



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACION DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL RUBRO DE
PANADERIAS DEL DISTRITO DE LAMBAYEQUE, 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

**PINTADO PINTADO, ISOE
ORCID: 0000-0002-8031-8849**

ASESOR

**ARELLANO LACHAPPELL, VICTOR ADEMAR
ORCID: 0000-0003-2812-7591**

LAMBAYEQUE - PERÚ

2019

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo VILELA VARGAS

Presidente

Mgr. Maritza Zelideth CHUMACERO ANCAJIMA

Secretario

Mgr. Víctor Helio PATIÑO NIÑO

Miembro

Mgr. Víctor Ademar ARELLANO LACHAPELL

Asesor

AGRADECIMIENTO

Ante todo, amado Dios quiero agradecerte
Por toda la valentía y sabiduría que me has dado
Para poder lograr sobresalir con satisfacción
Este grado de mi vida
Profesional.

Quiero agradecer a toda mi familia
Por apoyarme en este paso muy
Importante en mi vida, en especial a
Mi madre Esperanza Pintado y mis
Dos hijos Leito y Azumi Pintado,
Que fueron el motor principal para
Poder llevar a cabo este camino que
Me conduce a un futuro mejor en mí
Vida, mil gracias.

A mi casa de estudios, Uladech católica, al
Mg. Víctor Ademar Arellano L. por su
Tiempo, dedicación, orientación y sabios
Consejos, siendo la máxima guía en este
Proyecto que me lleva al camino del éxito.

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a ese ser tan
Maravilloso que Dios me regalo, a ti
Mamá que con tu gran apoyo y sacrificio
Lograste hacer en mí el profesional que
Hoy soy, por tus consejos, tu ternura y tus
Ganas de surgir delante el percance Que
Nos tocó vivir, y sobre todo por tu amor
Infinito hacía mí.

A mí papá y mis hermanos por sus
Palabras de apoyo y motivación para
No desmallar en este camino y así
Pueda cumplir con mis sueños y
Metas anheladas.

RESUMEN

La información a continuación que tiene por nombre denominada: características de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del rubro panaderías del distrito de Lambayeque año 2019, tuvo como objetivo general: caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del rubro panaderías del distrito de Lambayeque año 2019, como objetivos específicos determinar las características de gestión de calidad y determinar las características de competitividad de las micro pequeñas empresas en este rubro de panaderías en el distrito de Lambayeque, año 2019.

La metodología para la investigación fue de tipo descriptiva, y de diseño no experimental de corte transversal, porque se realiza sin manipular las variables (Hernández 2006).

En la recopilación de los datos se tomó como cantidad considerando a los 14 gerentes de la Mypes, dedicadas a las ventas de servicios elaborados que están situadas en el distrito de Lambayeque.

Manipulando como deservoltura la información y como elemento el interrogatorio, de las cuales concluimos: que el 85.7% si saben que sus productos cumplen con las especificaciones correctas por los controles permanentes que tienen, el 85.7% hacen cambio o mantenimiento de su maquinaria de producción cuando es necesario, 78.6% de gerentes capacitan a su personal cuando es necesario, 78.6% de Mypes tiene más demanda en panes, el 71.4% de representantes o dueños son de sexo masculino, el 64.3% determinan que sus productos son de calidad, 57.1% tienen grado de estudio de nivel primaria, 57.1% de los clientes tienen en cuenta en cuenta el tamaño antes de adquirir un producto,

el 57.1% tienen más de 10 años dedicado a este rubro, 50.0% cuentan con 4 a 5 personal en sus Mype.

En cuanto a competitividad visualizamos que el 92.9% si utiliza herramientas de innovación, el 85.7% no usa ningún tipo de publicidad para hacer conocido su producto, el 57.1% si crean productos nuevos en su establecimiento, el 41.7%, se diferencian del resto por el precio de sus productos.

Palabras claves: Quality management, Competitiveness and Micro small businesses.

ABSTRACT

The present research called: characteristics of the quality management and competitiveness of the mypes of the bakery category of the Lambayeque district year 2019, had as a general objective: characterization of the quality management and competitiveness of the mypes of the bakery category of the Lambayeque district year 2019, as specific objectives to determine the quality management characteristics and determine the competitiveness characteristics of the mypes in the bakery category in the Lambayeque district , year 2019.

The methodology for the research was descriptive, and of a non-experimental cross-sectional design, because it is performed without manipulating the variables (Hernández 2006).

In the data collection it was taken as a population considering the 14 managers of the Mypes dedicated to the sales of baked goods that are in are located in the district of Lambayeque. Using the survey as a technique and as an instrument the questionnaire, of which we conclude: that 85.7% if they know that their products meet the correct specifications for the permanent controls they have, 85.7% make changes or maintenance of their production machinery when It is necessary, 78.6% of managers train their staff when necessary, 78.6% of Mypes have more demand in breads, 71.4% of representatives or owners are male, 64.3% determine that their products are of quality, 57.1% have a primary level of study, 57.1% of customers consider size before acquiring a product, 57.1% have more than 10 years dedicated to this area, 50.0% have 4 to 5 staff in their Mype.

Regarding competitiveness, we visualize that 92.9% if they use innovation tools, 85.7% do not use any type of advertising to make their product known, 57.1% if

they create new products in their establishment, 41.7%, differ from the rest by the price of your product.

Keywords: Quality Management, Competitiveness and Mypes

CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
HOJA Y FIRMA DEL JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRAC.....	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	24
III. HIPÓTESIS.....	42
IV. METODOLOGIA.....	43
4.1 Diseño de la investigación.....	44
4.2 Población y muestra.....	45
4.3 Definición de operacionalización de las variables.....	47
4.4 Técnica de instrumento.....	48
4.5 Plan de análisis.....	49
4.6 Matriz de consistencia.....	51
4.7 Principios éticos.....	52
V. RESULTADOS.....	53
5.1 Resultados.....	53
5.2 Análisis de resultados.....	59
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
VII. REFERENCIAS.....	63
VIII. ANEXOS.....	65

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género de representante.....	
Tabla 2: Grado de instrucción.....	
Tabla 3: Cuantos años lleva dedicado el rubro.....	
Tabla 4: Cual es el número de su personal.....	
Tabla 5: En que tiene mayor demanda su panadería	
Tabla 6: Que tienen en cuenta sus clientes antes de adquirir algún producto...	
Tabla 7: Como sabe ud. Que su producto es de calidad.....	
Tabla 8: Como sabe ud. Que su producto cumple con las especificaciones correctas.....	
Tabla 9: Con qué frecuencia capacita ud. A su personal.....	
Tabla 10: Cada que tiempo hace cambio o mantenimiento a su maquinaria de producción.....	
Tabla 11: Siempre se crean productos nuevos en su establecimiento.....	
Tabla 12: Utiliza herramientas de producción para elaborar su producto.....	
Tabla 13: En qué se diferencia su empresa de los demás.....	
Tabla 14: Que tipo de publicidad usa usted para dar a conocer su empresa y producto.....	

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación denominada características de la gestión de calidad y competitividad de las Mype rubro panaderías en el distrito de Lambayeque, año 2019, la cual está centrada dentro de las líneas de investigación de la caracterización del financiamiento, capacitación, competitividad, y rentabilidad de las Mype estando en el campo disciplinario de las promoción de las Mype autorizados para la Escuela profesional de Administración en la Universidad católica los ángeles de Chimbote, tomando en cuenta como variables la gestión de calidad y competitividad en las empresas rubro panaderías en Lambayeque, teniendo en cuenta que las Mypes hoy en día se han vuelto más importantes por la función que estas desarrollan, desde la formación de un nuevo empleo y su participación fundamental de la economía permitiendo así un mayor desarrollo socioeconómico en los sitios donde se encuentran ubicados, siendo estos pequeños negocios una gran fuente de crecimiento económico.

El siguiente trabajo fue realizado con el fin de dar a conocer la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de la MYPE en el rubro de panaderías en el distrito de Lambayeque actualmente, indagando en diferentes micro y pequeñas empresas de la comunidad en las cuales pudiéramos obtener información pertinente para la ética profesional laboral y poder saber cuál es el estado actual de dichas empresas hoy en día y así poder explicar al curso con casos reales.

Podemos ver que al igual que las grandes empresas, las pequeñas y medianas empresas se encuentran en un mundo competitivo comprometidas a contestar crónicamente a las exigencias de un ambiente crecidamente hacendoso, revoltoso e imprevisto.

Cuanto a ello hace obligatorio, la protección de un método gerencial con disposición a la eficacia que favorezca a los objetivos y logros establecidos para que haga más y más competitivas a las empresas.

Hoy en día las empresas nuevas, al igual que las MYPES saben, que para perpetuarse en los mercados y legitimar una buena contribución se debe poseer un actual mejoramiento en base al control y que la aptitud sea primordial.

Actualmente hoy se nos hace enormemente significativo tener la asistencia controlada, ya que ella involucra compensar enteramente las exigencias del consumidor de unión con sus expectativas, también debe renovar nuevas exigencias y adquirir que sus productos y servicios carezcan de desproporción, así mismo debe garantizar la producción de un capítulo o un concepto o una prestación de colaboración con las normas establecidas diseñando, produciendo y entregando un fruto de compensación Íntegro.

Por otro lado, proporcionar consulta contigua a las preocupaciones de los clientes, dibujarse siempre una sonrisa persistentemente frente a las adversidades, en el cual la calidad no es un inconveniente, sino un recurso, se estará buscando alcanzar la excelencia.

La eficacia de un resultado o misión es la apreciación que el consumidor tiene del equivalente, al momento que se le ofrece, permitiéndole apreciarlo como paralelo, superior o inferior que el indicio de cosas de los de su género. En ese sentido las empresas considerando que tienen un reto exuberante en sofisticar cada vez su producto para mejorar su calidad se hallan permanentemente

modificando características específicas y formas únicas con el propósito de buscar posiciones competitivas difícilmente inigualables.

Planteamiento del problema:

a) Caracterización del problema:

En las MYPEs, hoy en día la gestión de calidad es vista actualmente una de las bases necesarias para cualquier empresa dirigida hacia la cima del éxito competitivo de la sociedad en el comercio. Vemos como el aumento se va haciendo más grande a nivel de exigencia que pide el consumidor por motivo que él mismo paga su dinero por el producto de calidad, junto a todo eso se ha vuelto en una explosión de competencia en casi todos los países, si comparamos en costos y la creciente complejidad que se da en productos, los procesos, los sistemas y organizaciones que forman alguna de las causas que hacen de la corrección y la capacidad por la estabilidad de las organizaciones modernas hoy en día. La misión de la eficacia se ve como un mezclado de métodos inmensamente útiles de carácter necesario, obligatorio, preciso y coyuntural para todos los diferentes aspectos del asunto adjunto que cumple. Bueno entendemos que el término de dirección de servicio de la eficacia lo utilizamos para narrar un método que concierne un continuo de caprichos y muchas relevancias para la posición en claridad de una sucesión manuales, práctica y metodologías para la ampliación de las empresas referente a la eficacia según, (Camisón, Cruz & Gonzales 2007) asimismo como vemos, podemos ver el adjunto de los desiguales orientaciones de prestación de la capacidad se diferencia por superficies en nociones que ocupan y que rigen la función organizativa, las prácticas y actividades que se incorporan para

transportar a la destreza todos estos principios por buen sendero ,en este momento las metodologías que pretenden establecer tangibles estas prácticas como reconocimiento que sirve para afirmar metas y objetivos trazados, por lo que podemos perfeccionar en saliente emotivo, que si estamos ejerciendo cuantioso reconocimiento, podemos afirmar que si podemos lograr todos nuestros objetivos trazados, y si hemos logrado capaces de fiscalizar conforme nuestro autopista, es señalar, nuestro asunto va Óptimo. Podemos estar fuerte en que saliente trama de la inspección de la calidad es significativa e introduce un dispositivo trascendental, La previsión, Según el creador nos da a entender que esto expresa, un fenómeno que está controlado cuando por las anteriores experiencias pasadas, y decimos que se puede pronosticar, por lo menos adentro de algunos límites proporcionados, cómo podemos dar tiempo al tiempo que decir desusado varíe para apropiado en el próximo pendiente a nivel mundial.

Vela, L. (2007) El territorio y el universo avanzan a una rapidez acelerada hacia la globalización de la producción, la civilización y todas las esferas del trabajo de la amabilidad y este entorno trae consigo grandes retos a los países y a las MYPES en cuanto a diversos temas como la procreación de trabajo, avance de la capacidad, organización de las exportaciones y relativo en cuanto el desarrollo del estado.

Los innegables avances tecnológicos, relativo cumplido, en electrónica y microelectrónica, el asunto de globalización han despejado nuevos mercados, se han descentralizado las inversiones, han generado nuevos hábitos de queja de beneficios y servicios; creando nuevos desafíos de competencia de las empresas peruanas en genérico y las MYPES en especial; en

consecuencia por muestra: limitadas capacidades gerenciales, desarticulación industrial, desobediencia, pero de principal ingenioso de responsabilidad, separación de planificación estratégica, moda impropio de tecnologías, incorrección de competencia sindical, alejamiento de una óptima composición mercantil, limitado camino a la averiguación; factores que han dado principio al incremento de problemas que presentemente atraviesan las MYPES en el contorno. Pero no podemos avanzar crecidamente aumente relativa investigación de la capacidad, a excepción de impedimento revelar el sistema del, experto y instructor este, Kaoru Ishikawa. Actualmente que para el levante creador “Practicar el control de la calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor”. Ishikawa, conjuntamente nos señala que las diferencias entre el perfecto de contaduría oriental y el europeo es reverente y se encuentran en las características culturales. En 1985, así describe en su libro referencia ¿Qué es el registro general de la eficacia? Aquí podemos percibir en el cual se condensa todos sus aportes realizados al argumento de la eficacia, así como los famosos círculos de la perfección y el detalle de Ishikawa o inquietud de enredado procedencia importancia. Nos damos cuenta que el círculo de propiedad no forma crecidamente que grupos pequeños de trabajadores de un equivalente término, las cuales tratan y se reúnen en manera discrecional para enmendar las posibles dificultades que se presentan en los horizontes obrantes de todas las clasificaciones. Vemos que estos círculos tienen como únicos objetivos principales, comprobar y agrandar el deber de los trabajadores para usar un conducto positivo de notificación viario, elevado y pendiente. Según Bracho, (2007) Si la calidad progresa significa que

la formación organizada beneficio un cambio considerablemente asertivo en el beneficio de unos niveles de conducta fuera de precedentes. Podemos señalar como un gran Progreso. (Juran, 1990) Para ISO 9000:2000, nos damos cuenta que el Progreso de la Eficacia es una “parte de la gestión de la calidad supervisada para aumentar la capacidad de cumplir con los mencionados requisitos de la calidad”. Todo esto tiene poco que comprender con los seguimientos que realiza la clasificación a los logros alcanzados en la componente de eficacia con resultado de conseguir los niveles crecidamente óptimos a lo amplio del periodo en termino de si un caso poder caer o estancarse. (Fondonorma-ISO 9000:2005, 2006).

Por medios de información nos damos cuenta que el conocimiento de eficacia avanzado de una cualidad considerablemente transcendental en tanto que cualquiera en el mundo del siglo XX ,incluso integrar un importante conocimiento, yendo de la mano de una serie de actores nacionales e internacionales .Notamos que las primeras sustentaciones y aportaciones están orientadas básicamente en la concentración de técnicas de cifras estadísticas para el reconocimiento de productos y procesos industriales de las empresas, luego vemos que se completaron con los sistemas de comprobación y protección crecidamente centrados en la provisión y con enfoques orientados hacia la tarea de excelencia y utilidad. Pero en cambio vemos que las aportaciones y más y más recientes que entienden que la actitud que se ve como método primordial para el provecho de la competencia a nivel nacional e internacional. Y así han sido numerosos y notorios los esfuerzos realizados que han sido traducidos en toda una ampliación y profundización del concepto de calidad a todos los ámbitos de las empresas. Así mismo se presenta la variación y los informes del desplazamiento por la perfección en los distintos enfoques para la

tarea de la eficacia verificados en saliente pensamiento, además como los conceptos de propiedad forma subterráneos todos y conjunto único de ellos, sus características, principios teorías y prácticas a nivel internacional.

En el ámbito conceptual, entendemos que excelencia ha pasado a un enfoque fundamentalmente interna a un hecho donde primero nos damos a las prácticas de inspección y verificación con respecto a la actitud de productos más y más arduamente en sistemas de controles estadísticos de eficacia con perspectiva al provecho de la vigencia en los procesos crecidamente frecuentes y productivos a una posición considerablemente más ancha ,donde adquieren esencial categoría en factores internos y externos como la plataforma primordial del comprador y la ansiedad por diversos elementos del ambiente competitivo y sustancial de la sociedad.

El provecho natural es la superior imposición competitiva hacia donde están sometidas las empresas día a día y lo cual se ha traducido a un secundario grado de determinación, en una vista de propiedad a todas las funciones empresariales y al continuo del método del precio. Por eso mismo la eficacia desfila ante un compromiso que conmovía por poco a toda la situación beneficiosa de las empresas como era antiguamente en la época del asunto en los primeros sistemas de intervenciones y unas verificaciones de cual la inspección de estadística de estos métodos para poder formar un negocio que cae referente intactas las actividades empresariales cruzando con ello la carga relacionada a la Misión de la Bondad a buena conducta en este ámbito. En el desarrollo de enfoques para implantar y suplementar la calidad en las empresas, en estos tiempos ha ido avanzando su evolución. El conocimiento de eficacia. Para los distintos enfoques de referente la Tarea de Aptitud se distingue por las guías, principios, por las experiencias y

técnicas que adoptan para trasladar tales elementos al ámbito de un comercio existente. En saliente secundario nivel tiene personal resultado, cuanto la garantía de la Realización de la Aptitud depende en gran compostura de la cualidad de comenzar su modificación a largo plazo.

En panorama a progreso de los conceptos y enfoques que estos tienen en una matriz es la transferencia que abarca en los modos de operatividad y valorar las acciones en cuanto a servicio de propiedad de la compañía que se conoce como cambios en la presentación de dar un paso hacia la excelencia en los enfoques para implantar asimismo se han traducido unos cambios en la manera de medirlos. Las medidas internas y objetivas de instrucciones entendidas como aquellas basadas en exploraciones obtenidas por algunas empresas referentes a los productos que elaboran los procesos y las actividades para realizar un buen producto. Mientras que todo ciclo que se hace crecidamente absoluto y útil desenvolver nuevas formas para concretar y valorar los nuevos conceptos asociados a la gestión de eficacia ,la producto es el proceso de nuevas medidas basadas en encuesta tanto externa como interna de aspecto trascendental (atención y percepciones de Los clientes ,resultados económicos ,satisfacción del propio grupo mediano ambiental en ventas .etc) todos consideran capaces de apreciar todos los efectos de los sistemas de servicio de la eficacia. Entre ellas se encuentra más frecuentemente la evaluación de la eficacia. Esta compostura es conjunto de una jornada más notable dado que los nuevos sistemas de misión de la eficacia hoy lo aplican como regla básica para la investigación del grado de eficiencia y eficacia en las nuevas iniciativas.

Por otra parte, entendemos, por capacidad que es la medida de una formación pública o privada si es lucrativa o no de custodiar sistemáticamente en ventajas comparativas que estas le permitan lograr y optimizar una determinada situación en

el medio socio económico para la asociación. Y así igualmente el punto de talento esta grandemente manejado en los medios empresariales, etc, en incondicional.

La capacidad tiene

una modo y representación de trazar y desenvolver alguna decisión en fundament o a negocios, La delantera de una sociedad estaría en su forma de vender y la habilidad que tiene los trabajadores en sociedad, los mismos de los que pueden y carecen sus competidores o que estos tienen en una compostura que hace viable la fabricación de unos rendimientos superiores a los demás que estos los hace ser diferente del resto. El hábito de estos conceptos igualmente se supone una continua ubicación hacia el ambiente y más incluso una buena forma estratégica por tramo de las empresas grandes como en las pequeñas, siempre en cuando diferenciando unas de las otras. Para dar mejor explicación de dicha eficiencia tenemos de considerar los niveles de competencia, ósea de la capacidad interna y la competitividad externa. Ya que sabemos que la medida interna se refiere a las capacidades de organizaciones que han logrado la formidable atención de los beneficios disponibles,

como único. a obtener a forma superior conjunta jornada. La capacidad externa está orientada a la producción de los logros de las empresas y organizaciones en el perímetro del comercio, o el fragmento a que levante pertenece. También como el método de informe o modelo es intruso a la compañía, asimismo se debe razonar variables exógenas, como el nivel de transformación. Al conversar de la aptitud interna nos referimos a la noción de que la compañía ha de disputar hacía en efecto misma, con término a optimizar en su permanente carácter de superación a llegar a ser mejor cada día .la estabilidad económica, la dedicación de la producción para apreciar su capacidad ha extendido plazo, etc. La organización,

una proporción que ha alcanzado un horizonte de competencia externa, esto debe mantenerse siempre a su ritmo y así ir mejorando a su competitividad futura, y tiene que seguir basado en generar cada día nuevas ideas y productos que busquen los clientes y así buscar nuevas oportunidades en el ámbito del mercado. Según (Pelayo 2011).

También equivalente, los actores involucrados en el progreso y competencia de las MYPEs trabajan de modo aislado a excepción de concertación ni coyuntura de las partes, y ni siquiera consideran la calidad de la formación, puesto que en el Perú no existe un método propio de aprendizaje para la MYPE dicha ausencia conlleva a que no exista un centro ordenador, que establezca las bases marque las medidas y fije las normas para que la acogida de aprendizaje llegue adecuadamente a la demanda.

Objetivos generales:

- Determinar las características del trabajo de eficacia y la capacidad de las MYPEs del rubro de panaderías en la provincia de Lambayeque 2019.

Objetivos específicos:

- Formalizar las características del servicio de eficacia en las MYPEs del giro de panaderías en la provincia de Lambayeque 2019.

- Formalizar las características de la competencia en las MYPEs del giro de panaderías en la provincia de Lambayeque 2019.

Justificación de la investigación:

Justificación social:

La indagación se justifica ya que permitirá estar al tanto en las principales características de la misión de perfección y la capacidad de las micro y pequeñas empresas del contorno de estudio. Asimismo, igual el compromiso de exploración se justifica que el motivo servirá de fundamento para ejecutar otros estudios similares en otros sectores, actualmente sean productivos o se dé ayuda del contorno de Lambayeque y otros ámbitos geográficos de la localidad y del país.

Justificación teórica:

Según el autor Bach. MARIA ANTONIETA KANO MIRANDA que también estudio este tema recomienda a los pequeños y medianos negocios que deben dar

Prioridad a los clientes y ofertar mejores productos de calidad.

-Así mismo, tener una filosofía de trabajo, una cultura organizacional

Basada en la gestión y promover estrategias de fidelización y atención al

Cliente, promoción del producto y el precio.

-Optimizar los recursos y los medios para generar productividad y

Distribución de los mismos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 ANTECEDENTES DE LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD:

(MIRANDA, CHIMBOTE -PERÚ 2017) Con respecto al primer objetivo, El nivel de la gestión de calidad se establece a lo que se tiene cuidado la al cliente respecto a la atención en todas la Myps del sector elaboraciones - título a rubro de panificaciones, en el distrito de Nuevo Chimbote - 2016. De estos resultados se desgancha que la gran parte en mayoría respecto a las personas encuestadas, se manifestaron en punto a su satisfacción en cuanto a las gestiones en base a la atención al cliente, de las 60 personas encuestadas, un 43 % indica que, si se sienten muy satisfecho, enseguida del 40 % (24) personas encuestadas manifestaron un nivel de solo satisfechas.

Pasando al objetivo segundo en el nivel de competitividad se manifestó que, en las micro y pequeñas empresas del sector de fabricación respecto al rubro de panaderías en el distrito de nuevo Chimbote, 2016. En relación a este nivel de la competitividad muestra que unas panaderías, cinco para ser exactos, son competitivos en base a la calidad de sus productos, la atención y servicio al cliente de esta manera se muestran muy competitivas y favorables, se puede decir que si están capacitados para poder generar constantemente alguna clase de ventaja que sea comercialmente aprovechable y estar al tanto en igualdad con las demás empresas del mercado con las que se compiten, y así los clientes demostraran satisfacción a las demás panaderías competentes.

En este siguiente objetivo podemos relacionar el nivel de la gestión de calidad respecto al enfoque de la atención al cliente hacia la competitividad de las Mypes del sector industria, rubro panaderías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Hay un parecido en la semejanza respecto a la tarea de eficacia viendo el enfoque de la atención que se le brinda al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas, podemos dar una conclusión que, si se relaciona elocuentemente, mediante un análisis estadístico llegamos a comprobar el cumplimiento de las metas y el desarrollo a base de la planeación y el logro de los objetivos.

(rosales, 2014) En su tesis nos dice que respecto a los empresarios que la mayoría en relación a los dueños legales de las Mypes son personas mayores de edad ya que sus edades ascienden entre 31 y 50 años y los cuales son de género masculino teniendo un grado de educación secundaria.

En base a las Mypes, la gran parte de los representantes y dueños legales cuentan con 0 y 5 años de laborar en su actividad empresarial, los cuales la gran parte las personas representantes encuestados realizan sus actividades de manera no formal.

En base a la gestión de calidad, la gran parte indicaron que no efectúan técnicas o sistemas para mejorar para realizar mejor en base a la calidad de sus productos y servicios que ofrece a sus clientes, las personas que manejaron sistemas para la mejora de sus productos y servicios, la gran parte se empino en comenzar a practicar la mejora total para su empresa, el total de las personas de las Mypes encuestadas declararon ofrecer productos y un mejor servicio en su empresa. Los dueños de las organizaciones mostraron que si es importante usar y estar al tanto con respecto a la calidad en las empresas y organizaciones.

(NASHNATE, 2016) En su tesis nos dice, las características y formalización de las Mypes en industrias en respecto a relación de rubros a las panaderías en el distrito de Iquitos, 2016 se concluyó que el 71% de Mypes indagadas son formales y así nos muestran resultados del comportamiento y actitud de las personas hacia la formalización.

-Y también nos indica que el 71% están establecidos como personas naturales y la atribución en los en los negocios son de resultado unipersonales.

- las Mypes del rubro el 75% tiene funcionamiento en su propio local, mostrando que es indicador de fortaleza, ya que gracias a eso no tienes la necesidad de pagar por alquiler.

-En las empresas el 71% cuentan con un título de propiedad en su local principal, buen punto para que las Mypes puedan lograr funcionamiento en caso sea necesario que lo requieran.

-Se llega a saber que el 71% de sus trabajadores si se encuentran en planilla, y estudiando a las Mypes si se encuentran buscando un servicio mejor para más eficiente y eficaz hacia el cliente y que ellos sepan que cuentan con trabajadores ejercitados en la fabricación de sus productos.

-En las Mypes indagadas, el 61% de los gerentes o dueños legales cuentan con una edad entre 45 a 64 años, y se puede llegar a la conclusión que sobresale la experiencia y edad en este rubro.

- según las Mypes indagadas el 49% son de profesión y/o ocupación panaderos esto nos da saber que las panaderías están dando paso a otros profesionales que quieran incorporarse al rubro.

- según las Mypes estudiadas nos muestra que el 43% son dueños legales y cuentan con un estudio superior, muestra que se en las capacidades se está mejorando respecto a las capacitaciones en el rubro.

- por otro lado, según la Mypes encuestadas nos indica que el 50% cuentan entre 11 a 20 años en este rubro, esto nos indica que se está incitando al rubro de panaderías nuevas transformaciones, ya que el consumo de este producto se incrementa y es masivo y que incrementa a su demanda respecto a la relación en crecimiento de la población.

-Por ultimo nos indica según las Mypes indagadas que el 79% cuentan con un capital que es proporcionado, se concluye que estos beneficios son derivados de las Mypes, según las encuestas de las organizaciones.

(CORBETA, 2016) en el desarrollo de indagación a las Mypes del sector comercial, rubro panaderías de la Ciudad de Caballococha al concluir nos dice lo siguiente:

El sector comercial de Mypes rubro panaderías,

-Las mypes del Sector Comercial Rubro Panaderías, son encaminadas por administradores que así puntualizan su deber y conducta como “dueños” el (85,7%); son jóvenes-adultos (de 30 a 44 años) 28,6% y personas mayores (de 45 a 64 años) 71,7%. Donde el sexo masculino prepondera en un (85,7%). en nivel de instrucción en base al estudio secundario con un (85,7%) y son de indeterminadas peculiaridades o cargos al (100.0%).

-en el sector comercial rubro panaderías los microempresarios son caracterizados porque maniobran dirigidos en sus clientes basados en la ética de la continua mejora en (71,4%), se basan en condiciones para así poder conocer las retenciones de una gestión de calidad en total contenido (42,9%).

-en este sector las Mypes no conocen el determinado uso necesario de la gestión de calidad al (71,4%), sin retención, hay solo dos pequeñas empresas que las mypes si utilizan “algunos instrumentos”, en el cual se recalca los fragmentos de entrada al establecimiento de manuales de estímulos (28,6%)

Por último, los microempresarios están de acuerdo en un 71,4% que mejoren sus empresas bajo este nuevo enfoque hacia la gestión de calidad, lo cual indicaron que recurrirán a la administración para más capacitaciones.

(ANDION, 2017) En su tesis nos da a entender que los representantes o dueños, la mayoría (60%) del sector de Yarinacocha del servicio rubro restaurantes son mujeres la gran mayoría y cuentan con la edad entre 18 a 30 años, la mayor parte dominante en un (80%) por otro lado cuentan con un grado de estudio superior y universitaria con un (70%) para ello llevan en el rubro de restaurantes con más de 2 años de experiencia.

-las Mypes del sector de Yarinacocha cuentan con el (100%) formalizadas en este rubro del servicio, la mayoría absoluta por otro lado cuentan con un personal entre

1 y 5 trabajadores que desarrollar y mantienen a su personal en condiciones formales.

-los empresarios del sector rubro restaurantes de Yarinacocha mencionan que no cuentan con estándares de disposición ISO, ni La integridad de empresarios (100%) del tramo prestación rubro restaurantes de Yarinacocha, consideran que no cuentan con estándares de aptitud ISO, ni destina la misión de disposición, tacha una gran porción (70%) usa técnicas desigual en cimiento a misión de eficacia, la grandeza absoluta por otra parte el (60%) desconoce de las capacitaciones o charlas informativas respecto a la gestión de calidad o al servicio al cliente .

-en el sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha en sus inicios o comienzos muchos fueron informales la mayoría absoluta en un (60%) cabe mencionar también, que la ventaja de estar formalizado es un acceso de crédito por parte de los bancos.

Y así el 80% cree que se va a oprimir la informalidad de las Mypes mediante de la formalización en base a (ley Mypes de formalización y promoción).

2.1.2 ANTECEDENTES DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

(ANGEL, 2014) En su tesis nos dice que la mayoría de las personas indagadas sobre el rubro de panaderías en el distrito de Chimbote, son de una edad de entre 31 y 45 años de edad siendo la mayoría casados y que tienen estudios superior técnico.

-La gran parte de las micro y pequeñas empresas indagadas respecto al rubro de panaderías en el distrito de Chimbote, tienen de 2 a 4 años de permanencia en el oficio y rubro, y cuentan con 1 a 5 trabajadores a su cargo.

-gran parte de la mayoría de las MYPES son competitivas por sus mejorías profesionales en el rubro y por las ventajas competitivas que ofrecen como; calidad del producto, precios bajos, etc. Constituyendo una mejor imagen para la empresa, por ende, la obtención de una mayor rentabilidad.

(MarcadorDePosición1) Kano Miranda, nos dice que al terminar esta investigación se pueden determinar las siguientes terminaciones:

- En relación al primer punto equitativo, se puede determinar que el nivel en la atención al cliente si se aplica la gestión de calidad en las Mypes del sector industrias- rubro panaderías en el distrito de nuevo Chimbote - 2016, se desglosa en base a los resultados que gran parte de la mayoría de las personas encuestadas, manifestaron un buen contentamiento en cuanto se refiere en atención al cliente, de los 60 personas indagadas, un 43 % menciono que se sentía muy satisfecho, seguido del 40 % que son (24) clientes dieron a saber solo un nivel de satisfacción.

- en el segundo objetivo, llegamos a la determinación en el nivel de competitividad de las Mypes sel sector industria – rubro panaderías del distrito de nuevo Chimbote,

2016 llegamos a saber que el nivel de competitividad son favorables en sus productos en base a cinco panaderías encuestadas, mencionando la atención y el servicio que se les brinda, y por tal motivo se ve que está capacitada constantemente y poder generar una ventaja muy satisfactoria comercialmente a comparación del resto de empresas con las que contiene en el ambiente comercial, de tal modo que demuestran a los clientes confianza al resto de Mypes competitivas.

- en el tercer objetivo, de la gestión de calidad bajo el enfoque hacia la atención al cliente que se le brinda respecto a la competitividad de las Mypes del sector industrias-rubro panaderías del distrito de nuevo Chimbote-2016 La correspondencia entre el compromiso con el consumidor respecto a la eficacia del producto de la eficacia no fue de tanto agradable en respecto a las Mypes en relación significativamente se comprobó y se llega a la conclusión mediante un análisis estadístico respecto a las metas y cumplimientos en el desarrollo del proceso se relaciona a una planeación en el logro de objetivos.

(YANINA, 2015) Según en su tesis nos dice en base a los representantes indagados que la mayoría tiene más de 46 años de edad, así mismo trabaja en la empresa por ser familiar y dueño y en varias ocasiones fue adiestrado por profesionales para que se desenvuelva y pueda ejercer el cargo en que se desenvuelve y tiene en la empresa más de 4 años trabajando.

- Las pequeñas y microempresas en su mayoría tienen una taza buena de crecimiento en base a las ventas en los años 2012-2013, y fue similar en base a la competencia, pero una mayoría de clientes afirma que esta empresa tiene más ventajas competitivas en respecto a servicios al cliente entre su capacidad a competición.

- Las empresas en su mayoría van mejorando y han innovado mucho mejor en los servicios que brinda el cliente y en base a su producto al tratar que sea de lo mejor en base a calidad.

- Hoy en día las empresas consideran en su mayoría que la mejora y calidad depende mucho a la capacitación de la empresa a sus trabajadores u mejora la productividad y muy aparte llega a considerar a los trabajadores a identificarse en dicha empresa.

Una gran mayoría de Mypes consideran saber que gracias a las capacitaciones brindadas a su personal y así accede en reducción a los costos y aumenta beneficios y finalmente la mayoría de micro y pequeñas empresas indagadas alegan seguir realizando capacitaciones al personal de su empresa.

(SALDARRIAGA, 2016) Nos relata en su tesis un perfil de los empresarios de las micro y pequeñas empresas del plano de estudio:

- La mayoría de los emprendedores es de género masculino, tiene instrucción superior universitaria y es administrador de la pollería.

- La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen entre 06 y 26 años de arduo trabajo en su negocio, con un personal de 10 trabajadores.

- Menciona que las pollerías están formalmente registradas en la SUNAT, y cuentan con un permiso legal de funcionamiento inscritos en DIGESA y todas son personas jurídicas.

- También nos afirma la totalidad de las micro y pequeñas empresas cuentan con un régimen especial en base a renta y que gran parte de su personal se encuentra en planilla.

(PANTA, 2017) En su tesis nos dice que las características tienen una gran competitividad en marketing en las Mypes en el rubro de pollerías del distrito de Tambogrande en Pura año 2017, tienen una gran calidad en respecto a los productos que ofrecen y estos llegan a complacer las necesidades de los clientes y estas Mypes para ser competitivas saben innovar en tecnología lo que las hace más competitivas en el ambiente laboral.

- En su mayoría las Mypes del rubro pollerías del distrito de Tambogrande ofrecen un valor competitivo en respecto a brindar un buen servicio eficiente al cliente que se hace que se diferencie de la competencia toda en base a precio calidad y servicio brindado a los clientes.

(MIRANDA, CHIMBOTE -PERÚ 2017) En su tesis nos habla sobre los componentes de las micro y pequeñas empresas en respecto hacia la competitividad y llegan a brindar una buena calidad de servicio al cliente, así como también el tener tiempos establecidos en la producción y entrega de sus productos lo que los hace competitivos.

2.2 BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Bases teóricas de la variable de gestión de calidad:

El pensamiento de Servicio de la Eficacia ha sido abordado de calidad escaso incluso hasta la aparición de la GCT, que lo dota de un adjunto multidimensional incluyendo aspectos técnicos, organizativos, culturales y estratégicos. La declaración de la Realización de la Propiedad a la eficacia como constructo de alrededores, agregado o clandestino tiene ampliaciones profundas a la fase de facilitar una imagen incompleta o completa de sus dimensiones, de lograr como interrelacionan para constituir el sentido terminado. La saliente demostración se desvela cuál de estos conceptos subyace a punto de disposición en gestión a la eficiencia. el enfoque de evaluación a la calidad se puede distinguir por los principios, las prácticas y las técnicas en que se basan. en el actual testimonio se aplican los rasgos fundamentales de los enfoques esenciales efectivos presentemente, no obstante, sólo de ellos el rumbo de la GTC, únicamente se introduce dejando su análisis crecidamente acabado para el capítulo siguiente. En el argumento de estas aproximaciones, tomaremos principalmente el enunciado del escrito de los principios. los cuales números de estos elementos de carácter determinantes del conuerdo cumplido para determinar la capacidad asumiendo las prácticas y las técnicas un contorno y un importe crecidamente, instrumentales o secundarios. No obstante, el paso de desarrollo ha sido incremental, se observa un punto de cambio fundamental, en los enfoques pasan de registrar a formalizar la

eficacia. Sin embargo, no debe deducirse de esto que el trio de enfoques de encargo de la eficacia sean equivalentes, por lo tanto, entre ellos persiste semejanzas profundas, que son uno de los factores determinantes de la validez comparada de mano indiviso. Levante argumento se introduce todos estos conceptos que serán desarrollados después, cuando se aplique el desarrollo de ajuste de un régimen de un mandato de la eficacia un enfoque claro de estos ayudara a suprimir los mal entendidos que pesan referente a la misión de la eficacia, señalados en la presentación a levante texto.

Según la tradición del pensamiento por la tarea de eficacia en el Capítulo 2, nos permite asemejar varias generaciones entre la filosofía con diferentes notables en su noción de mandato de la excelencia a la perfección. todos estos enfoques se han ido adecuando a las nuevas concepciones del entendimiento por la actitud en proporción de la osadía de las variables a envolver las relaciones existentes entre ellas la relación habitante hacia las circunstancias filosóficas para su presentación.

Como sabemos que la determinación de los elementos que definen el anexo del Encargo de la Eficiencia ha dado palabra a la construcción de instrumentos que permitan automatizar de enlace acabado sus dimensiones, principalmente en carácter de escalas multií tem basadas en la valoración directiva³. Los trabajos académicos con levante contorno han buscado construir un modelo de los principios y las mejores prácticas y técnicas para el encaje de la Función de la Competencia, testando su equidad y la inquebrantable de sus interrelaciones (por modelo, mediante un Pat análisis) también como sus relaciones con el desempeño. Con cumplido, sigue a anormalidad de entenderse favorablemente permiso relativo el unido de

la Gestión de la Eficiencia, de perfil que las escalas creadas muestran un elevado horizonte de porción en su determinación de los factores críticos de éxito, además como una equivocación de dirección holística del constructo, que está visiblemente motivada por la aprobación de distintos enfoques.

La clasificación respecto al Mandato de Eficacia forma mayoritariamente de entorno discreta, y pretenden diferenciar perspectivas netamente diferenciadas. A partir oriente posición de perspectiva, las 10 generaciones en la tradición de la Comisión de la Excelencia y los seis conceptos de eficacia, expuestos en los ambos capítulos precedentes, han comprimido en diversos enfoques sistemáticos de Encargo de la Eficacia, cinco en concreto 8. Contiguo a estos cinco enfoques de Asunto de la Perfección, hemos incluido otras ambas aproximaciones menos cuajadas como tales enfoques, por centrarse sólo en ciertos elementos del servicio de eficacia. La síntesis de sus características básicas en el Perfil 4.2 da conocimiento a evidenciar la apariencia significativas disimilitudes en los principios que los inspiran y en las prácticas y técnicas que utilizan para su corporación. La comparación de los principios y prácticas de único sentido aflora puntos de comprensión diferenciados razonable los títulos que guían la forma de reflexionar y comportarse de los miembros de la disposición, además como coherente las prácticas y métodos a que se recurre para su actitud en suceso exitoso, cara al resbalón reduccionista de interponerse en la Misión de la Compostura como un liberal sendero, en el capítulo se explica que la enseñanza se puede dar la razón y gestionar de modos estrechamente diferentes, que han ido emanando y yuxtaponiéndose a lo desarrollado de la función basándose en distintos conceptos de colaboración. En el sobresaliente argumento se desliza

observación al enlace en que las generaciones y los conceptos de claridad se han organizado en enfoques de prestación para alcanzar mínimo la Perfección. El entendimiento de Responsabilidad de la Característica ha sido abordado de carácter ilegal incluso la llegada de la GCT, que lo dota de un moderado multi dimensional incluyendo aspectos técnicos, organizativos, culturales y estratégicos. La prueba de eficacia como idóneo de entornos, agregado o acentuado tiene implicaciones profundas a la faceta de dividir la salida a un dígito parcial o completo de sus dimensiones, y de conseguir cómo interrelacionan para establecer el entendimiento completo.

En levante prueba destacado se desvela cuál de estos conceptos subyace a cualquier destreza de obligación de la Preparación. Los enfoques de Colaboración de la Comunicación se pueden establecer por los principios, las prácticas y las técnicas en que se basan.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

James,p.t(1997),la eficacia de la calidad total

Lloréns,F,J y fuentes ,M.M (2001)calidad total fundamentos e implantaciones .pirámide madrid.capitulo 1

La empresa dinámica total.com. marcombo

Analisis del impacto del entorno en su implantación y resultado editorial.

Galango .A. (1993)calidad total ,la extrategia para la competitividad de la empresa.

La empresa moderna .RA. Editorial Madrid.

Lecturas recomendadas, FEA.U (1993), hacia un nuevo concepto de empresas.

2.2.2. Bases teóricas de la variable de competitividad:

COMPETITIVIDAD:

En el contorno original prevalece la forma de que para que las compañías logren un Insuperable balance se requiere rigurosamente de un alargamiento seguido de la innovación y de la formalidad provechoso. La comprobación del elemento de amplitud probado comenzando en la refracción de desemejantes escritores, decretará evidenciar que el proporcionado es considerable crecidamente comprensivo que lo que usualmente se entiende y que alcanza una auténtica destreza sostenible a cambio del nivel exige de la implementación de una variedad de políticas que permitan la superación de los obstáculos existentes para lograrla. Recapacitar en todo su adelanto el molesto de la competencia es evidente, dado su monto para mostrar y promover la problemática que plantea la formación de los factores necesarios para que en economías de breve adelanto resulten viables procesos de aumento, o por lo menos, de crecimiento de algunos sectores. No obstante, en su sistematización, realizada por Michael Porter (1990), la figuración de la competencia no tuvo la finalidad de equiparar los condicionantes internos del subdesarrollo, la misma permite registrar esos condicionantes y delinear estrategias para su superación. Un modelador de tal creación se encuentra en la supuesta de la capacidad desarrollada por los teóricos de la CEPAL, utilizando un rastro de modo acorde. Cuando se explican los determinantes de la dimensión y se habla de la insolvencia de disponer factores productivos, se está apuntando a un encargo generosamente discutido en la expresión del avance, dificultad que había sido registrado solamente por algunas corrientes. La iniciación de la lucha convierte en colectivamente aceptada la resistencia de que

la elaboración de colocar factores productivos y competencias en economías de pequeño acrecentamiento. En unión, tal bordado derrama aspecto asumida integra por gobiernos como por todos los sectores interesados en el progreso personal. El entendimiento de competición debe constituir rescatado en toda su complejidad ya que manejarlo en toda su ramificación reviste particular condición. Cuando se investiga diseñar estrategias de avance inclusivas y de encuentro actual relacionado los procesos sociales y económicos de los países. Para Michael Porter, el primordial en fundar y sistematizar un centro indeciso en círculo al principio de debate, esta consiste en: “La dilatación para conservar e aumentar la cooperación en los mercados internacionales, con una altura paralela del límite de coexistencia de la suma.

El notable sendero concreto para alcanzarlo se fundamenta en el acrecentamiento de la obtención. El factor humano es un elemento fundamental en la competitividad para elevar el nivel de vida. La productividad es muy importante para el nivel de vida de un país para el producto bruto interno.

La competitividad es muy importante para el país tanto que se realizaran transformaciones estructurales que van a permitir ganar competencias para el desarrollo total de la nación.

Así mismo, se puede firmar que la competitividad sostenida con una inversión adecuada asegurará las mejoras inciden proporción los salarios y las ganancias como la prominencia del grado de subsistencia.

El logro de la competitividad se debe al desarrollo de una gerencia exitosa y preparada, primordialmente en las empresas privadas, que no se da mucho en el sector público debido a factores políticos mayormente.

En definitiva, la competitividad es auténtica cuando sus logros se evidencian en el aumento sostenido del nivel de vida y el mejoramiento de los ingresos de la población en general, así como disminución de los niveles de pobreza extrema de una nación.

Comparación de capacidad según Porter En el semblante territorial de Porter la cifra en la procreación forma las ventajas competitivas. Las conclusiones de la suposición de la competencia se obtienen a levantar velas de un examen que rebusca hallar las razones por las que las industrias o empresas llegan al popular éxito. A excepción de algunas conclusiones podrían hallar una atención trascendental en algunos países. Esta estrategia de línea alpargata ciertos sectores con circunstancias para ello, y se presenta como una clasificación de toda una capital interconectada con encadenamientos hacia más allá y hacia abajo que podría solicitar una sublevación considerablemente por encima de las capacidades de países pequeños de corto desarrollo a medida mundial. Es competitivo en los sectores de la elaboración. Esto se debería proyectar el optimizar para fundar competitivos algunos sectores de la delegación con inversiones dirigidas y focalizadas hacia algunos de ellos.

A partir sin demora, para que los países sean capaces de modernizar la competitividad deben asimismo implantar mejoras en la formación de habilidad profesional; corregir las destrezas para usar adecuadamente los equipos, juntamente de modificar la infraestructura para relatar con flujos de abastecimientos crecidamente estables; ensalzar la capacidad ecológica y el aumento de capacidades nacionales y sectoriales en las áreas tecnológicas y de improvisación. Cuando se olvidan prominente muestra de inversiones, se cae en la súplica capacidad espuria. Aquí, en aquel lapso, se pone de realce

el específico escrito que deben entrometerse las políticas públicas en el paso, meramente en países de limitado ramificación. Por eso es necesario sellar y recalcar que la competencia a elevación mundial es una dificultad de extenso lapso, por eslabón impulso se requiere de una perspectiva de extenso tiempo y recurso de capital. Aquí es necesariamente en que convergen las políticas de capacidad del desenvolvimiento, ya que naciente actual asimismo es un sumario adonde se construye un posterior sumo. Si no frontalmente así la colaboración en todos los mercados internacionales no podría certificar que la ciudad pueda descubrir suyos los grandes logros de la propiedad en algunos términos tecnológicos unos países no puedan proteger ni acrecentar sus niveles de desarrollo a medida empresarial. Hay unos casos de competencia que en distinto relacionado al sumario de elemental de fuentes que originan el adecuado argumento. Único para Smith, la antesala comparativa que producen con los costos menores. En levante orientación de substitución que las capacidades productivas y competitivas de los países se puedan ensalzar mediante la serie de nuevos factores para el desarrollo social.

Podemos afirmar y decir que en comparación de competitividad al igual que la teoría, estos nos van permitiendo ver la atención e importancias de los elementos que resultan internos para el subdesarrollo de los manuales que es pertinente alcanzar para superarlo y sea factible presumir que algunas demostraciones de los factores se refieren a la producción como mecanismo vinculante hacia las teorías de propagación.

Si analizamos entonces podemos entender que competitividad es simplemente un desarrollo de la alteración que para aquel tiempo deja significativo la predestinación

del grado de existencia de la población y la implantación de la misma en procesos de mejora sostenible. La plataforma de cualquier juicio de incremento es el beneficio de la persistencia macroeconómicas más coherentes y directas. Algunas veces habiendo garantizado todo lo anterior, los mercados no tienen muy en cuenta todo esto sobre la competencia y su importancia que son considerablemente necesarios para que se puedan desarrollar las empresas.

III. HIPÓTESIS

3.1 hipótesis general

La presente investigación por ser descriptiva según Hernández, Fernández y Batista, (2013) consideran que no debe haber hipótesis porque es una investigación de diseño no experimental que enumera características de las variables respectivas. Así mismo esta investigación es de nivel cuantitativa ya que nos permite examinar los datos en forma numérica de manera científica, con la ayuda de la estadística, nos permite recoger y analizar datos y así poder estudiar los prodigios y propiedades de la situación problemática de una manera imparcial, sistematizándose las deducciones.

IV.METODOLOGIA

4.1 Tipo de la investigación

La reciente investigación que se realizó, fue de tipo descriptivo según los autores (Hernández, Fernández y Batista, 2010). En la cual afirman que esto es un asunto de estudio característico y se escoge una serie de documentos, el cual se evalúa cada una de ellas de una manera independiente para así poder detallar lo que se investiga.

4.2 nivel de la investigación

El nivel de esta indagación es cuantitativo, porque la investigación está representada de forma numérica y por porcentajes empleando técnica e herramientas de estadística.

Según Hernández, Fernández y Batista, (2010) también es de carácter cuantitativa porque se mide en considerar cuál es el nivel o estado de las diversas variables en un período proporcionado.

4.2.1 diseño de la investigación

La indagación fue de diseño no experimental, porque se observó los prodigios como sucede, según Hernández Fernández y Batista, (2010). La investigación es de diseño no experimental cuando, cuando se ejecuta sin ninguna manipulación preparada de variables en lo que solo se observa los fenómenos en su situación original para después considerar y de corte transversal porque los testimonios se obtienen en un solo tiempo.

Población y muestra

4.2.2 Población

En población existente para una y otra variables se ha trabajado con 14 representantes o gerentes de las Mype del rubro panaderías del distrito de Lambayeque.

4.2.3 Muestra

La muestra se halla conformada por 14 representantes o gerentes del rubro de panaderías del distrito de Lambayeque, siendo así el prototipo por conveniencia, teniendo en coincidencia el aspecto económico se toma $N=n$.

Para lineares (2013) las poblaciones de 50 personas no requieren de aplicación de estadísticas y matemática, por tanto, se puede tomar por comodidad.

En el actual caso la muestra es la misma cantidad de personas del contenido anterior.

Entonces:

$$n=14$$

4.2.4 criterios de inclusión

En la variable gestión de calidad:

- Los representantes hacen y son los dueños y gerentes.
- Los gerentes son dueños o administradores.

4.2.5 criterios de exclusión

Para la variable gestión de calidad se excluye a:

-Trabajadores y clientes

Para la variable competitividad se excluye a:

-los trabajadores y clientes

4.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENCION	OPERALIZACIÓN DE LA DIMENCIÓN	INDICADOR	ITEM-PREGUNTAS	FUENTE	INSTRUMEN.
GESTION DE CALIDAD	<p>Principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.</p> <p>Viene a ser lo que se percibe el grado de uniformidad de sus características, el bajo costo y la utilidad de éstos en el mercado. (Deming 1986)</p>	características	<p>La variable gestión de calidad su dimensión es característica, se mide con sus indicadores: sexo y edad, grado de instrucción, antigüedad, personal y mantenimiento con la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.</p>	Sexo y edad	Sexo y edad del representante	Representante/gerente	cuestionario
					¿Grado de instrucción?	Representante/gerente	cuestionario
				Grado de instrucción	¿Cuántos años lleva Ud. dedicado al rubro de panaderías?	Representante/gerente	cuestionario
					¿Cuál es el nro. De su personal?	Representante/gerente	cuestionario
				antigüedad	¿En qué tiene mayor demanda su panadería?	Representante/gerente	cuestionario
					¿Qué tienen en cuenta sus clientes antes de adquirir algún producto?	Representante/gerente	cuestionario
				personal	¿Cómo determina usted que su producto es de calidad?	Representante/gerente	cuestionario
					¿Con que frecuencia capacidad? A su personal de producción?	Representante/gerente	cuestionario
				mantenimiento	¿Cómo sabe Ud. Que su producto cumple con todas las especiaciones correctas?	Representante/gerente	cuestionario

					¿Cada que tiempo hace Ud. Cambio o Mantenimiento a su maquinaria de producción?	Representante/ gerente	cuestionario
competitividad	Elaborar y desarrollar productos de manera eficiente con recursos financieros, humanos y culturales con patrones de calidad mediante la diferenciación y costos. (Porter, 1991).	características	Las dimensión de las variables de competitividad de las MYPE se mide con los indicadores: nuevos productos, herramientas, publicidad, y con la técnica de la encuesta y el indicador del cuestionario	Nuevos productos	¿Siempre se crean nuevos productos en su establecimiento?	Representante/ gerente	cuestionario
					¿Utiliza herramientas de innovación para elaborar y mejorar su producto?	Representante/ gerente	cuestionario
				herramientas	¿En qué se diferencia su empresa de los demás?	Representante/ gerente	cuestionario
					Técnica de encuesta	¿Qué tipo de publicidad usa usted para dar a conocer su empresa y producto?	Representante/ gerente

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La habilidad que se manejará en la presente indagación será la de la encuesta o de tipo personal y el instrumento será el cuestionario con preguntas cerradas y estructuradas, siendo esta 14 en su compleción.

Para realizar la siguiente labor de investigación se utilizarán las técnicas e instrumentos que especificamos a continuación.

Cuestionarios

El material manejado será una encuesta y será certificado por juicio de especialistas con grado de maestría y doctorado de la carrera de administración, la misma que contiene 14 preguntas en su totalidad con preguntas cerradas.

Un estudio consiste en un conjunto de dudas o preguntas en relación a unas variables a medir (Hernández, 2014). El cuestionario tendrá una duración entre 10 a 15 minutos, obedeciendo el tiempo favorable del entrevistado, estimará de 14 preguntas.

La observación

Se transitará los lugares o zonas del distrito de Lambayeque en donde estén ubicadas las panaderías para conocer como es su forma de operabilidad en mencionado lugar.

4.5 Plan del análisis

Para poder resolver la indagación que se obtuvo se obtuvo una matriz en la cual se vació la información y se consiguió los resultados que se obtuvieron de los cuestionarios aplicados y así por resultante se prosiguió a procesar las tablas con el propósito de poder luego ser demostrados y así puedan quedar reconocidos para

llegar a nuestras conclusiones según los beneficios a nuestro objetivo de disertación. SPSS versión 21, EXCEL 2013.

4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

La presente investigación nos permite estudiar, indagar y obtener información sobre la gestión de calidad y competitividad sobre las mypes del sector comercio, rubro panaderías del distrito de Lambayeque año, 2019. Todo esto bajo los principios éticos de confiabilidad mediante la cual se queda bajo juiciosa reserva la identidad de las mypes, que actuaron como prudenciales informantes en esta preparación de dicha investigación.

Esta relación e información se basó en la confianza solidaria, se analizó la situación encontrada con la total imparcialidad y se trabajó sin prejuicio alguno en la preparación de esta indagación.

Para su conformidad de ética se presentará al comité institucional de ética en investigación de la universidad católica los ángeles de Chimbote.

I. RESULTADOS

5.1 resultados

5.1.1 en cuanto a gestión de calidad

TABLA 1 SEXO

SEXO	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
MASCULINO	10	71.4
FEMENINO	4	28.6
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 1. Observamos que el 71.4% son de sexo masculino y el 28.6% es son sexo femenino.

TABLA 2 GRADO DE INSTRUCCIÓN

GRADO DE INSTRUCCIÓN	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
PRIMARIA	8	57.1
SECUNDARIA	4	28.6
SUPERIOR	2	14.3
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2. Observamos que el 57.1% tienen grado de estudio primaria, el 28.6% tienen el grado de estudio secundaria y el 14.3% tienen un grado superior.

TABLA 3 CUANTOS AÑOS LLEVA UD. DEDICADO AL RUBRO DE PANADERIA

¿CUANTOS AÑOS LLEVA UD. DEDICADO AL RUBRO DE PANADERIA?	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
5 AÑOS	3	21.4
10 AÑOS	3	21.4

MAS 10 AÑOS	8	57.1
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3. Observamos que el 57.1% tiene más de 10 años dedicado a este rubro, el 21.4% tiene 10 años en este rubro y mientras el otro 21.4% tienen solo 5 años dedicado a este rubro de panadería.

TABLA 4. CUAL ES EL NUMERO DE SU PERSONAL

<i>¿Cuál ES EL NÚMERO DE SU PERSONAL?</i>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
2 PERSONAS	2	14.3
4 PERSONAS	7	50.0
6 PERSONAS	3	21.4
MAS DE 6 PERSONAS	2	14.3
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4. Observamos que el 50.0% cuentan con 4 personas en su panadería, el 21.4% con 6 personas en su panadería, 14.3% cuentan con más de 6 personas y el otro 14.3% cuentan con tan solo 2 personas en su panadería.

TABLA 5. EN QUE TIENE MAYOR DEMANDA SU PANADERIA

<i>¿EN QUE TIENE MAYOR DEMANDA SU PANADERIA?</i>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
TORTAS	3	21.4
PANES	11	78.6
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5. Observamos que el 78.6% tienen más demanda en panes y el 21.4% tienen más demanda en tortas.

TABLA 6. QUE TIENEN EN CUENTA SUS CLIENTES ANTES DE ADQUIRIR UN PRODUCTO

<i>¿Qué TIENEN EN CUENTA SUS CLIENTES ANTES DE ADQUIRIR ALGUN PRODUCTO?</i>			
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>	
PRECIO	3	21.4	
CALIDAD	3	21.4	
TAMAÑO	8	57.1	
TOTAL	14	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6. Observamos que el 57.1% tienen en cuenta los clientes en el tamaño antes de adquirir un producto, el 21.4% tiene en cuenta el precio y el otro 21.4% tienen en cuenta la calidad del producto antes de adquirirlo.

TABLA 7. COMO DETERMINA UD. QUE SU PRODUCTO ES DE CALIDAD

<i>¿Cómo DETERMINA UD. QUE SU PRODUCTO ES DE CALIDAD?</i>			
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>	
MANO DE OBRA	0	0.0	
MATERIA PRIMA	9	64.3	
PRODUCTO TERMINADO	5	35.7	
TOTAL	14	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7. Observamos que el 64.3% de los dueños determinan que su producto es de calidad por su materia prima que utiliza para prepararlos, el 35.7% determinan que su producto es de calidad al verificar su producto terminado y el 0.0% determinan que sea por la mano de obra.

TABLA 8. COMO SABE UD.QUE SU PRODUCTO CUMPLE CON SUS ESPEFICACIONES CORRECTAS

<i>¿Cómo SABE UD. QUE SU PRODUCTO CUMPLE CON SUS ESPECIFICACIONES CORRECTAS?</i>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
CONTROLES PERMANENTES	12	85.7
CONTROLES ANTERIORES	2	14.3
NINGUNO	0	0.0
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8. Observamos que el 85.7% sabe que sus productos cumplen con sus especificaciones correctas por los controles permanentes, el 14.3% sabe que sus productos cumplen con sus especificaciones correctas por los controles anteriores realizados y el 0.0% no sabe si sus productos cumplen con sus especificaciones correctas.

TABLA 9. CON QUE FRECUENCIA CAPACITA UD. A SU PERSONAL DE CAPACITACIÓN

<i>¿CON QUE FRECUENCIA CAPACITA UD. A SU PERSONAL DE PRODUCCION?</i>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
CADA 6 MESES	2	14.3
CADA AÑO	1	7.1
CUANDO ES NECESARIO	11	78.6
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 9. Observamos que el 78.6% de gerentes o dueños capacitan a su personal cuando creen que necesario, el 14.3% capacitan a su personal cada 6 meses y el 7.1% capacita a su personal de producción cada año.

TABLA 10. CADA QUE TIEMPO HACE CAMBIO O MANTENIMIENTO A SU MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN

<i>¿CADA QUE TIEMPO HACE CAMBIO O MANTENIMIENTO A SU MAQUINARIA DE PRODUCCION?</i>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
CADA 2 AÑOS	2	14.3
CADA 5 AÑOS	0	0.0
CUANDO ES NECESARIO	12	85.7
TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 10. Observamos que el 85.7% de panaderías hacen cambio o mantenimiento de su maquinaria de producción cuando es necesario, que el 14.3% de panaderías hacen mantenimiento a sus máquinas cada 2 años y que el 0.0% hacen mantenimiento cada 5 años.

5.1.2 en cuanto a competitividad

TABLA 11. SIEMPRE SE CREAN NUEVOS PRODUCTOS EN SU ESTABLECIMIENTO

<i>¿SIEMPRE SE CREAN NUEVOS PRODUCTOS EN SU ESTABLECIMIENTO?</i>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
SI	8	57.1
NO	6	42.9

TOTAL

14

100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11. Observamos que el 57.1% de panaderías crean nuevos productos y el 42.9% no crean nuevos productos, son siempre los mismos.

TABAL 12. UTILIZA HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN PARA ELABORAR Y MEJORAR SU PRODUCTO

<i>¿UTILIZA HERRAMINETAS DE INNOVACION PARA ELABORAR Y MEJORAR SU PRODUCTO?</i>			
		<i>frequency</i>	<i>percent</i>
	SI	13	92.9
	NO	1	7.1
	TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 12. Observamos que el 92.9% si utiliza herramientas de innovación y el 7.1% no utiliza herramientas de innovación.

TABLA 13. EN QUE SE DIFERENCIA SU EMPRESA DE LOS DEMAS

<i>¿EN QUE SE DIFERENCIA SU EMPRESA DE LOS DEMAS?</i>			
		<i>frequency</i>	<i>percent</i>
	PRECIO	5	41.7
	CALIDAD	4	33.3
	SERVICIO	3	25.0
	TOTAL	12	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 13. Observamos que el 41.7% de panaderías se diferencia por el precio de su producto, el 33.3% de panaderías se diferencia de los demás por la calidad de su producto y el 25.0% se diferencia de los demás por su servicio que brindan al cliente.

TABLA 14. QUE TIPO DE PUBLICIDAD USA UD. PARA DAR A CONOCER SU EMPRESA Y PRODUCTOS.

<i>¿Qué TIPO DE PUBLICIDAD USA UD. PARA DAR A CONOCER SU EMPRESA Y PRODUCTOS?</i>			
		<i>frequency</i>	<i>percent</i>
	RADIAL	2	14.3
	VOLAN	0	0.0
	NINGUNO	12	85.7
	TOTAL	14	100.0

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 14. Observamos que el 85.7% no usa ningún tipo de publicidad, el 14.3% usa un tipo radial de publicidad y el 0.0% no usan publicidad.

5.2 ANALISIS DE RESULTADOS

En cuanto a nuestro objetivo específico n° 1: determinar las características de la gestión de calidad de las Mypes del rubro panaderías en el distrito de Lambayeque año, 2019. Es el siguiente:

Tabla 1: denominada sobre el sexo de los representantes de las Mypes observamos que el 71.4% son de género masculino, el resultado es cercano a (rosales, 2014) que concluye que la mayoría de los representantes en su investigación son de género masculino.

Tabla 2: denominada sobre el grado de instrucción de los representantes de las Mypes observamos que el 57.1% tienen estudio primario, lo cual contrasta con

(ángel, 2014) que en su tesis nos dice que la mayoría de sus representantes tienen estudio superior tecnológico.

Tabla 3: denominada sobre cuántos años lleva dedicado a este rubro de las Mypes, observamos que el 57.1% lleva más de 10 años dedicado al mencionado rubro, lo cual coincide con (Nashnate, 2016) en su tesis indagada nos dice que la mayoría tienen entre 11 y 20 años dedicado a este rubro de panaderías.

Tabla 4: denominada sobre el número del personal de las Mypes, observamos que el 50.0% cuentan con 4 personas en su empresa, el cual es cercano con (Andión et al, 2017) que en su investigación nos dice que las mayorías de panaderías indagadas tienen entre 1 a 5 trabajadores de personal.

Tabla 5: denominada sobre la mayor demanda que tienen las Mypes, observamos que el 78.6% tienen más demanda de producción en panes, el cual coinciden con (Miranda et al, 2017) donde menciona que la mayoría de panaderías tienen más demanda en el servicio y calidad de sus panes y productos elaborados.

Tabla 6: denominada sobre lo que tienen en cuenta los clientes de las Mypes, antes de adquirir un producto, observamos que el 57.1% de los clientes tienen en cuenta el tamaño del producto, el cual concuerda con (ángel, 2014) cual nos menciona en su tesis que la mayoría de clientes dan importancia a al tamaño y calidad del producto.

Tabla 7: denominada sobre cómo se determina que el producto es de calidad de las Mypes indagadas, observamos que el 64.3% de empresas determina que su producto es de calidad por los productos y la materia prima que utiliza para elaborar, el cual se asemeja a (Nashnate, 2016) lo cual menciona que la mayoría de Mypes investigadas cuentan que tanto su servicio y productos son de calidad.

Tabla 8: denominada sobre el si su producto cumple con las especificaciones correctas, observamos que el 85.7% de Mypes en este rubro cumplen con especificaciones correctas por los controles permanentes en la empresa, el cual a (Miranda, 2017) donde menciona que la mayoría de Mypes encuestadas cumplen con las especificaciones correctas en base a la gestión de calidad y servicio al cliente.

Tabla 9: denominada sobre la frecuencia que se capacita al personal de las Mypes, observamos que el 78.6% de las Mypes capacita a su personal cuando es necesario para la mejora de la empresa, el cual contrasta con (Rosales, 2014) en cual nos menciona que la mayoría de las empresas de las Mypes no efectúa técnicas de sistemas para la mejora de su personal por motivo que son informales.

Tabla 10 denominada sobre el tiempo que se hace cambio o mantenimiento a la maquinaria de producción en las Mypes, observamos que el 85.7% hace cambio o mantenimiento cuando es necesario, el cual se asemeja a (Panta, 2017) que nos menciona que si efectúa cambio de innovación en su empresa para la de ella misma.

Tabla 11: denominada sobre la creación de nuevos productos en las Mypes, observamos que el 57.1% si crean nuevos productos para su empresa y así volverse más competitiva, el cual coinciden con (Panta et al, 2017) donde hacen mención el cambio de innovación elaborando productos diferentes para que así ejerzan competencia frente al resto de Mypes.

Tabla 12: denominada sobre si se utiliza herramientas de innovación en las Mypes, observamos que el 92.9% si utilizan las herramientas de innovación,

coincidiendo con (Panta et al, 2017) donde nos mencionan la importancia que si tienen las Mypes frente al uso de las herramientas de innovación.

Tabla 13: denominada sobre en qué se diferencia su empresa de las demás Mypes, observamos que el 41.75 se diferencia por el precio de sus productos, el cual contrasta con (Nashnate et al, 2016) que nos menciona que la mayoría de Mypes se diferencian por su servicio y calidad al cliente.

Tabla 14: denominada sobre el tipo de publicidad que usa las Mypes para dar a conocer su empresa, observamos que el 14.3% usa publicidad radial para hacer conocido su negocio o empresa, el cual contrasta con (Miranda, 2016) que menciona que la mayoría de las Mypes se hace conocido por ofrecer buen servicio y calidad al cliente.

II. CONCLUSIONES

1. En relación a la gestión de calidad de las Mypes del rubro panaderías en el distrito de Lambayeque, llegamos a un punto donde se determinó que implican que la microempresa del sector de gestión de calidad es fundamental para el desarrollo y sobrevivencia del país, y para ello si innova en tecnologías logrando así satisfacer las expectativas de sus consumidores brindando una buena comunicación con sus clientes y personal contando la mayoría con 4 a 5 trabajadores.

2. En relación a la competitividad de las Mypes del rubro panaderías en el distrito de Lambayeque se determinó que las características de que cuyo resultado principal involucra que las competitividades de las mypes del sector se relacionan con la calidad siempre de sus productos y servicios que se les pueda brindar.

Por otro lado, todas usan las tecnologías para perfeccionar sus productos y así también los costos en el cual siempre emplean un costo para diferenciarse de la competencia

3. los resultados de la investigación y su correspondiente análisis han permitido demostrar que los objetivos de investigación han sido alcanzados y de igual manera las figuras han sido discutidas.

III. RECOMENDACIONES

- Que los representantes o gerentes de las Mypes en frecuente no se permanezcan tan solo con estudios primarios, y que se den la procedencia de seguir estudiando o leyendo para bien de ellos y de su empresa y no poder desatender los roles del trabajo y seguir siempre al margen.
- Que en las ventas siempre sigan elaborando productos nuevos para la satisfacción de sus clientes y se vean siempre competitivas frente al resto.
- Que capaciten a su personal de labor consecutivamente para mejorar su ocupación y amplificación en las Mypes.
- Que sigan innovando en tecnologías respecto a maquinarias y capacitaciones para corregir sus procesos de elaboración y aumentar la producción para que sigan estando en competencia ya que hoy en día las empresas avanzan a pasos agigantados en base a tecnología y no quedarse atrás.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Auffret, p.(Ed). Informe sobre la pobreza en la republica peruana.

Temas vigentes de la era de la globalización. santo domingo: instituto tecnológico de santo domingo ,2003.

Competitividad de Centroamérica.1999.disponible:www.incae.ac.cr. 2005.cardona, M. y otros.

Diferencias y similitudes en las teorías del crecimiento económico.Colombia

EUMED.NET, 2005. Doryan, E. y otros.

Competitividad y desarrollo sostenible. Avances conceptuales y orientaciones estratégicas. 2002. Disponible: www.incae.ac.cr 2005. Galindo, M. y Malgesini, G. Crecimiento Económico.

Principales teorías desde Keynes. Madrid: McGraw Hill, 1994. Garnier. L. Política social competitiva. 1999. Disponible: www.incae.ac.cr. 2005.

Galindo, M. y Malgesini, G. Crecimiento Económico.

Principales teorías desde Keynes. Madrid: McGraw Hill, 1994. Garnier. L. Política social competitiva. 1999. Disponible: www.incae.ac.cr. 2005.

Harvard University y Fundación Global Democracia y Desarrollo. República Dominicana: Estrategia Nacional de Desarrollo y Competitividad

University y Fundación Global Democracia y Desarrollo. República Dominicana: Estrategia Nacional de Desarrollo y Competitividad. Santo Domingo: Editora Corripio C por A, 2004. Liz, R. y Ogando, E.

Análisis Económico de la Educación en la República Dominicana. Santo Domingo: Editora Colores, 2003 Oliva, R. y Suarez, F

ANEXOS

ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado a la caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las micro y pequeñas empresas en el rubro de panaderías en el distrito de Lambayeque, 2019.

Instrucciones: El siguiente cuestionario contiene de 14 preguntas, las cuales deberá responder cada una de ellas, según su propio criterio, como representante y dueño de su microempresa, la información que usted nos pueda brindar solo tendrá fines académicos

Encuesta:

I. DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES DE LAS MYPES

1. SEXO Y EDAD DEL REPRESENTANTE

Femenino Masculino Edad

2. GRADO DE INSTRUCCIÓN

Primaria Secundaria Superior

3. ¿CUANTOS AÑOS LLEVA UD, DEDICADO AL RUBRO DE PANADERIA?

Cinco Diez Más de diez

4. ¿CUAL ES EL NUMERO DE SU PERSONAL?

Dos Cuatro Seis Más de seis

5. ¿EN QUE TIENE MAYOR DEMANDA SU PANADERIA, EN TORTAS O PANES?

Tortas Panes

II. PRINCIPALES CRITERIOS DE GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPES

6. ¿QUE TIENEN EN CUENTA SUS CLIENTES ANTES DE ADQUIRIR ALGUN PRODUCTO?

Precio Calidad Tamaño del producto

7. ¿COMO DETERMINA UDTED QUE SU PRODUCTO ES DE CALIDAD?

Mano de obra Materia prima Producto terminado

8. ¿COMO SABE UDTED QUE SU PRODUCTO CUMPLE CON LAS ESPECIFICACIONES CORRECTAS? A TRAVES DE:

Controles permanentes Controles anteriores

Ninguno

9. ¿CON QUE FRECUENCIA CAPACITA USTED A SU PERSONAL DE PRODUCCIÓN?

Cada seis meses Cada año Cuando es necesario

10. ¿CADA QUE TIEMPO HACE CAMBIO O MANTENIMIENTO A SU MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN?

Cada dos años Cada cinco años Cuando es necesario

III. PRINCIPALES CRITERIOS DE COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES

11. ¿SIEMPRE SE CREAN NUEVOS PRODUCTOS EN SU ESTABLECIMIENTO?

Sí No

12. ¿UTILIZA HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN PARA ELABORAR Y MEJORAR SU PRODUCTO?

Sí No

13. ¿EN QUE SE DIFERENCIA DE SU EMPRESA DE LOS DEMAS?

Precio

Calidad de producto

Calidad de servicio

Variabilidad de modelos

14. ¿QUE TIPO DE PUBLICIDAD USA USTED PARA DAR A CONOCER SU EMPRESA Y PRODUCTOS?

Radial

Volantes

ninguno