (2017). Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. Lima. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20(3).pdf)
- Soret, I. (2020). Gestión de calidad. Madrid: Esic Editorial. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=aFvxDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiVy4_grvnuAhVPmVkkHUybDiE4ChDoATABegQIBBAC#v=onepage&q&f=false
- Tello, S. (2016). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. Universidad Católica Del Perú, Lima. Obtenido de

file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-
ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-
5157875%20(7).pdf

- Tocto, G. (2019). Caracterización de la capacitación y la competitividad empresarial de las ópticas en la ciudad de Sullana, año 2018. Uladech, Sullana. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10564/COMPETITIVIDAD_CAPACITACION_TOCTO_CRUZ_GABY_DEYSY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Toledo, N. (2016). Técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas FAD UAEMEX. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Torres, P. (2018). Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE del sector comercio rubro boticas del barrio Laykakota de la ciudad de Puno, año 2017. Uladech, Juliaca. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4005/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_Y_MYPE_TORRES_ROJAS_PERCY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Uladech. (2019). Código de ética para la investigación. Chimbote. Obtenido de <https://uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Vargas, M. &. (2014). Calidad y servicio: Conceptos y herramientas. Colombia. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=GESTI%C3%93N+DE+CALIDAD+2018&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiCqvCa8O_vAhVmm-AKHScSAOo4FBD0ATAIegQICBAC#v=onepage&q&f=false
- Vásquez, M. (2020). Principios de gestión ISO 9001. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=smwCEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+2020&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiVy4_grvnuAhVPmVvKkHUybDiE4ChDoATAGegQIBxAC#v=onepage&q&f=false
- Villanueva, S. (2018). Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro boticas de la ciudad de Tingo María, año 2017. Tingo María. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6070/COMPETITIVIDAD_GESTION%20DE%20CALIDAD_VILLANUEVA_SANDOVAL_SINTHIA_ENITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

6. ¿Considera que ejerce un correcto liderazgo en la empresa?
Si () No ()
7. ¿Mantiene en todo momento comprometido al personal con el alcance de los objetivos de la empresa?
Si () No ()
8. ¿Tiene definidos todos los procesos que se llevan a cabo en su empresa?
Si () No ()
9. ¿Siempre se están tomando medidas con el fin de mejorar?
Si () No ()
10. ¿La toma de decisiones se sustenta con documentos o hechos específicos?
Si () No ()
11. ¿Tiene proveedores selectos que le atienden con cierta preferencia?
Si () No ()
12. ¿Ha establecido algún trato con los proveedores?
Si () No ()
13. ¿Representa una amenaza para su empresa la apertura de nuevas boticas?
Si () No ()
14. ¿Utiliza estrategias para fidelizar a sus clientes?
Si () No ()
15. ¿El ingreso de nuevos productos representa para su empresa una amenaza?
Si () No ()
16. ¿Considera que tener competencia le permite siempre buscar cómo mejorar para no perder clientes?
Si () No ()
17. ¿La empresa ha establecido estrategias con el propósito de lograr un mejor nivel competitivo en el mercado?
Si () No ()
18. ¿Se tiene establecido un programa de capacitación a los trabajadores?
Si () No ()
19. ¿Existe una demanda suficiente que le permite asegurar un nivel de ventas aceptable?
Si () No ()
20. ¿El rubro boticas en la zona donde desarrolla actividades es demasiado competitivo?
Si () No ()
21. ¿Considera que es fácil el acceso de las personas a la zona donde se ubica la empresa?
Si () No ()
22. ¿Percibe que el actual sistema tributario del Perú representa una carga que no le permite a la microempresa ser más competitiva?
Si () No ()

Anexo 2: Matriz indicador de pregunta

Variables	Dimensiones	Indicadores	Pregunta	Fuente	Escala	Instrumento	
Gestión de calidad	Etapas	Inspección	¿Se inspecciona de forma permanente el desarrollo de actividades?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Control estadístico del proceso	¿Se han establecido acciones de control en la recepción y almacenamiento de prototipos?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Aseguramiento de la calidad	¿Hay estricto control en la empresa con el fin de asegurar la calidad de los productos?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Calidad total	¿La calidad que busca su empresa compromete a todas sus áreas?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
	Principios	Enfoque al cliente	¿Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Liderazgo	¿Considera que ejerce un correcto liderazgo en la empresa?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Compromiso de las personas	¿Mantiene en todo momento comprometido al personal con el alcance de los objetivos de la empresa?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Orientación a procesos	¿Tiene definidos todos los procesos que se llevan a cabo en su empresa?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		La mejora continua	¿Siempre se están tomando medidas con el fin de mejorar?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Toma de decisiones basada en la evidencia	¿La toma de decisiones se sustenta con documentos o hechos específicos?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
		Relaciones beneficios entre la organización y sus proveedores	¿Tiene proveedores selectos que le atienden con cierta preferencia?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
	Competitividad	Las fuerzas de competitividad	Poder de negociación de los proveedores	¿Ha establecido algún trato con los proveedores?	Gerente	Nominal	Cuestionario
			Amenaza de nuevos aspirantes	¿¿¿Representa una amenaza para su empresa la apertura de nuevas boticas?	Gerente	Nominal	Cuestionario
Poder de negociación de los compradores			¿Utiliza estrategias para fidelizar a sus clientes?	Gerente	Nominal	Cuestionario	
Amenaza de productos o servicios sustitutos			¿El ingreso de nuevos productos representa para su empresa una amenaza?	Gerente	Nominal	Cuestionario	

		Rivalidad entre los competidores existentes	¿Considera que tener competencia le permite buscar cómo mejorar para no perder clientes?	Gerente	Nominal	Cuestionario
	Factores determinantes de competitividad	Factores empresariales	¿La empresa ha establecido estrategias con el propósito de lograr un mejor nivel competitivo en el mercado? ¿Se tiene establecido un programa de capacitación a los trabajadores?	Gerente	Nominal	Cuestionario
		Factores estructurales	¿Existe una demanda suficiente que le permite asegurar un nivel de ventas aceptable? ¿El rubro boticas en la zona donde desarrolla actividades es demasiado competitivo?	Gerente	Nominal	Cuestionario
		Factores sistémicos	¿Considera que es fácil el acceso de las personas a la zona donde se ubica la empresa? ¿Percibe que el actual sistema tributario del Perú representa una carga que no le permite a la microempresa ser más competitiva?	Gerente	Nominal	Cuestionario

Anexo 2: Validación del instrumento de recolección de datos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO** identificado con **DNI 02860873** ,
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN Por medio de la presente hago constar que
he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos:
CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante **GUERRERO GARCÍA**
FRANCISCA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra)
seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERIZACIÓN DE**
GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO
BOTICAS DEL CENTRO DE HUANCABAMBA - PIURA, AÑO 2021 que se
encuentra realizando.

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

Huancabamba, 03 de Marzo 2021.


Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO
RUC: CLAD-02348

Ítems relacionados GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI/NO
1º OE Conocer las fases de calidad en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
1. ¿Se inspecciona de forma permanente el desarrollo de actividades?	X			X		X	SI () NO(X)
2. ¿Se han establecido acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos?	X			X		X	SI () NO(X)
3. ¿Hay estricto control en la empresa con el fin de asegurar la calidad de los productos?	X			X		X	SI () NO(X)
4. ¿La calidad que busca su empresa compromete a todas sus áreas?	X			X		X	SI () NO(X)
2º OE. Describir los principios de gestión de calidad aplicados en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
5. ¿Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente?	X			X		X	SI () NO(X)
6. ¿Considera que ejerce un correcto liderazgo en la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
7. ¿Mantiene en todo momento comprometido al personal con el alcance de los objetivos de la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
8. ¿Tiene definidos todos los procesos que se llevan a cabo en su empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
9. ¿Siempre se están tomando medidas con el fin de mejorar?	X			X		X	SI () NO(X)
10. ¿La toma de decisiones se sustenta con documentos o hechos específicos?	X			X		X	SI () NO(X)
11. ¿Tiene proveedores selectos que le atienden con cierta preferencia?	X			X		X	SI () NO(X)



 VICTOR HELIO PRIETO M.
 RUC. CLAD-42348

Ítems relacionados COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
3° OE. Identificar las fuerzas de Porter en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba -Piura, año 202a							
12. ¿Ha establecido algún trato con los proveedores?	X		X		X		SI () NO()
13. ¿Representa una amenaza para su empresa la apertura de nuevas boticas?	X		X		X		SI () NO()
14. ¿Utiliza estrategias para fidelizar a sus clientes?	X		X		X		SI () NO()
15. ¿El ingreso de nuevos productos representa para su empresa una amenaza?	X		X		X		SI () NO()
16. ¿Considera que tener competencia le permite siempre buscar cómo mejorar para no perder clientes?	X		X		X		SI () NO()
4° OE. Establecer los factores determinantes de la competitividad en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
17. ¿La empresa ha establecido estrategias con el propósito de lograr un mejor nivel competitivo en el mercado?	X		X		X		SI () NO()
18. ¿Se tiene establecido un programa de capacitación a los trabajadores?	X		X		X		SI () NO()
19. ¿Existe una demanda suficiente que le permite asegurar un nivel de ventas aceptable?	X		X		X		SI () NO()
20. ¿El rubro boticas en la zona donde se desarrolla es demasiado competitivo?	X		X		X		SI () NO()
21. ¿Considera que es fácil el acceso de las personas a la zona donde se ubica la empresa?	X		X		X		SI () NO()
22. ¿Percibe que el actual sistema tri	X		X		X		SI () NO()



Victor Helio Patrón III
 RUC. CLAD-02348

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Barcia Armentanz Arfenige, identificado
con DNI 02638938, con el grado de Magister en
Gerencia Empresarial

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante GUERRERO GARCÍA FRANCISCA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO BOTICAS DEL CENTRO DE HUANCABAMBA - PIURA, AÑO 2021** que se encuentra realizando.

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



Mg. Lic. Adm. Artemisa García Arisenista
CLAD. 03141

Huancabamba . 03 de Marzo 2021.

Ítems relacionados GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1º OE Conocer las fases de calidad en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
1. ¿Se inspecciona de forma permanente el desarrollo de actividades?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
2. ¿Se han establecido acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
3. ¿Hay estricto control en la empresa con el fin de asegurar la calidad de los productos?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
4. ¿La calidad que busca su empresa compromete a todas sus áreas?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
2º OE. Describir los principios de gestión de calidad aplicados en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
5. ¿Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
6. ¿Considera que ejerce un correcto liderazgo en la empresa?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
7. ¿Mantiene en todo momento comprometido al personal con el alcance de los objetivos de la empresa?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
8. ¿Tiene definidos todos los procesos que se llevan a cabo en su empresa?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
9. ¿Siempre se están tomando medidas con el fin de mejorar?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
10. ¿La toma de decisiones se sustenta con documentos o hechos específicos?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)
11. ¿Tiene proveedores selectos que le atienden con cierta preferencia?	✓			✓	✓		SI () NO(✓)



 Mg. Lic. Adm. Artemio García Arizaga

 CLAD. 03181

Ítems relacionados COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
3° OE. Identificar las fuerzas de Porter en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba -Piura, año 202a							
12. ¿Ha establecido algún trato con los proveedores?	X		X		X		SI () NO()
13. ¿Representa una amenaza para su empresa la apertura de nuevas boticas?	X		X		X		SI () NO()
14. ¿Utiliza estrategias para fidelizar a sus clientes?	X		X		X		SI () NO()
15. ¿El ingreso de nuevos productos representa para su empresa una amenaza?	X		X		X		SI () NO()
16. ¿Considera que tener competencia le permite siempre buscar cómo mejorar para no perder clientes?	X		X		X		SI () NO()
4° OE. Establecer los factores determinantes de la competitividad en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
17. ¿La empresa ha establecido estrategias con el propósito de lograr un mejor nivel competitivo en el mercado?	X		X		X		SI () NO()
18. ¿Se tiene establecido un programa de capacitación a los trabajadores?	X		X		X		SI () NO()
19. ¿Existe una demanda suficiente que le permite asegurar un nivel de ventas aceptable?	X		X		X		SI () NO()
20. ¿El rubro boticas en la zona donde se desarrolla es demasiado competitivo?	X		X		X		SI () NO()
21. ¿Considera que es fácil el acceso de las personas a la zona donde se ubica la empresa?	X		X		X		SI () NO()
22. ¿Percibe que el actual sistema tri	X		X		X		SI () NO()


 Mg. Lic. Adm. Artemisa García Arizumi
 CLAD. 03141

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Orlando Arica Clavijo, identificado con DNI 02786302; con el grado de Magíster en DOCENCIA UNIVERSITARIA

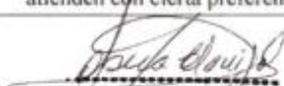
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **CUESTIONARIO**, elaborado por la estudiante **GUERRERO GARCÍA FRANCISCA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO BOTICAS DEL CENTRO DE HUANCABAMBA - PIURA, AÑO 2021** que se encuentra realizando.

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

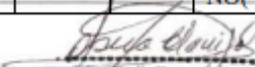
Huancabamba , 03 de Marzo 2021.


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Ítems relacionados GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1º OE Conocer las fases de calidad en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
1. ¿Se inspecciona de forma permanente el desarrollo de actividades?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
2. ¿Se han establecido acciones de control en la recepción y almacenamiento de productos?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
3. ¿Hay estricto control en la empresa con el fin de asegurar la calidad de los productos?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
4. ¿La calidad que busca su empresa compromete a todas sus áreas?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
2º OE. Describir los principios de gestión de calidad aplicados en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
5. ¿Todos los esfuerzos del personal son con el fin de satisfacer al cliente?	✓			✓		✓	SI () NO (✗)
6. ¿Considera que ejerce un correcto liderazgo en la empresa?	✓			✓		✓	SI () NO (✗)
7. ¿Mantiene en todo momento comprometido al personal con el alcance de los objetivos de la empresa?	✓			✓		✓	SI () NO (✗)
8. ¿Tiene definidos todos los procesos que se llevan a cabo en su empresa?	✓			✓		✓	SI () NO (✗)
9. ¿Siempre se están tomando medidas con el fin de mejorar?	✓			✓		✓	SI () NO (✗)
10. ¿La toma de decisiones se sustenta con documentos o hechos específicos?	✓			✓		✓	SI () NO (✗)
11. ¿Tiene proveedores selectos que le atienden con cierta preferencia?	✓			✓		✓	SI () NO (✗)


Ar. Arica Carrizo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionados COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
3° OE. Identificar las fuerzas de Porter en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba -Piura, año 202a							
1. ¿Ha establecido algún trato con los proveedores?	X		X		X		SI () NO()
2. ¿Representa una amenaza para su empresa la apertura de nuevas boticas?	X		X		X		SI () NO()
3. ¿Utiliza estrategias para fidelizar a sus clientes?	X		X		X		SI () NO()
4. ¿El ingreso de nuevos productos representa para su empresa una amenaza?	X		X		X		SI () NO()
5. ¿Considera que tener competencia le permite siempre buscar cómo mejorar para no perder clientes?	X		X		X		SI () NO()
4° OE. Establecer los factores determinantes de la competitividad en las MYPE rubro boticas del Centro de Huancabamba – Piura, año 2021.							
6. ¿La empresa ha establecido estrategias con el propósito de lograr un mejor nivel competitivo en el mercado?	X		X		X		SI () NO()
7. ¿Se tiene establecido un programa de capacitación a los trabajadores?	X		X		X		SI () NO()
8. ¿Existe una demanda suficiente que le permite asegurar un nivel de ventas aceptable?	X		X		X		SI () NO()
9. ¿El rubro boticas en la zona donde se desarrolla es demasiado competitivo?	X		X		X		SI () NO()
10. ¿Considera que es fácil el acceso de las personas a la zona donde se ubica la empresa?	X		X		X		SI () NO()
11. ¿Percibe que el actual sistema tri	X		X		X		SI () NO()


H. Arica Carrizo Hector Oñando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Anexo 3: Libro de códigos

	GESTION DE CALIDAD											COMPETITIVIDAD									
	Fases				Principios							Fuerzas competitivas					Factores				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
E1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2
E3	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
E4	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
E5	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2
E6	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
E7	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2
E8	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1
E9	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
E10	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1
E11	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
E12	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2
E13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2
E14	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
E15	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2
E16	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2
E17	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1
E18	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1
E19	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2
E20	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
E21	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2
E22	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
E23	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1
E24	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E25	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1
E26	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1
E27	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
E28	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1
E29	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1
E30	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
E31	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1
E32	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
E33	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
E34	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2
E35	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
E36	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2
E37	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
E38	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2
E39	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
E40	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2
E41	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
E42	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
E43	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2

E44	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
E45	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
E46	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2
E47	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
E48	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
E49	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
E50	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
E51	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
E52	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
E53	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
E54	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
E55	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
E56	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
E57	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2
E58	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
E59	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
E60	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2
E61	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2
E62	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2
E63	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
E64	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2
E65	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
E66	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2
E67	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2
E68	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
E69	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
E70	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2
E71	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2
E72	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2
E73	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2
E74	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
E75	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2
E76	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
E77	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2
E78	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2
E79	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
E80	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
E81	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2
E82	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
E83	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2
E84	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2
E85	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2

Anexo 4: Reporte turnitin

The screenshot shows a web interface for a virtual learning environment. At the top, there is a navigation bar with links for 'Área personal', 'Perfil', 'Calificaciones', 'Mensajes', 'Preferencias', and 'Cerrar sesión'. The user's name 'FRANCISCA GUERRERO GARCIA' is displayed. Below this, the logo for 'Entorno Virtual Angelino' is visible, along with social media icons and a language dropdown set to 'Es'. The main navigation menu includes 'Mis Cursos', 'Calendario', 'ULADECH', 'Servicios al Estudiante', and 'Erp University'. The breadcrumb trail indicates the current location: 'Área personal > Mis cursos > 011V0820210011TI000324 > XI SEMANA: Presentación de la propuesta de informe... > turnitin-informe final'. The course title is 'IV-TI-202100-ADMINISTRACIÓN-PIURA-IV-TALLER DE INVESTIGACION-000324'. The page is titled 'Mis entregas' and shows 'Sección 1'. A table lists submission details:

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
turnitin-informe final - Sección 1	27 jun 2020 - 02:17	17 abr 2021 - 23:59	27 jun 2020 - 03:17

Below the table, there is an 'Actualizar entregas' button and a detailed submission table:

Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud
Ver recibo digital	INFORME	1555216019	0/04/2021 23:53

The right sidebar contains a 'Navegación' menu with options like 'Área personal', 'Inicio del sitio', 'Páginas del sitio', 'Mis cursos', and a list of weeks. A watermark for 'Activar Windows' is visible in the bottom right corner.

Anexo 5: Evidencia de no adeudo

