



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES

CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES

FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN

DE CALIDAD EN LAS MYPE, RUBRO ZAPATERÍA EN EL

CENTRO DE CALZADO BOULEVARD EL TRUJILLANO

CERCADO DE PIURA, AÑO 2018

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO

ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS

ADMINISTRATIVAS

AUTOR:

CARMEN CARMEN LUIS GABRIEL

ASESOR:

MGTR. PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVÁN

PIURA - PERÚ

2019

1. Título

Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el trujillano, cercado de Piura, año 2018.

2. Equipo de trabajo

Título:

Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Autor:

Carmen Carmen Luis Gabriel

Orcid: 0000-0002-1359-1378

Asesor:

Mgtr. Peláez Camacho Héctor Iván

Orcid: 0000-0002-5394-1037

Jurado:

Presidente: Mgtr. Vilela Vargas Víctor Hugo

Orcid: 0000-0003-2027-6920

Miembro: Mgtr. Guzmán Castro Iván Arturo

Orcid: 0000-0002-4650-4322

Miembro: Mgtr. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

Orcid: 0000-0001-7372-741X

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgr. Vilela Vargas Víctor Hugo

Presidente

Mgr. Guzmán Castro Iván Arturo

Miembro

Mgr. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

Miembro

Mgr. Peláez Camacho Héctor Yván

Asesor

AGRADECIMIENTO

Primero le agradezco a mi Dios todo poderoso quien con su poder me brinda salud, inteligencia, y muchas ganas de elaborar este proyecto de investigación y también porque Él siempre está conmigo ayudándome cuando más lo necesito. Un agradecimiento sincero a los decentes tutores que con sus conocimientos y enseñanzas me ayudaron a ir corrigiendo algunas cosas que estaban mal para que después todo ya esté bien redactado, a mi enamorada que gracias a todas las amanecidas que hicimos en su casa y con su apoyo fue posible elaborar el mismo. Mis amigos también son participe en este trabajo, siempre me aconsejaban, me decían al igual que mi enamorada como se redactaba cada parte del proyecto son unos buenos compañeros de clase. Y por último agradezco especialmente a toda mi familia que con su esfuerzo y sacrificio estuvieron animándome cada vez que tenía que hacer trabajos o avanzar con el proyecto muy agradecidos con todos.

Dedicatoria

Este proyecto de investigación se lo dedico en primer lugar a Dios porque siempre guía mi camino y Él es el que nos da la fuerza y voluntad para salir adelante, a mi enamorada la cual ella siempre estuvo apoyándome en todo momento con dicho trabajo y por ultimo a mis padres porque con su esfuerzo y apoyo moral se ha hecho posible la culminación de dicho proyecto de investigación.

RESUMEN

Dicho proyecto de investigación tiene como objetivo general, detallar las fundamentales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018. Esta investigación es de tipo descriptiva con un nivel cuantitativo y de diseño no experimental con corte transversal. Siendo las conclusiones refiriéndose a las estrategias de competitividad existe un gran nivel de propietarios que cuenta con clientes fieles gracias al producto que ofrecen, por otra parte los dueños de cada MYPE sus productos no están dirigidos para un solo mercado, están disponibles para todo el público en general. En tanto los factores de competitividad en las MYPE, rubro zapatería todos los propietarios si observan que sus trabajadores son flexibles al momento de atender a los clientes ya que es una herramienta de suma importancia y que sirve para atraer a más público. Por otra parte las MYPE si cuentan con el personal suficiente de tal forma que la atención es inmediata. En relación a las claves de la gestión de calidad todos los colaboradores de las MYPE del centro de calzado boulevard el Trujillano si brindan información a los clientes acerca de los productos que ofrecen las tiendas de calzado, además las mismas están pendientes de la moda que sale de manera que hacen sus pedidos y disponen sus nuevos modelos a los consumidores. Con respecto a las fases de la gestión de calidad la mayoría de los trabajadores y propietarios mantienen buena comunicación en el negocio, esto permite que las actividades se desarrollen de una manera más dinámica y sin conflictos. Y por último los subordinados indicaron lo importante que es realizar cambios dentro del negocio, con la finalidad de recibir un pago accesible a los gastos que estos tienen.

Palabras claves: competitividad, gestión de calidad, cambio, calidad, atención inmediata.

ABSTRAC

This research project has as a general objective, detailing the fundamental characteristics of competitiveness and quality management in the MYPE, shoe store in the shoe center boulevard el Trujillano, urb. Piura, year 2018. This research is descriptive with a quantitative level and a non-experimental design with cross-section. Being the conclusions referring to competitiveness strategies, there is a high level of owners who have loyal customers thanks to the product they offer, on the other hand the owners of each MYPE their products are not aimed at a single market, they are available to the public in general. As the factors of competitiveness in the MYPE, all the owners shoe store if they observe that their workers are flexible when serving customers as it is a tool of great importance and that serves to attract more public. On the other hand, the MYPE do have sufficient staff so that the attention is immediate. In relation to the keys to quality management, all the MYPE employees of the boulevard el Trujillano footwear center do provide information to customers about the products offered by shoe stores, and they are also pending the fashion that comes out so that they place their orders and arrange their new models to consumers. With respect to the phases of quality management, the majority of workers and owners maintain good communication in the business, this allows activities to be carried out in a more dynamic and conflict-free way. And finally the subordinates indicated how important it is to make changes within the business, in order to receive an accessible payment to the expenses they have.

Keywords: competitiveness, quality management, change, quality. Immediate attention.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	ii
2. Equipo de trabajo.....	iii
3. Hoja de firma del jurado	iv
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	v
5. Resumen y abstrac.....	vii
6. Contenido.....	ix
7. índice de gráficos y tablas.....	xi
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.1.1. Variable de Competitividad.....	20
2.1.2. Variable de Gestión de Calidad.....	25
2.2. Bases teóricas.....	30
2.2.1. Competitividad.....	30
2.2.1.1. Estrategias de la Competitividad.....	31
2.2.1.2. Factores de la Competitividad.....	33
2.2.1.3. Pasos de la Competitividad.....	35
2.2.2. Gestión de Calidad.....	36

2.2.2.1. Claves de la Gestión de Calidad.....	38
2.2.2.2. Fases de la Gestión de Calidad.....	39
2.2.2.3. Principios de la Gestión de Calidad.....	40
III. Hipótesis.....	42
IV. Metodología.....	43
4.1. Tipo de la investigación.....	43
4.2. Nivel de la investigación.....	43
4.3. Diseño de la investigación	43
4.4. Población y muestra	44
4.5. Definición de operacionalizacion de la variables.....	46
4.6. Técnicas e instrumentos.....	48
4.7. Plan de análisis.....	48
4.8. Matriz de consistencia.....	49
4.9. Principios éticos.....	50
V. Resultados.....	51
5.1. Resultados.....	51
5.2. Análisis de resultados.....	91
VI. Conclusiones y recomendaciones.....	118
Referencias bibliográficas.....	121
Anexos.....	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.- ¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?.....	51
Tabla N° 2.- ¿Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?.....	52
Tabla N° 3.- ¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?.....	53
Tabla N° 4.- ¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?.....	54
Tabla N° 5.- ¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?.....	55
Tabla N° 6.- ¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?.....	56
Tabla N° 7.- ¿Vende productos para un solo segmento de mercado?.....	57
Tabla N° 8.- ¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?.....	58
Tabla N° 9.- ¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?.....	59
Tabla N° 10.- ¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?.....	60
Tabla N° 11.- ¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?.....	61
Tabla N° 12.- ¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?.....	62
Tabla N° 13.- ¿Es flexible con sus colaboradores del negocio?.....	63
Tabla N° 14.- ¿Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes?.....	64
Tabla N° 15.- ¿Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio?.....	65
Tabla N° 16.- ¿Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado?.....	66

Tabla N° 17.- ¿Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes?.....	67
Tabla N° 18.- ¿Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio?.....	68
Tabla N° 19.- ¿Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio?.....	69
Tabla N° 20.- ¿Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio?.....	70
Tabla N° 21.- ¿Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio?.....	71
Tabla N° 22.- ¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?.....	72
Tabla N° 23.- ¿Cree usted que vender productos vía internet es seguro?.....	73
Tabla N° 24.- ¿Es importante la tecnología para un negocio?.....	74
Tabla N° 25.- ¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?.....	75
Tabla N° 26.- ¿Para usted es importante que las microempresas brinden información acerca de sus productos?.....	76
Tabla N° 27.- ¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?.....	77
Tabla N° 28.- ¿Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?.....	78
Tabla N° 29.- ¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?.....	79
Tabla N° 30.- ¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?.....	80

Tabla N° 31.- ¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?.....	81
Tabla N° 32.- ¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?.....	82
Tabla N° 33.- ¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?.....	83
Tabla N° 34.- ¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?.....	84
Tabla N° 35.- ¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?.....	85
Tabla N° 36.- ¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?.....	86
Tabla N° 37.- ¿Observa usted productividad en el negocio?.....	87
Tabla N° 38.- ¿Su pago mensual depende a la productividad o por las ventas del negocio?.....	88
Tabla N° 39.- ¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?.....	89
Tabla N° 40.- ¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?.....	90
Tabla N° 41.- ¿Es importante para usted que haya cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?.....	91

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Relacion de MYPES.....	45
Cuadro 2. Matriz de operacionalizacion de las variables.....	46
Cuadro 3. Matriz de consistencia.....	49

I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación que llevara como título “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el trujillano, cercado de Piura, año 2018” perteneciente a la línea de investigación que viene hacer Caracterización del Financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las MYPE, Gestión de calidad y formalización de las MYPE en el Perú, dicha línea asido asignada por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

La presente indagación se desarrolla con el fin de describir las primordiales características de la “competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el trujillano, cercado de Piura, año 2018” y también de anunciar la gran utilidad que tienen estas variables, la cual permitirá saber cómo influye la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE del rubro zapatería. En la actualidad peruana la competitividad es algo que no se aplica constantemente en las Micro y Pequeñas Empresas, la mayoría de los negocios solo se encargan de vender sus productos y no se preocupan verdaderamente por las necesidades y expectativas que tienen los consumidores.

Se debe tener en cuenta que hoy en día las MYPE de cualquier rubro cumplen un papel de suma importancia, no solo en el Perú sino también en la mayoría de los países, ya que estas son las que generan más empleo que las empresas grandes, es por eso que existe un gran porcentaje de trabajadores que laboran dentro de las Micro y Pequeñas Empresas. Por otra parte la gestión de calidad sirve para lograr un

mejor control en las áreas administrativas, mejorar la productividad en la empresa, tener mayor control de todos los recursos que se utilizan y llevar una buena gestión de la misma para obtener los resultados esperados, estas dos variables en conjunto nos enseña a ir perfeccionando tanto a la organización como a los mismos colaboradores, nos ayuda a brindar mejores productos y servicios de tal forma que habrá acogida del cliente alcanzando una mejor estabilidad y posicionamiento el mercado laboral.

El problema que se resolverá a continuación es ¿Cuál es la caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el trujillano, cercado de Piura, año 2018? Y como resultado de la problemática se tiene como objetivo general el cual es definir las fundamentales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018. De la misma manera damos a conocer los objetivos específicos, estos son:

a) Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018, b) definir los factores de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018, c) especificar las claves de la gestión calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro comercial el Trujillano, cercado de Piura, año 2018, d) determinar las fases de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

La presente investigación cuenta con una metodología de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo y de diseño no experimental corte transversal. La

técnica de recopilación de datos es la encuesta y el instrumento es el cuestionario. El contenido de las preguntas es de escala nominal para la variable gestión de calidad y atención al cliente.

Dicha investigación queda delimitada desde la perspectiva:

Temática por la variable competitividad y gestión de calidad.

Psicográfica: microempresas del rubro calzado

Geográfica: cercado de Piura, calle Jr. Junín N° 708, C7, transversal con calle Ica.

Temporal: año 2018.

Seguidamente se hará mención del planteamiento del problema el cual se dice que;

En realidad la labor que cumplen las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) en el Perú es de indiscutible importancia, no solo porque influye al momento de generar empleo, sino porque considera la participación en el incremento socioeconómico de las zonas en donde estas se ubican. Por lo consiguiente Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) son el motor de crecimiento y desarrollo para un país brindando una buena calidad de vida para la sociedad, haciendo que las personas tengan un trabajo y puedan tener un ingreso que sirva para el sustento del día a día. Otro punto importante que tienen las MYPES es que aportan un aproximado del 40% al PBI el cual se ve reflejado en las mejoras que tiene el Perú al pasar de los años. A todo esto las mismas son denominadas como creadoras de trabajo.

Sánchez. (2014) mencionó acerca de la importancia que tienen las MYPE, y es que se dice que estas son el componente y motor para el crecimiento y desarrollo económico del país. En todo el Perú se sabe que las Micro y pequeñas empresas son las generadoras de casi el 80% empleo para la población, cabe destacar

que muchas de estas brindan un trabajo de una manera no adecuada haciendo que los subordinados no se sientan cómodos con el trabajo ni mucho menos no desempeñen sus tareas de una forma eficiente en el área que estos se encuentran.

Para que se entienda mejor las Micro y Pequeñas empresas son piezas fundamentales con la cual un país se va a mantener y poder desarrollarse. Si una MYPE brinda empleo a la sociedad se tendrá como resultado un ingreso para todas las personas, como también para la misma y si así sucede con las millones de micro empresas que hay en el Perú, veremos un incremento de dinero para el estado permitiendo un desarrollo para el mismo y consiguiendo estar a la altura de los demás países hasta lograr ser una potencia mundial como lo es EE.UU, Japón, etc.

A medida que se irá desarrollando dicha investigación se va ir explicando diversos temas que para los lectores será muy importante, aparte de eso toda persona que tiene su negocio debe tener bien en claro que problemas puede pasar y como saberlo resolver para luego no fracasar en el mercado, por lo consiguiente se empezará hablando acerca de la formalidad e informalidad que atraviesan las MYPES, este último es el principal problema que pasan las mismas pero antes se hablará un poco de cómo estas se desarrollan en el Perú.

Villar (2017) mencionó que el 96,5% de las organizaciones que se crean conforman al sector de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), esta proporción, conforme a la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú), va en aumento al transcurrir de los años. es importante originar eficiencia y productividad para que se siga impulsando el desarrollo de las micro empresas también se deben enganchar a los mercados extranjeros con la finalidad de exportar productos a otros países y recibir un

mejor pago de los mismo de tal forma que el estado pueda emplearlo en cambios para la sociedad en que vivimos.

Cuba. (2018) indicó que 5.196 millones de MYPES son formales en el Perú y en marzo del 2018 4.728 millones de trabajadores entre públicos y privados pertenecían a este sector, esto se daba ya que personas tenían más de un puesto de trabajo. Por lo tanto estos recibían una retribución promedio de 1826 soles mensuales. Otro punto a saber es que un total de que el 72% son puestos de trabajo pertenecientes al sector privado. Por otro lado el que más empleo formal brindan a la sociedad es el sector servicios con un aproximado de 48% de puestos privados, seguidamente es el comercio con 15%, sin agro exportación es la manufactura con 12% de empleos formales y por último la agricultura y la agro exportación representan el 10% de empleos formales.

Según ComexPerú (2018) indicó que este tema de la informalidad en el Perú es muy preocupante y alarmante, en el país existen 5.9 millones de micro y pequeñas empresas en donde estas brindan empleo a 8.2 millones de ciudadanos, pues en el año 2017 el 79.2% de las MYPES eran informales. Sin embargo en el presente año este problema ha incrementado un 4.3% queriendo decir un 83.56%. También se hablado acerca de las personas que laboraban en dichas MYPES que el 65.7% no recibían un buen pago.

Alegría. (2018) también ha comentado acerca de la informalidad donde dice que este problema se está incrementando de una forma acelerada en lo que va del presente año y en términos más entendibles, en el mes de junio a crecido un 5,1%; algo similar se registró en el mes de marzo de este año. Por lo tanto en el Perú existen 12,2

millones de ciudadanos que laboran en esa condición, es decir un 73%. Se recalca que entre junio del 2017 y junio del 2018 han salido 413000 de MYPES informales, provocando que la informalidad domine la dinámica laboral. En ese mismo tiempo 21 000 micro empresas se han visto afectadas a causa de este gran problema es decir un 0,5% en total. A si mismo se especificó que los trabajos no son alta y normalmente remunerados y, en esa línea, no determina cómo garantizar seguros de salud a los mismos ni compensaciones para los subordinados.

De acuerdo con la informalidad que existe en el Perú por medio de las MYPE, esto ha ido creando conflictos entre los mismos comerciantes y también con el estado, por lo consiguiente surgieron otros problemas y uno de ellos es el fracaso, pues se ira detallando cada uno de estas razones a medida que se desarrollará dicho proyecto de investigación.

Según Ruiz (2017) hizo mención de que en presente año 15 000 micro empresas peruanas fracasaron por muchas razones, llegando a si un bajo porcentaje de 30,50%, y se dice que a diferencia a lo del año anterior fue un 40,80%. Como se sabe esto ha sido reducido casi a un 10%. Esto ocurre por falta de una buena administración por parte del dueño del negocio o también por falta de experiencia en como sostener una MYPE en el mercado, sin embargo existe un cien números de motivos por la cual una micro empresa llega a fracasar.

Según Lira (2017) explicó las razones del porque una MYPE es que fracasa y lo principal es poca capacitación, el emprendedor debe tener pasión y entusiasmo para desarrollar lo que el mismo quiere hasta lograr un objetivo, otro punto es el capital pues sin esto no podemos iniciar un negocio, también se encuentra la

carencia de visión estratégica, cada emprendedor debe tener en cuenta todo los planes que desea realizar a futuro para luego ejecutarlos y ver cuál es el resultado que vamos a obtener. Y por último tenemos los más resaltantes que vienen hacer el dialogo entre el dueño de empresa con sus colaboradores, la atención al cliente por parte de los trabajadores, innovación y creatividad, permiso de la municipalidad (licencia de funcionamiento, permiso, estar inscrito en la SUNAT, pago de impuestos, etc.). Si no aplicamos correctamente todo lo que se ha mencionado o no se tiene en cuenta cada uno de estos factores, estaremos en la espera de que nuestro negocio caiga y simplemente fracasar.

En el presente proyecto de investigación donde el rubro es calzado hace referencia a la competitividad, este tema va de la mano con el dueño de un negocio pues este debe ser competente ante los demás saber cómo llamar la atención de todos los clientes al momento de que vengan a comprar, tener estrategias para que el público se fidelice haciendo que haya más ganancia para el propietario y que también sus trabajadores reciban un mejor pago. Por otro lado tenemos la gestión de calidad, todo emprendedor debe saber cómo administra los recursos con el que cuenta el negocio, debe saber elegir el material (cuero) para la fabricación de calzado, renovar e invertir el dinero para nuevos productos y también saber en qué vamos a utilizar toda la ganancia. La responsabilidad que tiene el dueño de empresa es saber cómo funcionan estos dos factores en conjunto la cual son la competitividad y gestión de calidad, teniendo bien en claro todo esto se va alcanzar y lograr todos los objetivos que se han planteado.

Después que se ha mencionado y detallado toda la problemática en la investigación, ahora se habla todo lo referente a lo interno y externo de la MYPE donde

aquí se inicia con la herramienta ya conocida la cual viene hacer el PESTEL (macro entorno)

Político, en este factor se va hablar acerca de la ley que tiene una MYPE la cual permite que la micro empresa pueda tener el funcionamiento adecuado evitando así problemas con la municipalidad o el estado.

Según Lira (2018) recalcó por medio del diario Gestión una importante información la cual trataba de la ley MYPE, pues el 2 de julio del año 2013 el Poder Ejecutivo proclamó la ley N° 30056, ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de Micro y Pequeña Empresa y del acceso a tener un empleo decente, esta misma reemplaza y modifica la ley N° 007-2008-TR, esto se hizo con la finalidad de que toda MYPE funcione de forma correcta en el mercado, tenga todos sus papeles en regla, que esté inscrita en la SUNAT y también en REMYPE, permitiendo que goce de beneficios la cual brinda el estado y también evitar tener problemas con el mismo.

Por otro lado los beneficios que brinda esta ley a las MYPES, es que todo trabajador tenga sus 15 días de vacaciones, que los mismos aporten a la AFP y que también reciban compensaciones o la gratificación por el tiempo de servicio que tiene todo trabajador en una MYPE. Según el Gobierno Peruano (2018) dijo que para inscribir una micro empresa en el registro de la micro y pequeña empresa (REMYPE) y pueda así acceder a los beneficios, es importante contar con un trabajador como mínimo, que este sea persona natural o jurídica, tener el número de RUC, que el usuario tenga una clave sol y no mantener deuda con cualquier entidad bancaria.

Como ya se sabe, toda persona que desee emprender un negocio en este caso una MYPE de calzado, se debe tener todos los papeles en regla para que así la misma tenga el funcionamiento adecuado y no haya problema con cualquier institución pública ya sea la municipalidad o el estado.

Económico, en este punto el cual es importante se habla acerca del desarrollo y crecimiento que tiene un país, al pasar de los años se crean nuevos negocios debido a que personas quieren satisfacer y buscan nuevos productos y también se genera empleo para la sociedad. A la larga esto beneficia al dueño del negocio como a los trabajadores y a la sociedad.

INEI (2018) manifestó que en lo que va del primer trimestre de este año, en la ciudad de Piura un total de 4 millones 800 mil 300 personas cuenta con empleo estable representando el 91,9% de la población económica activa (PEA). Por otro lado el desempleo en dicho lugar se ha incrementado donde 420 mil 900 ciudadanos no tienen un trabajo seguro, esta cifra representa el 8,1% de la PEA.

En otras palabras la mayoría de la población tiene un grado de empleo aceptable el cual permite que puedan sostenerse en lo cotidiano de forma que pueden satisfacer sus necesidades, esto influye en el crecimiento del país, también que el mismo sea competente ante los demás y pueda sobresalir y reconocido como un país desarrollado.

El Ministerio de Economía y Finanzas (2018) ha informado que en los primeros seis meses del año 2018 el PBI ha tenido un crecimiento de 4,3%, se recalca que es la tasa más elevada que se ha registrado en los últimos nueve meses. El Perú no ha vuelto a experimentar una tasa de crecimiento similar en lo que fue del segundo

semestre en el año 2013. Cabe precisar que durante los nueve meses de lo que va en el año el Producto Bruto Interno ha incrementado en un 5,4%, este resultado es mayor entre los meses de enero y marzo donde se logró un 3,1%.

Para formar o crear una MYPE en este caso que el rubro es de calzado, se necesita un buen capital de dinero que las personas tengan la necesidad de comprar productos de calidad y que esto sirva para la reinversión e innovación del negocio.

Sociocultural, en este factor se va a detallar cual es la composición de la población es decir cuántos hombres y mujeres hay en el Perú, que costumbres existen y cuáles son las que más resaltan, y por último la tasa de migración que se está viendo por la llegada de venezolanos al país.

INEI (2018), reveló información del censo realizado en el presente año, pues en el Perú existen más de 31 millones 237 mil 385 de habitantes donde el 50,8% de la población son mujeres siendo la cifra de 480, 370, los hombres apenas alcanzan un 49,2% sin embargo en ocho departamentos del Perú el porcentaje de hombres es más alto que de las mujeres, estos son: Madre de Dios, San Martín, Tumbes, Ucayali, Pasco, Amazonas, Loreto y Lima.

Guardado (2018) hace referente de las costumbres y tradiciones más resaltantes que hay en el Perú la cual muchas personas se sienten muy identificados con país y también cada año se reciben a miles de turistas y hacen participe de las mismas. La primera en la lista es la celebración de la navidad el 24 de diciembre a las 12 de la noche, muchas iglesias hacen una misa a las 10 de la noche, esta se denomina misa del gallo, otra costumbre que hay en el Perú es la fiesta del Inti Raymi o llamada también fiesta del sol la cual se celebra el 24 de junio de todos los años. Y entre las

tradiciones podemos encontrar el uso del tejido, en el mes de octubre se celebra el Señor de la misericordia, entre muchas cosas más.

Tecnológico, este factor se caracteriza por ser una pieza o herramienta fundamental para todo negocio, es más con el uso de las TIC el microempresario puede llevar un control de todos los productos que entran y salen de la MYPE. Por otra parte la tecnología influye mucho en los negocios, se puede decir que por medio de este el dueño puede interactuar con el cliente también se pueden apreciar por redes sociales haciendo que todos los cibernautas vean lo que se está vendiendo. Todo esto se hace con la finalidad de que la MYPE pueda tener más acogida del público y lograr una mejor rentabilidad y estabilidad en el mercado.

Según Bungue (2017) dijo que la tecnología es indispensable para todo negocio ya que se usa como una técnica científica la cual sirve para crear, innovar, transformar y controlar cualquier producto que brinde una organización. Si un líder hace el uso correcto de dicha herramienta y la pone a prueba en un negocio los buenos resultados no tardarán en llegar, en otras palabras se llegará al objetivo principal y este será más competente con los demás dueños de empresa.

Todo lo mencionado con respecto a la tecnología el rubro de calzado, en este caso las tiendas del centro boulevard el trujillano hacen uso de sus redes sociales (Facebook y WhatsApp) para promocionar sus productos, utilizan artefactos de ventilación de tal forma que cuando el cliente llegue no se sienta acalorado y pueda estar en una zona de confort, también se utilizan los equipos de música esto hace que el ambiente sea un poco más alegre y no haya aburrimiento entre los vendedores y

clientes, y por último en todo el centro comercial hay cámaras de video vigilancia que sirve para la seguridad de todos los que a diario acuden a dicho lugar.

Ecológico, este es un factor clave e importante para un negocio, pues aquí se habla del cuidado y mejoramiento del medio ambiente, como se sabe muchas MYPES no toman en cuenta lo que es trabajar con materiales orgánicos o biodegradables, cada vez más hay empresas que elaboran sus productos con material dañino para el planeta, no se dan cuenta ni mucho menos se fijan del daño que le estamos causando al lugar en que vivimos.

Según El Diario Peru21 (2018) ha indicado que en los últimos cinco años se han implementado nuevos modelos económicos donde se alcanzan metas distintas que a las de antes. Los mismos tienen la singularidad de promover las diferentes formas de producción y consumo sostenible. Uno de los recientes modelos es la economía circular, la cual se encarga de reducir, reutilizar y reciclar elementos de manera que se alargue la vida útil de todos los recursos y materiales que se utilicen.

Por otro lado Rosell (2018) informó que un promedio de 600 Microempresas se unieron a la campaña llamada juntos por el medio ambiente, esto se realiza con la finalidad de concientizar a todas las personas que tienen a cargo un negocio, para que utilicen materiales biodegradables y así no se contamine el ambiente en que vivimos, además detalló que Lima es una de las ciudades con mayor frecuencia de contaminación al aire que respiramos esto es causado por todos los vehículos que circulan en dicha ciudad equivalente al 70% de estos.

Legal, este último factor es muy importante para cada una de las MYPE, ya que dicho factor se enfoca en todo el marco legal del negocio donde este debe

cumplir una serie de normas para el buen funcionamiento del mismo y no exista inconveniente alguno.

Según la SUNAFIL (2018) dio a conocer una serie de reglas la cual una MYPE obligatoriamente las tiene que cumplir, se detalla que una microempresa debe contar como mínimo 10 trabajadores, sus ventas anuales no deben pasar de las 150 UIT, tiene que estar inscrita en el REMYPE, Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, cada trabajador debe recibir su remuneración mensualmente sin excepción, por lo consiguiente disfrutar de sus 15 días de vacaciones cada año, sus horas de trabajo no deben pasar las 8 hrs diarias, es decir 48 hrs semanales ya que en el transcurso de los 7 días de la semana este debe gozar de su descanso que son 24 hrs (1 día). Por otra parte los trabajadores pertenecientes a una MYPE deben estar asegurados al Sistema Integral de Salud (SIS). Y por último los mismos deben recibir sus gratificaciones y su compensación por el tiempo de servicio.

Por otro lado la SUNAT (2018) informó que existen otro tipo de normas para el funcionamiento de una microempresa, las cuales estas deben estar escritas a la SUNAT y SUNARP, contar con un número de RUC, razón social, permiso del local por parte del municipio y todo tipo de licencias de tal forma que se eviten las intervenciones por las autoridades y de paso no se le apliquen alguna multa.

Después de que se hablado acerca de la herramienta PESTEL o a todo lo externo de la MYPE, se seguirá explicando ahora de los factores internos con las que cuenta una micro empresa, por lo tanto se hará mención de las 5M's.

Men, es también conocido como el personal de trabajo perteneciente a una organización y según García (2017) describe que el personal de trabajo es el

conjunto de individuos que forman parte de una organización y que estos laboran dentro de la misma para lograr todos los objetivos y metas que se han trazado. Todo esto puede ser posible si el personal es muy bien reclutado y si también ha sido capacitado para afrontar cualquier situación dentro de la empresa.

El personal con el que cuenta cada una de las MYPE dentro del centro comercial boulevard del trujillano no son capacitados por parte de sus jefes, ellos utilizan un lenguaje entendible que terminan convenciendo al cliente, se desenvuelven de acuerdo a sus conocimientos y tienen buena comunicación con los clientes.

Maquinaria, Según Castañeda (2016) mencionó que la maquinaria o equipo dentro de una organización se ha con piezas fundamentales para iniciar un negocio y también son importantes para la transformación de materiales a productos, gracias a las maquinas el hombre puede desarrollar sus actividades de una manera rápida y sencilla, permitiendo que la empresa sea más competente y tenga mayor tiempo para realizar nuevas actividades.

Cada una de las MYPE no utilizan máquinas para la elaboración del producto porque esto ya reciben el producto final o terminado, lo que si utilizan son los equipos, donde son los ventiladores, y equipo de sonido para el gusto y atracción del cliente

Moneda o capital de trabajo, Angulo (2016) hizo referente que la moneda o capital de trabajo es indispensable para el inicio y financiamiento de un negocio, de tal forma que si se tiene un monto definido, la persona debe tener conciencia de lo que quiere realizar con el dinero, tomar buenas decisiones para lograr lo que se ha propuesto y por último viene el paso más importante y que el micro

empresario debe tener en cuenta, pues en este punto es donde se empieza la ejecución del proyecto es decir se procede a la creación de un negocio.

Cada uno de los propietarios tuvieron que pasar una serie de obstáculos para poder llegar a tener un buen capital de trabajo e iniciar con su negocio, la mayoría de los dueños tuvieron un K promedio de 15 mil a 20 mil soles para lograr tener un puesto de trabajo en dicho centro comercial, cada uno de los dueños fue distribuyendo el dinero para comenzar a comprar mercadería, fueron regulando sus papeles hasta que lograron quedarse y tener un espacio para vender.

Método de trabajo, De la Peña (2018) dijo que contar un método o plan de trabajo sirve de mucha ayuda para el buen desarrollo de un negocio, con este proceso se puede llevar a cabo una buena gestión por parte del dueño de empresa hacia sus colaboradores y también con los recursos con los que cuenta la organización, por otro lado gracias al método de trabajo el cliente puede darse cuenta cómo es que está estructurado el negocio, cuales son los procesos para la producción de los productos y si los colaboradores se desempeñan eficientemente. En otras palabras el método de trabajo es una herramienta de suma importancia para la empresa, por medio de este se logran las metas trazadas y también se logra tener una buena interacción con el público en general.

El personal de las tiendas del centro de calzado boulevard el trujillano no cuentan con un plan de trabajo, ni mucho menos reciben instrucciones que les ayude y permita a tener mejores ventas en el día a día, solo llegan a su trabajo, abren el negocio y se ponen a vender, a llamar a los clientes como ellos saben o por la

experiencia que han tenido en otros trabajos, les hace falta esta herramienta fundamental.

Materiales, Según Jauregui (2016), informó que los materiales que debe tener una empresa son indispensables a la hora de realizar una actividad por parte de los subordinados, estos son bienes que se pueden manipular y observar a simple vista, se refiere a los recursos de la empresa como por ejemplo el mobiliario, vehículos, local del negocio. Todo lo mencionado influye mucho en el área de producción de tal forma que habrá incremento de productividad y se tendrán mejores ganancias.

Los materiales que utilizan dichas tiendas son, las boletas de venta, cajas para guardar el producto, lapiceros, bolsas de plástico, espejos, asientos para probarse el calzado, entre otras.

Después de que se ha mencionado todo lo referente a la problemática de las MYPE, ha conllevado a formular el enunciado del problema y la pregunta es la siguiente;

¿Cuál es la caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

-Definir las fundamentales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Objetivos específicos

- Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.
- Detallar los factores de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.
- Definir las claves de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.
- Determinar las fases de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Por otro lado se habla acerca de la justificación de la investigación donde se dice que

El presente proyecto de investigación contiene una justificación donde se van a analizar las principales características de competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, urb. Piura, año 2018, de tal forma que se quiere alcanzar todos los objetivos que se han trazado, permitiendo que se obtengan mejores resultados y dando solución a problemas sociales de una forma correcta. Todo lo mencionado será de mucha ayuda y a su vez muy importante para que más adelante si se desea llevar a cabo este o cualquier proyecto se pueda adquirir un grado académico ya sea el bachiller o título profesional, así mismo todas las personas que lleguen a visualizar y leer este contenido puedan comprender cada tema expuesto acerca de la competitividad y gestión de calidad dentro de las MYPE.

Por otro lado, dicha investigación se da dentro de un punto de vista:

Teórica, Toda la información que se está buscando permite el desarrollo de la investigación y de sus dos variables la cual se están utilizando, de tal forma se extiende la información de las dimensiones que vienen hacer las estrategias, factores, claves y fases de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE.

Práctica, La presente investigación es elaborada con respecto a la ley publicada por la SUNEDU la cual aprueba “El Reglamento Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales” y como actualmente existen diversos problemas en el Perú como son la informalidad y el desempleo la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote exige el Reglamento de Investigación para poder realizar dicho proyecto teniendo en cuenta los problemas mencionados que hay en el país y poder intervenir y darle solución.

Metodológica, Las herramientas a utilizar son la hoja de cálculo, las matemáticas y las estadísticas la cual van a permitir un cálculo y así elaborar un detallado análisis y discusión por medio de lo que se pueda lograr de las técnicas, en este caso la encuesta y como instrumento el cuestionario, todo en conjunto y las preguntas que serán aplicadas, son respecto a las características de competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, urb. Piura año 2018. Por lo consiguiente la presente investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y su diseño es no experimental corte transversal.

Social, Porque ante la investigación de las distintas variables se contribuye ofreciendo la suficiente información a todas las personas, que tienen el interés de saber todo lo que contiene y como se desarrolla dicha investigación,

permitiendo que la sociedad por medio de la lectura pueda conocer y saber lo importante que son dichas variables en la investigación.

Institucional, Porque a través del presente proyecto de investigación de forma correcta me permita dar relevancia a la Escuela Profesional de Administración y también a la universidad en que estudio.

Profesional, Por otro lado el que está realizando la presente investigación tiene como fin lograr todos los objetivos y metas trazadas que se tiene con el curso de Taller de investigación IV, bajo esa premisa se debe tener conocimiento y experiencia de cómo es que se desarrolla un proyecto de investigación, pero lo más importantes es que por medio de la confección y la exposición de dicha investigación me permita lograr el grado de bachiller.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1. Variable de competitividad

Piguave. (2016) Realizó su tesis “Asociativismo entre Pymes ecuatorianas para impulsar la competitividad, aplicado al ensamble de calzado masculino con producción intermedia en la ciudad de Guayaquil”, en la universidad Autónoma de Madrid (España), cuenta con un objetivo general el cual es la validación de un modelo de gestión estratégica para aumentar la ventaja competitiva de las empresas del sector del calzado de Guayaquil (Ecuador), su metodología es de diseño descriptivo transversal, la conclusión principal de este estudio es que los factores del modelo de gestión estratégica propuesto han sido reconocidos por los participantes como elementos adecuados para alcanzar una ventaja competitiva sostenible, ya que todos los productos que ofrece son dirigidos a un solo mercado.

Cubillo (2015) en su investigación titulada “Proyecto de inversión para la instalación de una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil”, en la Universidad de Guayaquil (Ecuador), la que tiene como objetivo general, emprender una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil, que brinde un producto de buena calidad y diseños exclusivos, cuenta con una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental corte transversal, y su conclusión principal menciona que la falta de un estudio de mercado, es un gran inconveniente, debido a que no se invierte en una adecuada infraestructura, exclusivamente para la elaboración de calzado en la ciudad de Guayaquil. Sin embargo el estudio técnico del presente proyecto, se determinó el uso del equipo y la maquinaria que se va a necesitar para la producción de calzado. La capacidad de producción de calzado para damas, y el margen de utilidad

deseada son moderadas, en otras palabras, el proyecto resulta rentable, debido a que la producción de calzado es a escala.

Bastías (2016) en su tesis titulada “zapatos cordwainer handmade shoes”, economía y negocios Universidad de Chile (Santiago), la misma tiene un objetivo general el cual es redefinir el negocio, con una nueva marca llamada “Cordwainer”, inspirada en los elementos característicos de los zapatos fabricados por los antiguos zapateros ingleses, su metodología es tipo exploratoria, nivel cualitativa y de diseño no experimental-corte transversal. Su conclusión primordial es que el calzado es altamente competitivo y posee pocos y poderosos actores, ha abierto espacios para nichos muy atractivos y un crecimiento sostenido, debido principalmente a los cambios en los gustos y preferencias de cierto grupo de consumidores que están llanos a preferir productos nuevos, con estilo y que los hagan destacar del resto. También está el consumidor que prefiere los productos nacionales, la calidad, lo clásico y el servicio que lo haga tener una experiencia de compra superior

Pardo. (2017), Desarrolló su tesis “Competitividad en MYPES de calzado del distrito El Porvenir, año 2017”, en la universidad Cesar Vallejo (Perú), el objetivo general de la presente investigación es Determinar los factores determinantes de la competitividad en MYPES de calzado del distrito El Porvenir, año 2017, su metodología es de diseño no experimental corte transversal, y de tipo descriptivo, la conclusión esencial es que después de haber identificado cada factor a través de cada objetivo específico y realizar una planificación al momento hacer pedidos de materiales para la elaboración de calzado; se llegó analizar que los factores determinantes de la competitividad en MYPE de calzado del distrito El Porvenir son

cuatro: especialización en un 60%, política de precios (58%), calidad del producto (67%) y posición en costos representado por un 61%.

Urcia. (2017), elaboró su tesis titulada “caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las MYPE del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, 2016”, en la universidad Católica los Ángeles Chimbote (Perú), el objetivo general de dicha investigación es Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro de zapaterías del Distrito de Chiclayo 2016, la metodología de la presente investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, y diseño no experimental-transversal, la conclusión principal es que en las características de la gestión de calidad tienen establecida su visión, se conocen los valores del negocio, aplican la planificación a las actividades de su negocio, proporcionan capacitación a sus empleados, existe un fomento del trabajo en equipo y de la motivación, están dispuestos a hacer cambios para que su negocio sea más eficiente. Y en las características de la competitividad son que el poder de negociación de los proveedores es alto (en cuento a precios y costos), y la negociación de los clientes es bajo (por que el cliente no tiene opción a rebajar el precio), se tiene en cuenta la rivalidad con la competencia, existe la posibilidad de que ingresen productos sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.

Ascencio. (2018) Desarrolló su tesis “caracterización de la competitividad y rentabilidad de las MYPE, sector comercio, rubro calzado para damas y niñas, en el distrito de aguas verdes-Zarumilla, 2018”, en la universidad Católica los Ángeles Chimbote (Perú), el objetivo general es determinar las características de la competitividad y rentabilidad del sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. como conclusión principal se

determinó que según el Objetivo Específico 02, que la dimensión del personal calificado y flexibilidad entre en dueño del negocio, se dice que las empresas tienen la posibilidad de contar con un personal debidamente capacitado, para así tener trabajadores más eficientes, también se menciona que los trabajadores de las empresas brindan una atención adecuada, son carismáticos y también respetuosos y sobretodo están comprometidos y activos con su trabajo y muestran buena presencia a las personas que quieren adquirir el producto, también se está implementando la flexibilidad entre el dueño, trabajador y cliente, con el fin de que ambas partes queden satisfechos.

Silva, (2018) desarrolló su tesis la cual es “Caracterización de la competitividad y financiamiento de las MYPE rubro calzado del distrito de la unión - Piura, año 2018”, en la universidad Católica los Ángeles Chimbote (Piura), se tiene como objetivo general es establecer las características de la competitividad y financiamiento en las MYPE rubro calzado en el distrito de La Unión - Piura, año 2018, su metodología es de tipo descriptivo, el nivel es de enfoque cuantitativo y el diseño es no experimental corte transversal, como conclusión general se tiene que respecto a las estrategias competitivas, donde se determinó que las MYPE de calzado del distrito de la Unión, si utilizan estrategias competitivas entre ellas, la producción de bajo costo con precios acorde al mercado, la estrategia de diferenciación en la calidad y en la entrega a sus clientes, así como estrategias de enfoque, centrándose en marcas exclusivas de calzado.

Domínguez. (2017) desarrolló su tesis titulada “Caracterización del financiamiento y competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura, año 2017”, en la universidad Católica los

Ángeles Chimbote (Piura), cuenta con un objetivo general el cual es determinar las características del financiamiento y la competitividad en las MYPE rubro compra y venta calzado en el distrito de Tambogrande Piura al 2017, la metodología de la presente investigación es de tipo descriptivo, su nivel es cuantitativo y su diseño es no experimental-transversal, la conclusión principal es que las estrategias de la competitividad que utilizan las MYPE es el poder de negociación de los clientes, el porcentaje bajo estudio es que la totalidad de las MYPE ofrecen descuentos a sus clientes para que no se vayan a la competencia. El cual se sabe que a mayores ventas mayores ganancias.

Valladares. (2015) Elaboró su tesis titulada competitividad y mercadotecnia en las MYPE comerciales rubro calzado del mercado modelo la parada-Talara, año 2015, en la universidad Católica los Ángeles Chimbote (Piura), el objetivo general es identificar qué características tiene la competitividad y mercadotecnia en las MYPE comerciales rubro calzado del mercado modelo La Parada año 2015, dicha investigación tiene una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño experimental corte transversal, la conclusión primordial es que las MYPE del rubro calzado del mercado modelo La Parada, cumplen con las características de la competitividad y mercadotecnia como: Renovar constantemente su producto, diferenciándose con la competencia, brindando un producto duradero en la cual hace sentir a los clientes una confianza única, llevando el producto con un costo apropiado al bolsillo.

2.1.2. Variable de gestión de calidad

Zavala. (2017) elaboró su tesis titulada “comercialización de calzado personalizado para damas localizado en la ciudad de Guayaquil”, en la Universidad de Guayaquil (Ecuador)”, su objetivo general es determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de calzado personalizado en la ciudad de Guayaquil, dicha investigación tiene una metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental-transversal, su conclusión principal es que el proyecto es factible en base a los resultados obtenidos en la investigación, el calzado personalizado elaborado a base de zapan prevé una aceptación del 81% de posibilidad de compra por parte de la población encuestada dentro de la ciudad de Guayaquil. La utilización de medios interactivos como la página web y las redes sociales como canal de compra, tiene gran aceptación por parte de nuestro mercado meta que son los consumidores de la era milenios al estar estos sumergidos en todo lo referente a lo digital.

Paredes (2015) realizó su proyecto de tesis titulada “Optimización y Gestión Del Proceso Productivo De La Industria De Calzado –Indesa” en la Universidad de San Carlos de Guatemala (Guatemala), el objetivo general es Optimizar la gestión del proceso productivo en la industria de calzado, maximizando el uso de los factores humanos, materiales y financieros para obtener beneficios técnicos, económicos y sociales en la producción fabril, cuenta con una metodología de tipo cualitativo y de diseño no experimental y de corte transversal, como conclusión principal se tiene que el sistema de mantenimiento utilizado actualmente no cuenta con un sistema sólido de administración que ayude a evitar paros no programados y reducir los costos de reparación. Se propone poner en práctica la metodología de trabajo TPM, en el que se establezca un sistema de gestión de mantenimiento lo más eficaz posible, donde todas

las personas sean involucradas en los procesos de producción que facilitarán una mejora continua.

Viteri & Albuja (2016) desarrolló su tesis denominada “Análisis y propuesta de fortalecimiento empresarial y gestión de calidad en el sector de la industria del calzado de cuero en el Cantón Cotacachi. Caso: taller “Victoria Rosas”, en la Universidad Internacional del Ecuador (Ecuador), su objetivo general es Realizar el análisis en “Victoria Rosas” perteneciente al sector del calzado de cuero en Cotacachi, y generar un plan de fortalecimiento empresarial y gestión de calidad para la empresa y otras de similar actividad económica, su metodología es de tipo descriptivo y su conclusión más resaltante es que el trabajo artesanal en cuero viene de generación en generación y ha sido la herramienta y la fuente de trabajo que ha sacado adelante a los habitantes del Cantón Cotacachi. La combinación de los saberes ancestrales con la tecnología de punta puede generar la reconversión del régimen de desarrollo, apoyada en el bioconocimiento de acuerdo al Plan del Buen Vivir. Las empresas carecen de una visión de negocio, es decir no se toma en cuenta las ideas que por más pequeñas que sean pueden ser un motor para promocionar una mejor imagen y ser diferentes a las demás. Para esto es fundamental y primordial dejar de lado la informalidad existe por parte de las empresas o fabricantes ya que esta se consolida como una barrera que estanca a las empresas y que no permite que se genere un crecimiento de las mismas.

Valderrama. (2015), Elaboró su tesis denominada “gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el Porvenir, año 2014”, en la universidad Católica los Ángeles Chimbote (Perú), el objetivo general de esta investigación es Describir las principales características de gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector

comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito El porvenir, año 2014, la metodología de la presente tesis es de tipo cuantitativo con criterios cualitativos, su nivel es descriptivo y su diseño es no experimental, descriptivo y transversal, cuenta con una conclusión principal la cual es que los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%, las personas que acuden a este mercado cuentan con la ayuda del trabajador el mismo informa de las características del producto para que el cliente sepa lo que está comprando y no sea engañado con un marketing mentiroso. La variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan con un 40% y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%.

De la Cruz (2016), Realizó su tesis con el nombre de “caracterización de formalización y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro zapaterías en la ciudad de Tarapoto-provincia de San Martín, período 2016”, en la universidad Católica los Ángeles Chimbote (Perú), su objetivo general de la presente investigación es conocer las características, la formalización y la gestión de la calidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de calzados, distrito de Tarapoto – Provincia de San Martín, 2016, cuenta con una metodología donde el diseño es no experimental, tipo descriptivo y nivel cuantitativo continuo, y su conclusión principal es que los representantes de las MYPES estudiadas en la presente tesis su edad promedio es de 36 a 50 años, la mayoría de estas son formales la cual obtienen muchos beneficios que la ley y el estado les otorga, una de las ventajas de pertenecer al sector formal es que pueden adquirir créditos financieros

lo que les abrirá nuevas puertas y oportunidades de inversión en el mercado nacional e internacional y con respecto a lo que es gestión de calidad es que las MYPES estudiadas si cuentan con procesos estandarizados de calidad, lo que garantiza que los clientes estén satisfechos con los productos adquiridos y apuesten más por las marcas nacionales, lo que significa un incremento en la producción nacional donde esto se verá reflejado en el PBI de nuestro país.

Reyes. (2017) Elaboró su tesis acerca de la Gestión de inventarios y su efecto en la situación económica y financiera de la empresa de calzado BLGOL S.A.C Trujillo 2017, en la universidad Cesar Vallejo (Perú), su objetivo general de la tesis es “Determinar el efecto de la Gestión de inventarios en la situación económica y financiera de la Empresa de Calzado BLGOL S.A.C Trujillo 2017”, cuenta con una metodología de tipo correlacional, diseño no experimental corte transversal, la conclusión principal es que la gestión de inventarios permitirá a la empresa BLGOL S.A.C, obtener una buena planificación y control de sus productos, permitirá escoger los lotes adecuados por cada producto y el punto en que se debe de reabastecer la empresa y evitara retrasos en las entregas de los productos, y se podrá anticipar a la demanda y la competencia, se establecerán políticas de inventarios donde el cliente perciba que los productos estén a un bajo costo y estén accesibles para comprarlos, todo ello será beneficioso para la situación económica y financiera de la empresa.

Rugel. (2018) Elaboro su tesis caracterización de la gestión de calidad y uso del marketing en la zapatería Riccer Shoe store en el distrito de bellavista Sullana año 2018, en la universidad Católica los Ángeles Chimbote (Piura), posee un objetivo general el cual es determinar las principales características de la gestión de calidad y uso del marketing en la zapatería RICCER SHOE STORE en el distrito de Bellavista

Sullana año 2018, tiene una metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental-transversal, su conclusión general es que los procesos de la gestión de calidad que identifican a los colaboradores de la zapatería RIC CER SHOE STORE es comunicación porque al momento de dar a conocer los procesos de las actividades en la empresa lo realizan de forma fluida y eficiente, evaluación, porque lo realizan para ver la calidad en los proceso de producción y tener buenos proveedores, análisis, porque tienen implementado una base para el análisis del proceso de quejas y su resolución, aplicación, porque han realizado algún tipo de aplicación de sistema de gestión de calidad en la empresa para beneficio de la misma.

Ocampo (2018) elaboró su tesis titulada “La innovación tecnológica en la gestión de la industria de calidad del cuero y elaboración de calzado - Caso CITEccal”, en la Universidad Cesar Vallejo (Piura), el cual tiene un objetivo general analizar el nuevo rol del Centro de Innovación Tecnológica en la calidad del Cuero y elaboración de Calzado, y la gestión en Industrias Conexas ante los nuevos retos que refiere la competitividad del mercado internacional”, la metodología de la investigación es de tipo cualitativa y de diseño fenomenológico y como conclusión se tiene que los alcances actuales del Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, calzado y gestión en Industrias conexas, menciona que desde 1998, el CITEccal es el principal ente promotor de la innovación y modernización tecnológica del sector del cuero y calzado el cual brinda servicios especializados que fomentan la creación y renovación de capacidades tecnológicas, científicas, de organización y financieras para la mejora de procesos y productos según estándares de calidad y normatividad, favoreciendo la competitividad de las empresas, especialmente de las MYPE.

Chumacero (2018), en su investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del rubro comercialización de calzado del mercado modelo central de Piura, año 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Barranca); la cual tiene como objetivo principal determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del rubro comercialización de calzado del mercado modelo central de Piura, año 2018; con una metodología de tipo descriptivo, nivel-cuantitativo, con diseño no experimental y de corte transversal; en la investigación se obtuvo por conclusión que, en la calidad, la mayoría de los clientes acuden a las zapaterías por la calidad la cual satisface sus necesidades, y por la atención la mayoría de los clientes son atendidos por personal atento, una la gran minoría se sienten cómodos en las instalaciones mientras lo atienden, para la mayoría de los trabajadores el aprender más les genera mayor confianza en su puesto de trabajo.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Competitividad

Según Cebreros (2015) nos menciona que la competitividad es el procedimiento de creación de ventajas competitivas, donde es de suma importancia tener la capacidad de innovar de forma que se obtendrá saltos tecnológicos, si se tiene la capacidad de perfeccionar los aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los usuarios, entonces se recibe la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico. No siempre será un problema de tipo tecnológico y económico, al contrario, involucra una gran diversidad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas, por lo tanto, se debe integrar a la ciencia, con los aspectos ecológicos, con el propósito de equilibrar el rendimiento económico

con los objetivos de bienestar social, todo esto se encuentra basado con la buena utilización de los recursos naturales.

Según Porter. (2014) nos indica que la competitividad es tener la capacidad para mantener y desarrollar la asistencia de los mercados internacionales, con un incremento equivalente al nivel de vida de los habitantes. El singular recorrido sólido para conseguir todo esto se apoya en el incremento de la rentabilidad.

Fagerberg (2016) hace referencia que la competitividad de un país es alcanzar el propósito primordial de la política económica, tales como el incremento de la entrada y la ocupación, sin cometer algún inconveniente en la balanza de retribuciones.

Desde mi punto de vista la competitividad es una muestra efectiva para cualquier mercado ya sea por distintos argumentos. Por lo tanto, la competitividad es la disposición de estar a la altura de todos los negocios para así poder competir ya sea en el entorno de la economía, en un país o en una organización. En pocas palabras dicha terminología se relaciona con la capacidad que maneja un individuo, organización o estado para lograr un rendimiento satisfactorio en el mercado frente a los demás competidores.

2.2.1.1 Estrategias de la competitividad

Según Porter (2018) indicó 3 estrategias genéricas de la competitividad las cuales veremos a continuación.

Estrategia de liderazgo en costes

Porter (2018) dijo que la E. de liderazgo en costes se basa en vender los productos o servicios a un precio inferior al de la competencia, el producto o servicio

no necesitan ser los mejores, solo tener una calidad aceptable, se dirige a los consumidores orientados al precio, por definición, solo puede alcanzarla una empresa de cada sector, se basa en la creación de economías de escala en todos los pasos del proceso empresarial. Por ello, solo tiene sentido en los mercados suficientemente grandes. Los riesgos de esta estrategia son la imitación por parte de los competidores, la posibilidad de que la innovación tecnológica deje desfasados los procesos de la empresa y los cambios en el interés de los consumidores, que pueden pasar a valorar otras características por encima del precio.

Estrategia de diferenciación

Porter (2018) mencionó que la E. de diferenciación se basa en dotar al producto o servicio de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores o inferiores, esta cualidad única puede apoyarse en todo tipo de características: diseño, atributos técnicos, desempeño, atención al cliente, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios, etc. A diferencia del liderazgo en costes, la diferenciación no es exclusiva de una sola empresa de cada sector, sino que varias compañías pueden tenerla, p.ej. una de ellas destaca por su diseño y la otra por un rendimiento superior, no puede ignorar el coste, ya que el valor adicional percibido por el consumidor debe ser superior a la diferencia en precio respecto a otros productos de la competencia, es muy recomendable en mercados que sean poco sensibles al precio, sus riesgos son que la característica diferencial sea imitada por la competencia y que los consumidores no la valoren en la medida suficiente.

Estrategia del enfoque

Porter (2018) indicó que la E. de enfoque suele centrarse en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades y preferencias. Por ejemplo, la empresa puede centrarse en un grupo concreto de consumidores, un mercado geográfico o una línea de productos. Con esta estrategia la empresa se dirige a un mercado más pequeño, pero la definición le permite incrementar su eficiencia. Debe buscar un equilibrio entre un mercado lo bastante pequeño como para que la competencia no pueda aplicar economías de escala y lo bastante grande como para resultar rentable y tener potencial de crecimiento. Los riesgos principales son que la competencia decida dirigirse al mismo mercado, que la segmentación no esté bien realizada y que se pierdan oportunidades en otros segmentos del mercado.

2.2.1.2. Factores de la competitividad

Según Castellanos (2016) menciona los siguientes factores.

Estrategia y planificación, Ésta generalmente no es común en la pequeña empresa pero debe ser considerada. Diversos autores e investigadores coinciden que el contar con un plan estratégico ayudará a las empresas a tomar buenas decisiones, a conocer el rumbo que quieren tomar y cómo llegar a él.

Flexibilidad, Ante las fuertes exigencias del mercado y de la serie de productos o servicios que están a disposición de los clientes y consumidores, es importante contar con herramientas o mecanismos que permitan al negocio ser flexible. Es decir que un buen líder debe tener dinámica con los subordinados, que el mismo genere un ambiente accesible para que los trabajadores desarrollen sus actividades de una manera eficiente

y que el cliente quede satisfecho con el producto y con el servicio. Por otra parte la tecnología también juega un rol importante en el desenvolvimiento de los mismos.

Investigación y desarrollo, Realizar una investigación antes de iniciar un negocio significa ver la realidad y necesidades que tienen las personas al momento de adquirir un producto o servicio, y si se investiga constantemente las necesidades que tiene el mercado se permitirá desarrollar productos y servicios adecuados de manera que garanticen su posicionamiento y permanencia como empresa.

Capital Humano, Juega un papel importante ya que en ocasiones también es desestimado por las empresas. Los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores y como ellos trabajan, son aspectos cada vez más relevantes en la operación de cualquier negocio, ya que diversos estudios coinciden en que la mejora en los resultados de una organización provienen en gran parte del capital humano.

Innovación y capacidad tecnológica, Estos dos aspectos han sido considerados en los últimos años como pilares básicos para que una empresa sea competitiva. Se ha demostrado que en repetidas ocasiones los negocios más competitivos, eficientes y con un buen manejo de sus procesos son aquellos que han hecho uso de las tecnologías.

Contar con sistemas rápidos, sencillos, transparentes y prácticos permiten afrontar la incertidumbre del entorno y fomentan la creatividad y la innovación. La misma deberá estar presente en todo momento en los procesos del negocio. Está comprobado que si la innovación implica una mejora del producto y una reducción de costos, la empresa aumentará su beneficio y su cuota de mercado.

2.2.1.3. Pasos de la competitividad

Según Fabra (2017) menciona los siguientes pasos para tener una mejor competitividad los cuales son:

El primer punto clave es localizar y reducir gastos superfluos de los que se puede prescindir, En todas las empresas a lo largo del tiempo se van sumando y sumando una serie de gastos que, analizados un tiempo más tarde, nos damos cuenta de que son completamente innecesarios y podemos continuar manteniendo nuestra calidad eliminando dichos gastos. No son los mismos en todas las empresas, por lo que tendremos que analizar la partida de gastos de la nuestra e identificarlos.

Motivar a nuestros trabajadores, Es esencial para mantener una productividad elevada dentro de nuestra empresa, consiguiendo así trabajar mejor que la competencia, y por tanto ser mejores que estos. Para ello, además de promover un buen ambiente entre los empleados, podemos promover actividades entre los mismos y ligar una parte del salario a la consecución de objetivos por parte de la empresa, para que todos los empleados se sientan parte de la misma y se esfuercen en conjunto.

Llevar a cabo actividades innovadoras y novedosas, Esto hará destacar positivamente respecto de otras empresas también será fundamental a la hora de hacer nuestra empresa más competitiva. Debemos llevarlo a cabo tanto dentro de la compañía, como de cara al exterior con los clientes y clientes potenciales a través de actividades de marketing.

Adaptarnos a las nuevas tecnologías, estando siempre en medida de lo posible a la última. Esto debe de aplicarse tanto a los procesos de producción como a los de gestión de la empresa. Aunque el desembolso económico para nueva maquinaria

y equipos tecnológicos pueda resultar muy elevado al principio, debemos estudiar su viabilidad, ya que si nos permiten aumentar la producción y trabajar de forma más eficiente, probablemente nos merezca la pena hacerlo y podremos adelantarnos a nuestros competidores.

Mantener unas buenas relaciones con nuestros clientes, Esto se ha convertido en una actividad mucho más sencilla y cercana en los últimos años, gracias a la expansión de las redes sociales y a la aparición de la figura del Community Manager. Si conseguimos establecer relaciones duraderas con nuestros clientes, estos nos lo compensarán con su fidelidad y su buena publicidad.

También hay que reflexionar acerca de la búsqueda de nuevos mercados, que nos permitan ampliar los horizontes y el tamaño de nuestra empresa. Esta búsqueda la podemos hacer a través de nuevos productos para conquistar nuevos clientes, o con nuestros mismos productos pero ampliando nuestro alcance geográfico para conseguir así una empresa más competitiva.

2.2.2 Gestión de calidad

Según Crosby (2015) señala que la gestión de calidad es la concordancia a los requisitos, y agrega que solo puede ser calculada por el coste de la concordancia. Esta explicación está condicionada ya que necesita de los requisitos que se hayan tomado en cuenta, si son los de los consumidores o los de los creadores por lo que Crosby concreta que la calidad es ofrecer a los consumidores y a nuestros colegas de trabajo artículos (productos) y servicios sin deficiencia y realizarlo a tiempo.

Por otro lado la Norma ISO 9001 (2015) menciona que la gestión de calidad es la circunstancia del momento y las preferencias del futuro, se basan en las técnicas de

gestión de calidad total, sistemas incorporados y los tipos de eminencia, donde se admiten todos los componentes del aseguramiento de calidad, o gestión integral de calidad, y este se extiende con el propósito de alcanzar esa disposición al consumidor para entregarle lo que le satisface en toda ocasión, ofreciendo al componente humano y a su colaboración lo significativo y trascendencia que se merita como carácter básico e indispensable de forma que se alcancen los respectivos objetivos.

Desde mi perspectiva debemos de saber primero que es gestión para luego detallarlo con palabras claves, pues a nuestro entender gestión o gestionar es aquel grupo de acciones que algunas compañías llevan a cabo con la finalidad de tutelar una organización, un negocio o resolver un argumento. Por otro lado, la calidad es el material que se utiliza para fabricar un producto o para ofrecer un mejor servicio, todos los recursos que se emplean tienen un proceso de producción para su utilización de tal manera que con ayuda de una buena gestión la empresa pueda alcanzar sus objetivos que se han planteado.

Entonces si enlazamos estos dos conceptos en uno solo da como resultado que la gestión de calidad llamada también como sistema de gestión de calidad, es un instrumento que le accede a toda empresa planificar, desarrollar y verificar las ocupaciones primordiales para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con elevados modelos de calidad, de manera que son calculados por medio de las señales de satisfacción de los consumidores. También se dice que la gestión de calidad es aquel grupo de normas adecuadas para una empresa, donde estas son relacionadas entre sí, pues en cualquier momento podrá dirigir de una forma sistematizada la calidad del mismo. Conllevándola a una mejora continua y obteniendo mejores resultados.

2.2.2.1. Claves de la gestión de calidad

Según la Iso 9001 (2015) menciona a las claves de la calidad para una empresa, las cuales son:

Disponer de la información adecuada, En la transparencia correlación de persistencia con el primer punto, para satisfacer las expectativas del consumidor es indispensable establecer de información apropiada sobre los mismos, que comprendan aspectos vinculados con sus obligaciones y con las particularidades en las que se aseguran para decidir el nivel de calidad obtenido.

Autoevaluación, La autoevaluación es un material esencial para desarrollar el pronóstico de una empresa o para examinar su nivel de maduración, lo que autoriza distinguir sus fortalezas y espacio de oportunidad. Los diferentes tipos de eminencia incorporan propuestas de autoevaluación apropiadas y comparadas, pero constantemente se debe utilizar la misma hasta que se concluya el suceso. Cualquier autoevaluación debe tener el apoyo y responsabilidad de la dirección para admitir el rendimiento y empujar los planes de acción que surjan selecciones de criterios y responsabilidades. De acuerdo con la autoevaluación, otro factor clave para alcanzar un excelente procedimiento de empleo de calidad es distinguir o escoger los principios y sub principios a trabajar, lo cual accede a reconocer la superficie más fuerte y las señales de perfeccionamiento, así como los encargados de las diferentes áreas.

Detección de deficiencias, Se les asigna deficiencia a los errores distinguidos por parte de los usuarios en la buena calidad de los servicios. Dicho en otro modo, esta imperfección simboliza la disconformidad existente, desde la perspectiva de los usuarios, entre el trabajo esperado y el trabajo adquirido. Es otro

aspecto clave, en esta ocasión desde el punto de vista adverso, se determina la calidad del servicio.

2.2.2.2. Fases de la gestión de calidad

Según la ISOTools (2015) hizo mención de las fases de la gestión de calidad las cuales son:

Definición del entorno actual de la organización, para que la productividad de una organización vaya mejorando, lo primordial que se debe realizar es un estudio de la situación actual de la misma, en otras palabras las razones deben estar bien claras acerca de por qué es necesario implementar un sistema de gestión de tal forma ver cuáles son las ventajas más resaltantes que la empresa va a recibir.

Fijación de objetivos, los objetivos son derivados del estudio del entorno de la organización, donde estos son metas concretas, y que la compañía puede aspirarlas en un corto, mediano o largo plazo. Como se sabe este tipo de procesos anhela al perfeccionamiento de la productividad, por eso hay que asignar objetivos parciales como la constitución de trabajar en equipo, clarificar los tiempos de producción, la educación de recursos, etc.

Productividad, el objetivo de la productividad es medir la eficiencia de producción por cada factor o recurso utilizado, entendiendo por eficiencia el hecho de obtener el mejor o máximo rendimiento utilizando un mínimo de recursos. En pocas palabras es el beneficio que se obtiene después de todos los procesos ejecutados.

Definir los recursos y personal, se habla de uno de los aspectos más trascendentes en los métodos de la gestión. No puede existir calidad si es que no hay conocimiento previo a los recursos con lo que la empresa cuenta, si es el personal o la

tecnología. Desde el preciso instante las organizaciones deben ver la forma como optimizarlos, corregirlos y si fuera posible intervenirlos.

Implementación de cambios y mejoras, como último elemento está referido a la marcha de estrategias del punto 5. Si se tiene el diagnóstico, si los plazos ya están definidos, si los recursos están identificados y si los indicadores de medición se encuentran valorados, solo quedaría implementar las mejoras necesarias logrando optimizar el grado de productividad de la organización. Se debe tener en cuenta y diferenciar que productividad no es igual a la producción, significa realizar cosas con el menor uso de los recursos.

2.2.2.3. Principios de la gestión de calidad

Según la ISO 9001:2015 (2017) menciona a ocho principios más relevantes e importantes para la gestión de calidad, estos son:

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Enfoque al cliente**, como ya sabemos las empresas dependen de los consumidores y por lo tanto deberían comprender sus necesidades del presente y las que vendrán en un futuro, debería cumplir con los requisitos del usuario y esmerarse por superar las perspectivas del mismo.

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Liderazgo**, los líderes instalan unidad de deseos, administración, y el ámbito interno de la empresa. Ellos inventan el entorno en la cual la persona puede lograr a estar completamente involucrada en la adquisición de los objetivos que tiene la empresa.

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Participación de las personas**, la persona en todos los grados es lo principal que tiene una empresa y su total colaboración donde permite y facilita el uso de sus capacidades para el supremo beneficio de la empresa.

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Enfoque al proceso**, un rendimiento o producto ansiado es logrado más eficientemente cuando los bienes y tareas vinculadas son dirigidos por medio de un procedimiento.

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Enfoque de sistemas para la administración**, la identidad, comprensión y dirección de un método de procedimientos interrelacionados por un objetivo dado, influye a la realidad y eficiencia de la empresa.

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Mejora continua**, un objetivo constante de la empresa es la perfección a diario que esta necesita.

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones**, las decisiones positivas están basadas sobre el estudio racional o instintivo de circunstancia e información.

Según la ISO 9001:2015 (2017) **Relaciones mutuamente beneficiosas con el abastecedor o proveedor**, la destreza que posee la empresa y sus proveedores para inventar el importe es destacado por relaciones mutuamente rentables y productivas.

III. HIPOTESIS

Según Sampieri. (2014), Cada estudio de investigación que se realiza no siempre se plantea una hipótesis, hay que saber y distinguir que tipo de investigaciones la tienen, pero en el caso de las investigaciones de tipo descriptivas trabaja sobre realidades de hechos y su característica primordial es la de exhibir una explicación correcta, por lo tanto la presente investigación no plantea una hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Tipo de la investigación

El tipo de investigación es descriptiva ya que se desempeña en describir existencias, hechos reales, grupos o cualquier situación que se desea estudiar y su característica primordial es la de mostrar una explicación adecuada. Según Sabino. (2015) nos dice que, para la investigación descriptiva, se tiene una ansiedad fundamental que radica en revelar algunas particularidades fundamentales en grupos semejantes de fenómenos, el cual se utilizan criterios o principios sistematizados donde permite y manifiesta su configuración o comportamiento. De esta manera podemos adquirir las notas que determinan la realidad analizada y estudiada.

4.2 Nivel de la investigación

La presente investigación es de nivel cuantitativo ya que consiste en la diferencia de teorías ya existentes que parten de una sucesión de posibilidades que surgen de la misma, por lo tanto, según Tamayo. (2015) nos menciona que es necesario recibir un modelo, ya sea de manera causal o diferenciada, es decir, el objeto de estudio el cual se refiere a la población o fenómeno es representada por medio de datos estadísticos donde se obtienen los resultados que estamos analizando. Por lo tanto, si se elaboran estudios cuantitativos lo esencial es tener una teoría ya desarrollada donde se aplicarán las encuestas respectivas, utilizando la estadística, gráficos, matemáticas y luego poder tabular todos los datos que se han encontrado.

4.3 Diseño de la investigación

El diseño de la respectiva investigación será no experimental, corte transversal y Según Kerlinger. (2016) nos dice que la investigación no experimental es un modelo

de investigación sistematizado donde va a permitir que el indagador o el que va a investigar no tenga un manejo acerca de las variables independientes que ya acontecieron de tal forma que no se pueden manipular. Y de corte transversal por que se estudiará un porcentaje de la muestra poblacional en un cierto tiempo.

4.4 Población y muestra

Según Hurtado y Toro (2015), nos define que la población es la cantidad de personas o componentes a los cuales va en relación con la investigación, es decir, se estudian a todos los elementos en conjunto, la cual estos poseen características que se enmarcan por dentro de los principios de instalación. Mientras que Balestrini (2016) señala que una muestra es la porción representada por medio de una población, tales características se deberán producir en ellas lo más puntual posible.

Se ha tomado como referencia a 5 MYPES como elementos para la respectiva investigación.

TABLA 1

Razón social	Ruc	N° Dirección	N° de trabajadores
Impón tu moda	10466414897	Calle JR. Junín N° 708 centro Piura, Piura, Piura, Piura. (stand n° 28)	3
Zapatería Saucedo Melendres	10460103610	Calle JR. Junín N° 708 centro Piura, Piura, Piura, Piura. (stand n° 8)	2
Calzados Tiale	10033690075	Calle JR. Junín N° 708 centro Piura, Piura, Piura, Piura. (stand n° 10)	1
Calzados Emili	10477554127	Calle JR. Junín N° 708 centro Piura, Piura, Piura, Piura. (stand n° 13)	1
Active Sport	10757065148	Calle JR. Junín N° 708 centro Piura, Piura, Piura, Piura. (stand n° 16)	2

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la variable de competitividad se les aplicarán las encuestas a los propietarios (7), siendo finita la población. Por lo consiguiente la variable de gestión de calidad, las encuestas serán aplicadas a los colaboradores (9) el cual también tiene una población finita. Por lo tanto la presente investigación no se aplica formula.

TABLA 2

4.5. DEFINICIÓN DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	FUENTE
COMPETITIVIDAD	Según Porter. (2014) nos indica que la competitividad es tener la capacidad para mantener y desarrollar la asistencia de los mercados internacionales, con un incremento equivalente al nivel de vida de los habitantes. El singular recorrido sólido para conseguir todo esto se apoya en el incremento de la rentabilidad.	Estrategias	La dimensión la cual son estrategias se medirán con sus indicadores, estos son: liderazgo en costes, diferenciación, y enfoque	Liderazgo en costes Diferenciación Enfoque	Propietarios
		Factores	La dimensión de factores se medirá con sus indicadores de estrategia, flexibilidad, investigación, capital humano, calidad, y tecnología.	Estrategia Flexibilidad Investigación Capital humano Tecnología	Propietarios

GESTIÓN DE CALIDAD	Según Crosby (2015) señala que la gestión de calidad es la concordancia a los requisitos, y agrega que solo puede ser calculada por el coste de la concordancia. Esta explicación está condicionada ya que necesita de los requisitos que se hayan tomado en cuenta, si son los de los consumidores o los de los creadores por lo que Crosby concreta que la calidad es ofrecer a los consumidores y a nuestros colegas de trabajo artículos (productos) y servicios sin deficiencia y realizarlo a tiempo.	Claves	La dimensión de claves se medirá con sus indicadores los cuales son: satisfacción, información, autoevaluación, calidad, deficiencias	Información Autoevaluación Deficiencias	Colaboradores
	Fases	La dimensión de fases se medirá con sus indicadores: entorno actual de la organización. fijación de objetivos, estimación de plazos, definir los recursos y personal, evaluación de la productividad actual, implementación de cambios y mejora	Situación actual Objetivos Recursos Productividad Implementación	Colaboradores	

Fuente: Elaboración propia

4.6. Técnicas e instrumentos

Para la elaboración de la presente investigación se tuvo que elaborar la técnica llamada en este caso encuesta, el instrumento utilizado es el cuestionario, y cada una de las preguntas están en escala nominal, por lo tanto, realizado todo esto se recopilan los datos más importantes de tal forma que se centró en el propietario y colaboradores de las MYPE del centro de calzado boulevard el trujillano. Por otra parte Tamayo. (2015) definió que la técnica de la encuesta es una herramienta la cual permite obtener información y recolectar datos de un fenómeno estudiado y el instrumento es el cuestionario que se aplicará a una población específica.

4.7. Plan de análisis

Según Casanova. (2017) Detalló que plan de análisis es la técnica muy importante para el investigador ya que por medio de este se va a poder recolectar datos utilizando diferentes métodos, para poder tener los datos correctos en una investigación se utiliza el software donde sirve para la recopilación de datos el cual va a permitir conocer cuál es el grado de significación por medio de la estadística.

Para la elaboración de la presente investigación se va a tener que tabular las encuestas respectivas en el programa Microsoft Windows 10 que nos sirvió para la elaboración de las mismas y también se utilizó el programa de Microsoft Excel de tal forma que se llevó acabo tabulación y elaboración de tablas y figuras obteniendo los datos de las encuestas.

TABLA 3

4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el trujillano, cercado de Piura, año 2018.</p>	<p>¿Cuál es la caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el trujillano, cercado de Piura, año 2018?</p>	<p>Definir las fundamentales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018</p>	<p>a) Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018 b) Definir los factores de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018 c) Especificar las claves de la gestión calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro comercial el Trujillano, cercado de Piura, año 2018 d) Determinar las fases de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.</p>	<p>-Competitividad -Gestión de calidad</p>	<p>La presente investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental corte transversal</p>

Fuente: Elaboración propia

4.9. Principios éticos

Osorio. (2016) indicó que “los principios éticos son de mucha importancia en una investigación como para la persona que la realiza, pues estos se basan en la existencia de formas o principios legales para el desarrollo de cada una de las investigaciones, permitiendo un trabajo transparente, leal y sobre todo que la información sea veraz y únicamente de un solo autor.

La presente investigación se logró por las autorizaciones de los dueños de las MYPES porque se necesita de su permiso para investigarlas, asimismo se escogió información de una variedad de fuentes bibliográficas las que fueron adecuadamente citadas con las normas APA. La misma es desarrollada con ética, moral y con responsabilidad, pues de esa manera se puede lograr un buen trabajo de investigación para brindar información a otros investigadores y para el gusto y atracción del tutor ya que gracias a sus asesorías se ha podido conseguir la indagación desde el principio. De esa manera la misma accede a ser respetada siempre en sus indicios, moral, educación, ética y valorar siempre la opinión única.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados – Propietarios

Objetivo específico N° 1 Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Tabla 1

¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

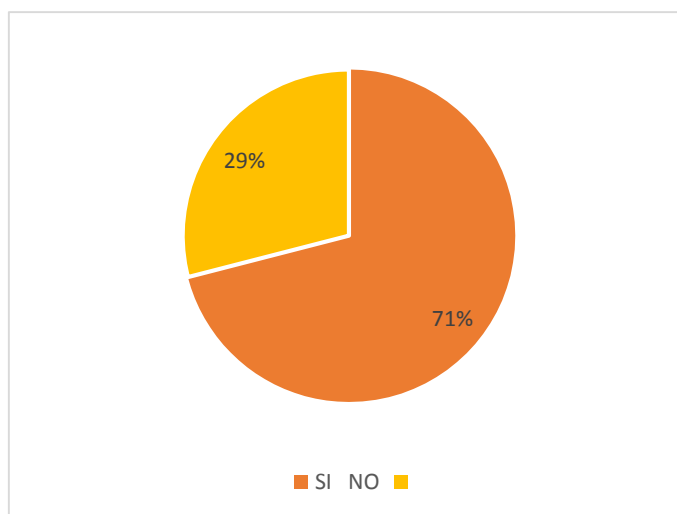


Figura 1: Gráfico circular 1 que representa la tabla "Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios"

Interpretación: En la tabla 1 y figura 1 representa que el 71% de los precios de los productos si son inferiores a los de otros negocios y el 29% opinaron lo contrario.

Tabla 2

¿Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	43%
NO	4	57%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

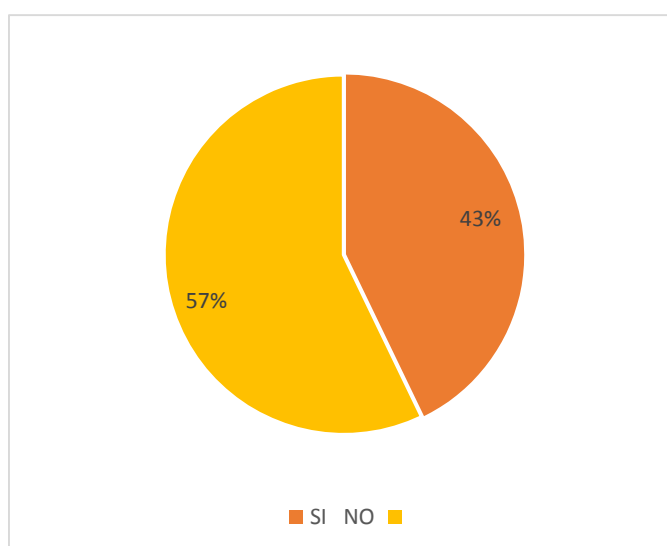


Figura 2: Gráfico circular 2 que representa la tabla “Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos”

Interpretación: En la tabla 2 y figura 2 representa que el 57% no tiene problemas con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos y 43% opinaron lo contrario.

Tabla 3

¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

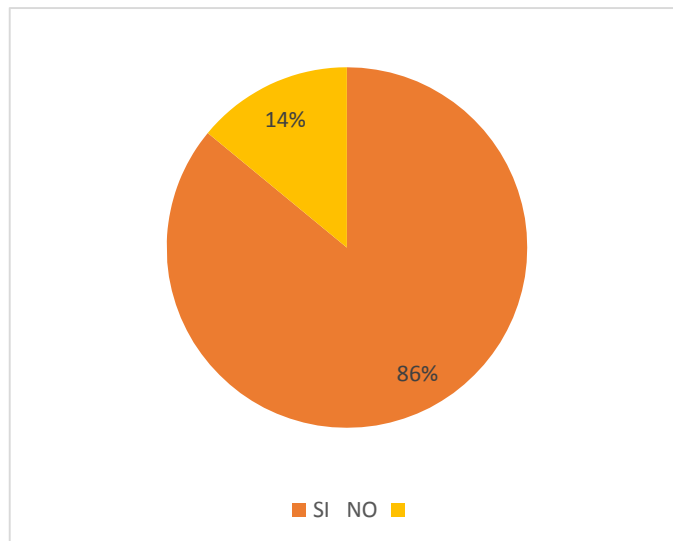


Figura 3: Gráfico circular 3 que representa la tabla “Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente”

Interpretación: En la tabla 3 y figura 3 representa que el 86% cree que si es importante contar con precios cómodos para que así haya más acogida del cliente y 14% opinaron lo contrario.

Tabla 4

¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

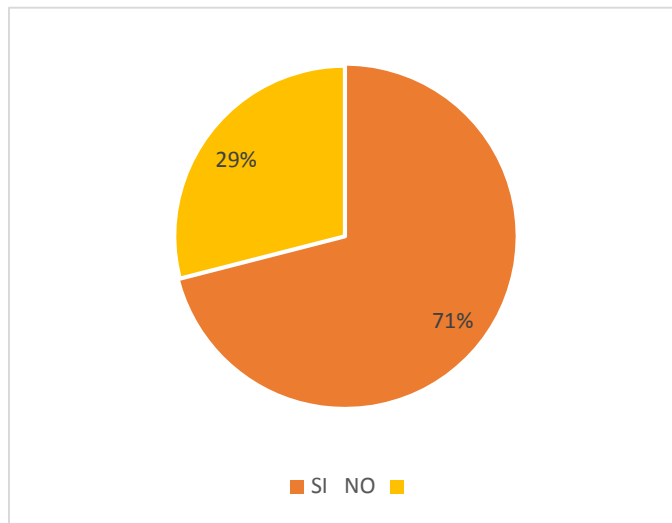


Figura 4: Gráfico circular 4 que representa la tabla "El producto que ofrece es diferente al de su competencia"

Interpretación: En la tabla 4 y figura 4 representa que el 71% del producto que ofrece si es diferente al de su competencia y 29% opinaron lo contrario.

Tabla 5

¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios

Elaboración: Propia

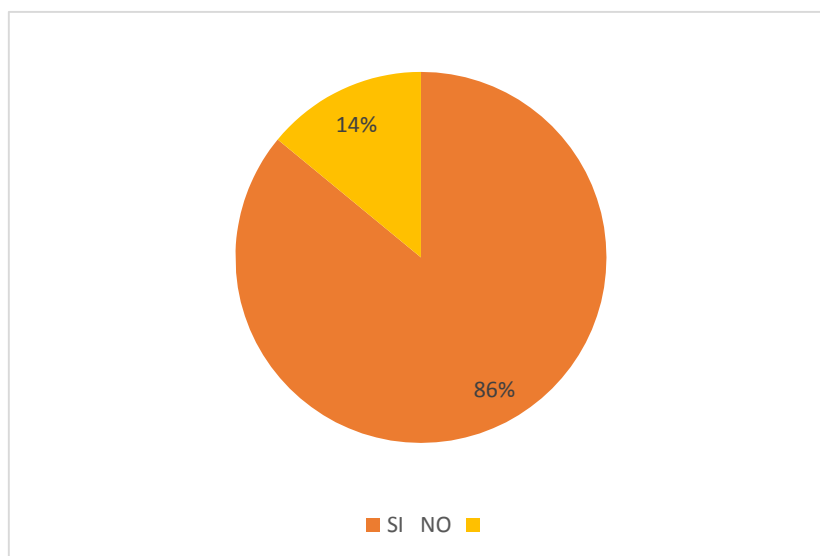


Figura 5: Gráfico circular 5 que representa la tabla “Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece”

Interpretación: En la tabla 5 y figura 5 representan que el 86% la competencia si ha tratado de imitar el tipo de calzado que ofrece y 14% opinaron lo contrario.

Tabla 6

¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

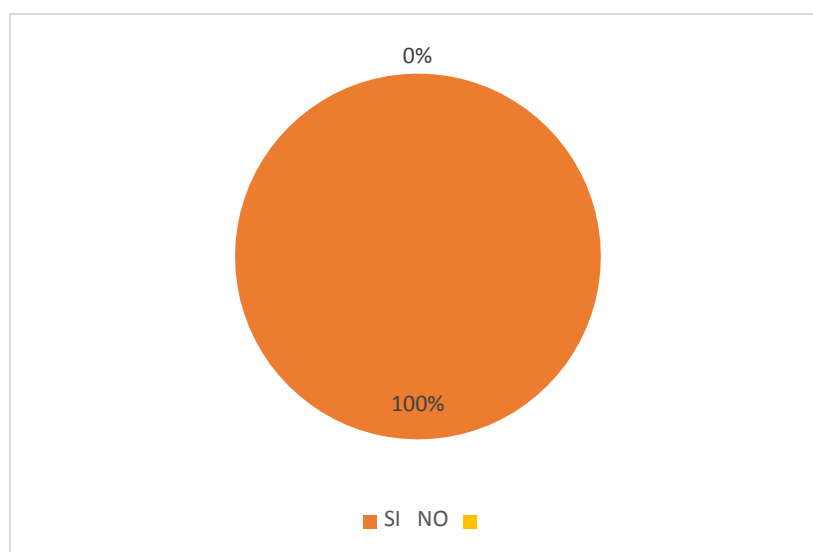


Figura 6: Gráfico circular 6 que representa la tabla “Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece”

Interpretación: En la tabla 6 y figura 6 representan que el 100% si cuentan con clientes fieles gracias al producto que ofrece.

Tabla 7

¿Vende productos para un solo segmento de mercado?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

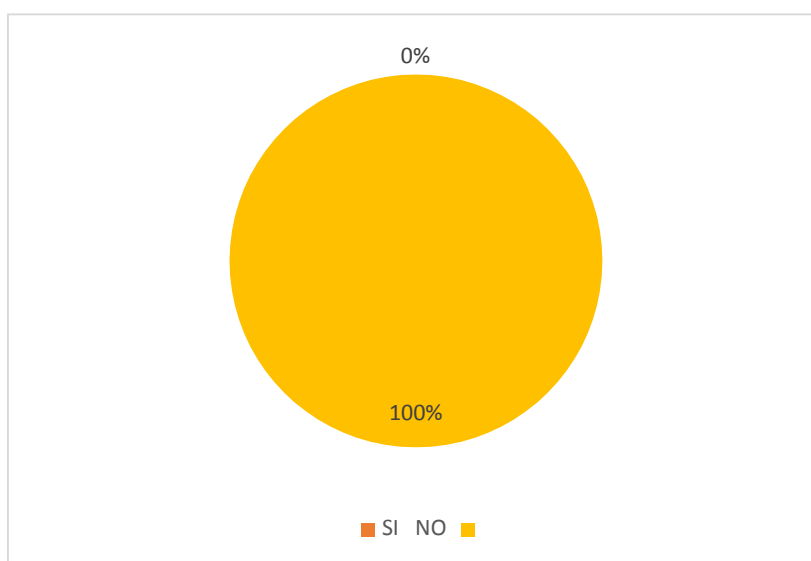


Figura 7: Gráfico circular 7 que representa la tabla “Vende productos para un solo segmento de mercado”

Interpretación: En la tabla 7 y figura 7 representan que el 100% no venden productos para un solo mercado.

Tabla 8

¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios

Elaboración: Propia

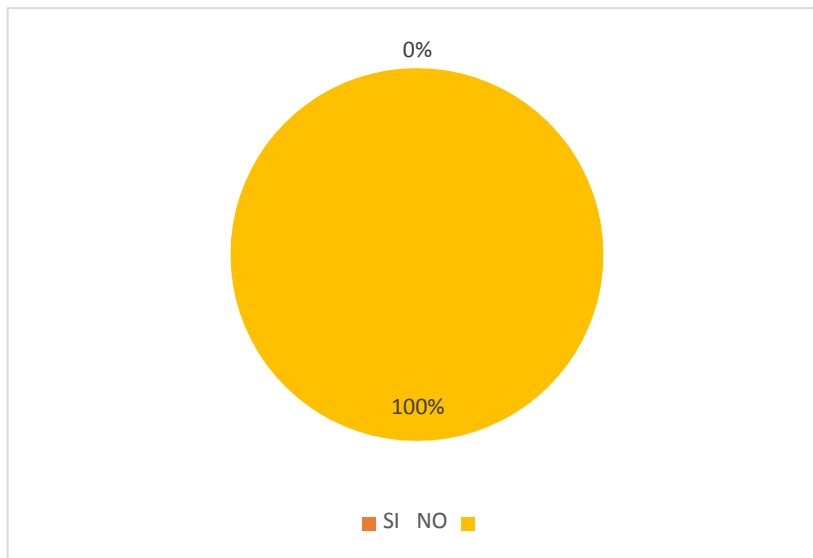


Figura 8: Gráfico circular 8 que representa la tabla “Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado”

Interpretación: En la tabla 8 y figura 8 representan que el 100% no tienen pensado centrarse en un solo mercado.

Tabla 9

¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

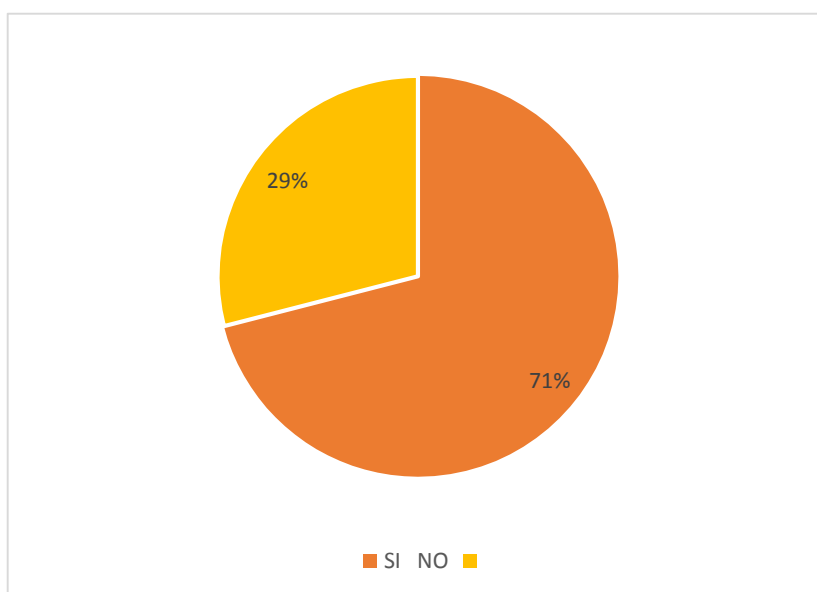


Figura 9: Gráfico circular 9 que representa la tabla "Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia"

Interpretación: En la tabla 9 y figura 9 representan que el 71% si ha observado imitación de los productos por parte de su competencia y el 29% opinaron lo contrario.

Objetivo específico N° 2 Definir los factores de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Tabla 10

¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

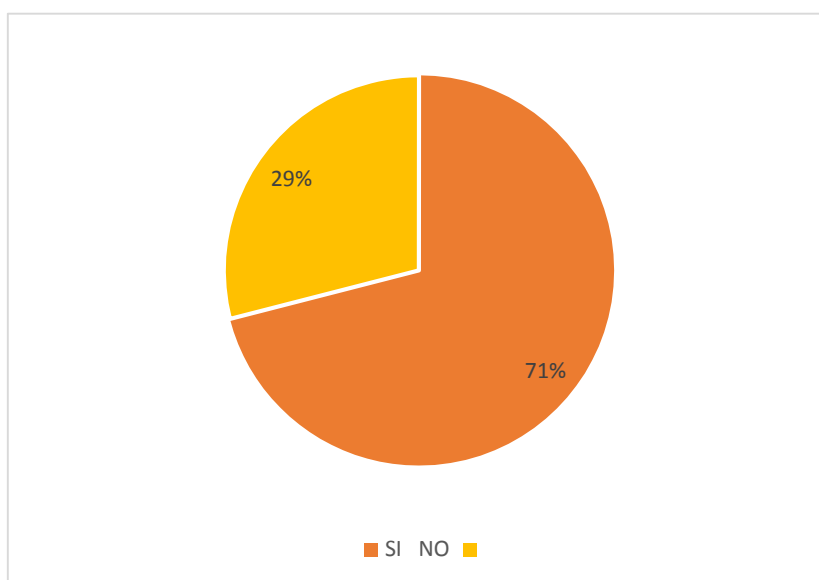


Figura 10: Gráfico circular 10 que representa la tabla “Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes”

Interpretación: En la tabla 10 y figura 10 representan que el 71% si cuentan con estrategias para llamar la atención del cliente y el 29% opinaron lo contrario.

Tabla 11

¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

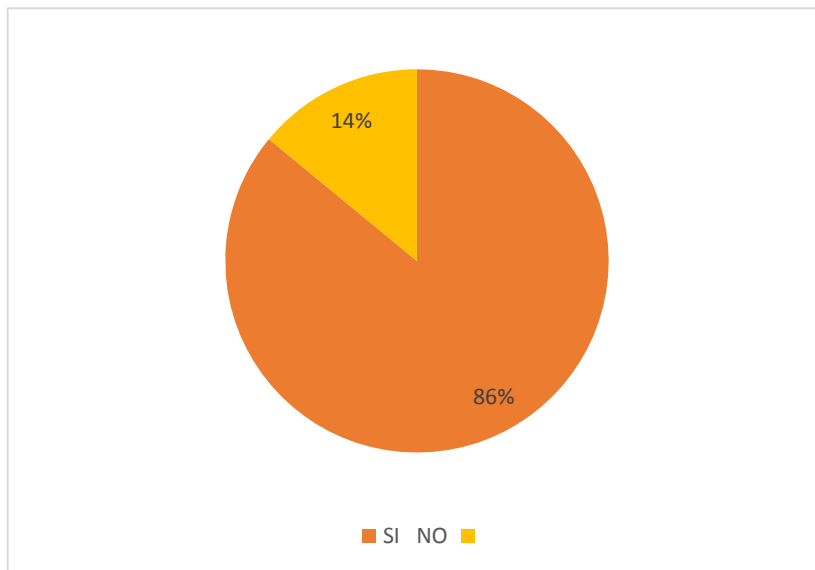


Figura 11: Gráfico circular 11 que representa la tabla “Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio”

Interpretación: En la tabla 11 y figura 11 representan que el 86% si es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio y el 14% opinaron lo contrario.

Tabla 12

¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

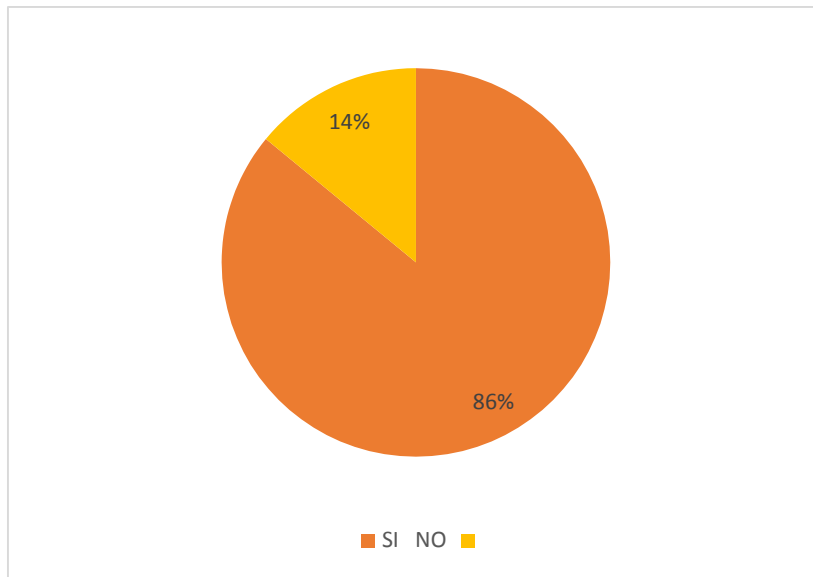


Figura 12: Gráfico circular 12 que representa la tabla “Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación”

Interpretación: En la tabla 12 y figura 12 representan que el 86% si realiza una pequeña planificación antes de hacer el pedido de mercadería y el 14% opinaron lo contrario.

Tabla 13

¿Es flexible con sus colaboradores del negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

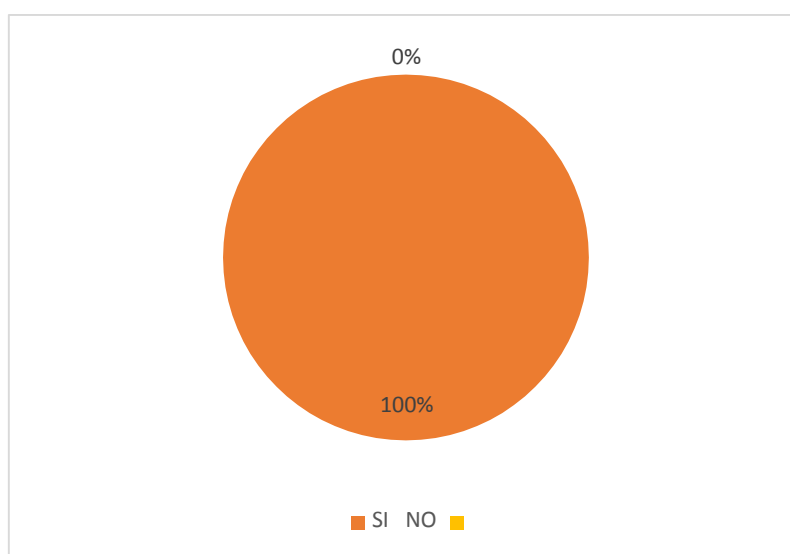


Figura 13: Gráfico circular 13 que representa la tabla “Es flexible con sus colaboradores del negocio”

Interpretación: En la tabla 13 y figura 13 representan que el 100% si es flexible con los colaboradores del negocio.

Tabla 14

¿Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

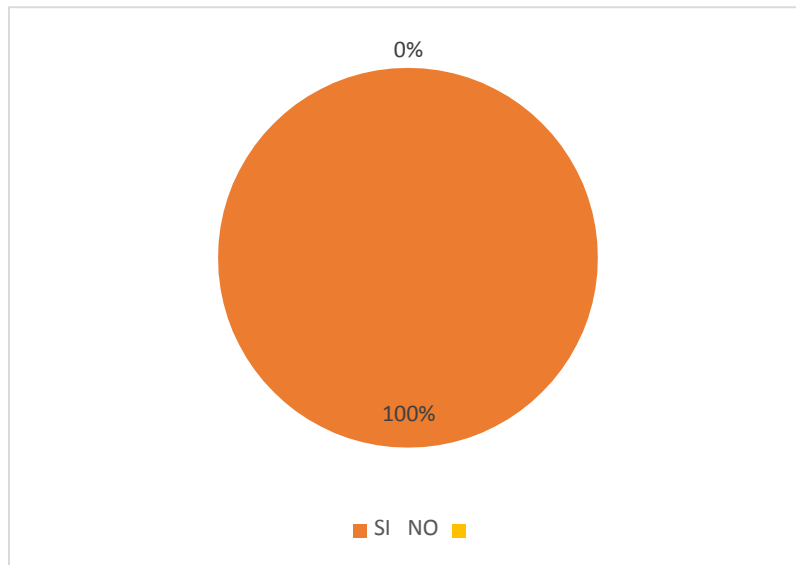


Figura 14: Gráfico circular 14 que representa la tabla “Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes”

Interpretación: En la tabla 14 y figura 14 representan que el 100% si observa que los colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes.

Tabla 15

¿Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

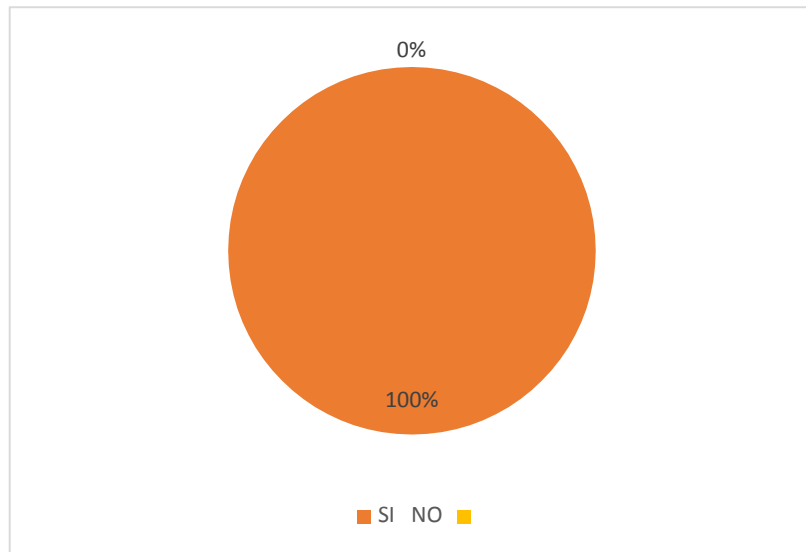


Figura 15: Gráfico circular 15 que representa la tabla “Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio”

Interpretación: En la tabla 15 y figura 15 representan que el 100% si es importante ser flexible dentro de un negocio.

Tabla 16

¿Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

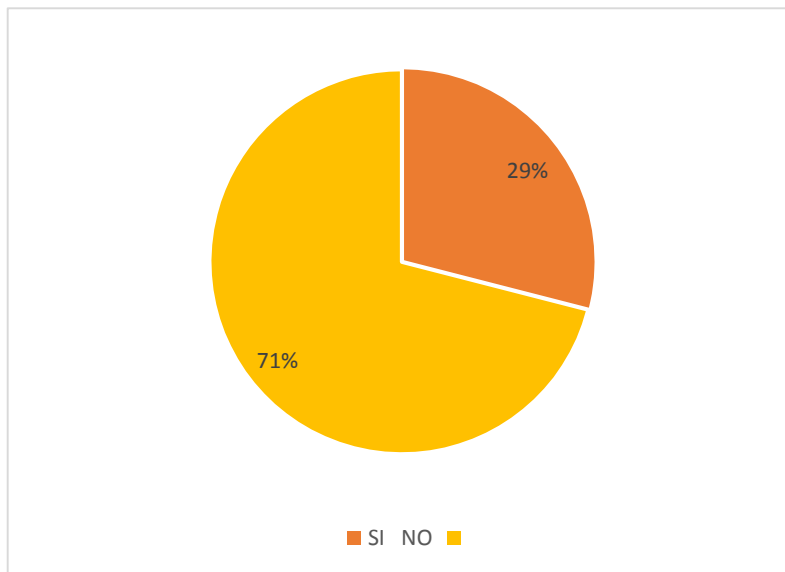


Figura 16: Grafico circular 16 que representa la tabla “Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado”

Interpretación: En la tabla 16 y figura 16 representan que el 71% no ha realizado un estudio antes de emprender un negocio y el 29% opinaron lo contrario.

Tabla 17

¿Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

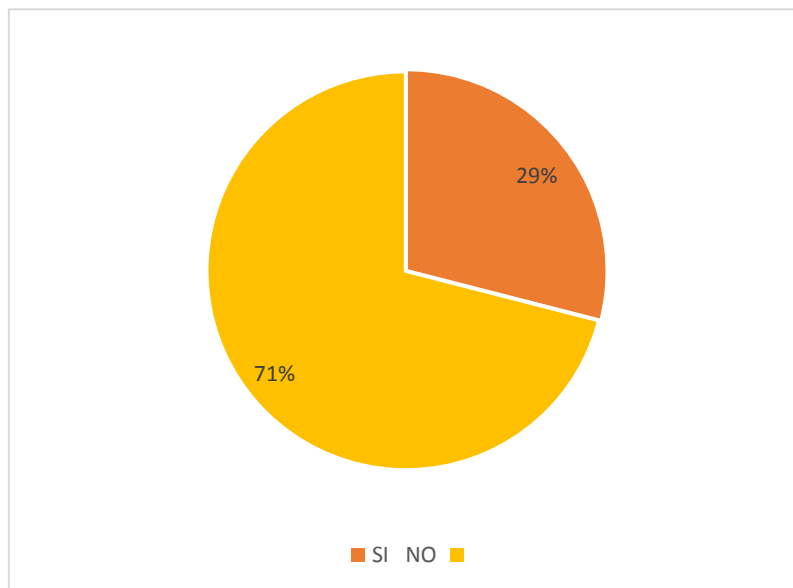


Figura 17: Gráfico circular 17 que representa la tabla “Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes”

Interpretación: En la tabla 17 y figura 17 representan que el 71% no realiza estudios acerca de las necesidades que tienen los clientes y el 29% opinaron lo contrario.

Tabla 18

¿Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

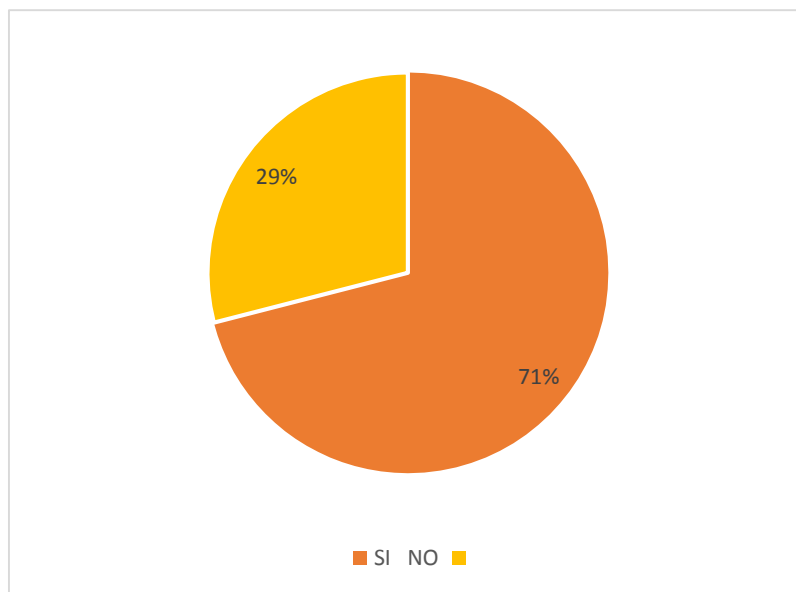


Figura 18: Gráfico circular 18 que representa la tabla “Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio”

Interpretación: En la tabla 18 y figura 18 representan que el 71% si cree que realizar estudios de mercado garantiza la permanencia de un negocio y el 29% opinaron lo contrario.

Tabla 19

¿Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

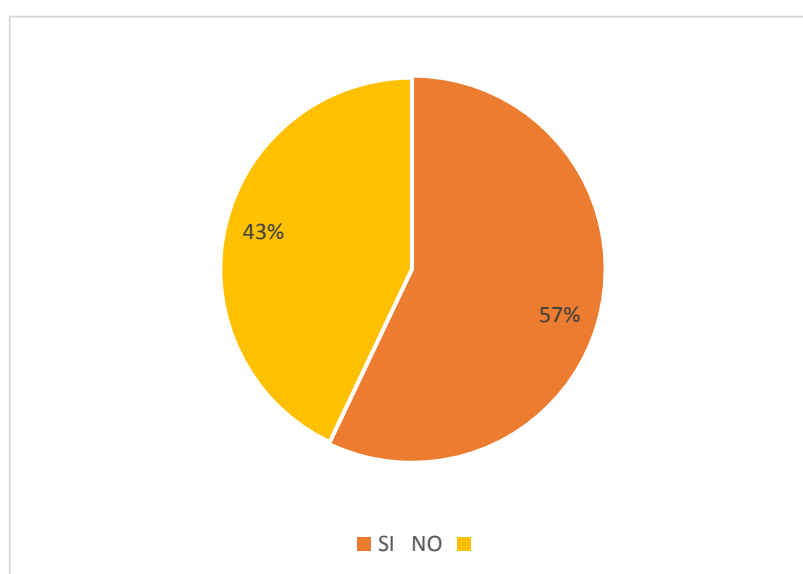


Figura 19: Gráfico circular 19 que representa la tabla “Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio”

Interpretación: En la tabla 19 y figura 19 representan que el 57% dicen que si es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de un negocio y el 43% opinaron lo contrario.

Tabla 20

¿Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	43%
NO	4	57%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

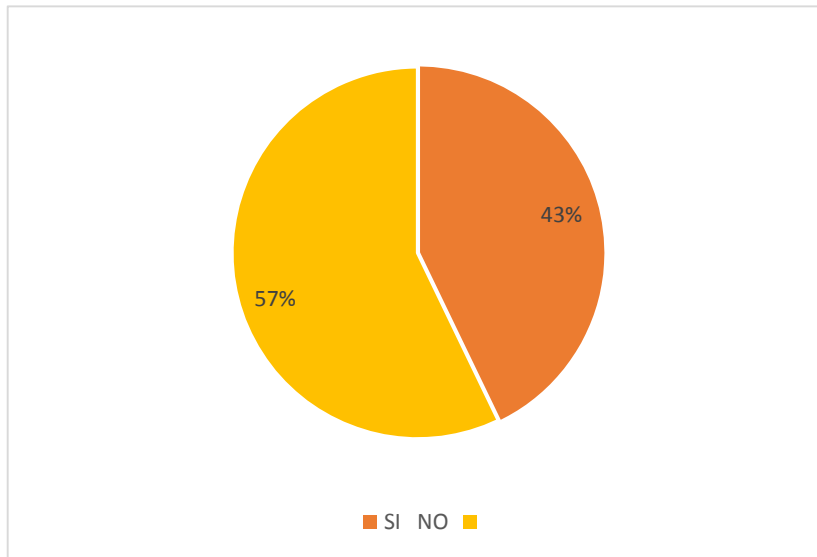


Figura 20: Gráfico circular 20 que representa la tabla “Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio”

Interpretación: En la tabla 20 y figura 20 representan que el 57% el personal de trabajo no es importante para iniciar un negocio y el 43% opinaron lo contrario.

Tabla 21

¿Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

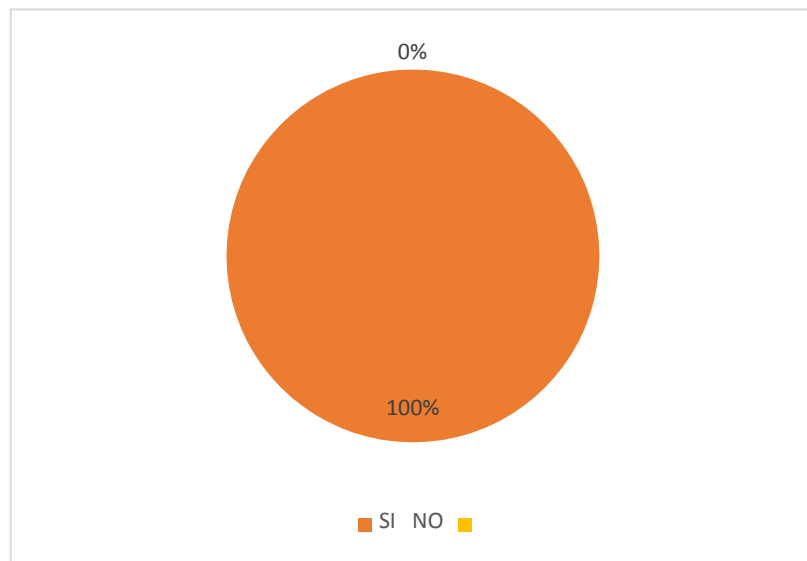


Figura 21: Gráfico circular 21 que representa la tabla “Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio”

Interpretación: En la tabla 21 y figura 21 representan que el 100% si cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio.

Tabla 22

¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

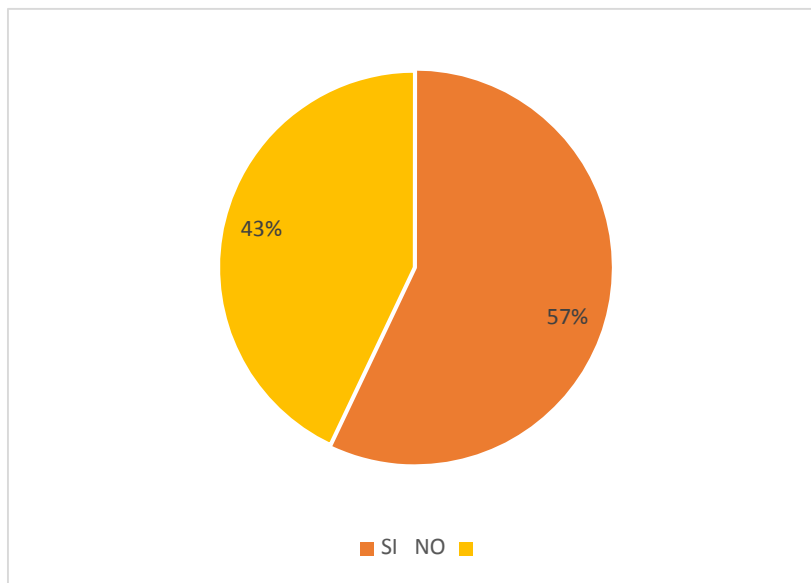


Figura 22: Gráfico circular 22 que representa la tabla "¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?"

Interpretación: En la tabla 22 y figura 22 representan que el 57% si utiliza tecnología para ofrecer sus productos y el 43% opinaron lo contrario.

Tabla 23

¿Cree usted que vender productos vía internet es seguro?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	57%
NO	3	43%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

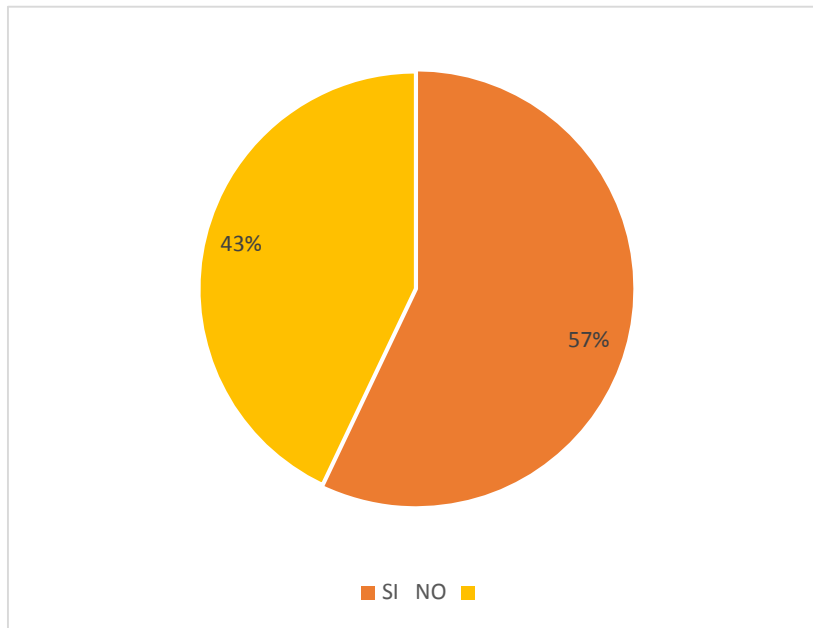


Figura 23: Gráfico circular 23 que representa la tabla “Cree usted que vender productos vía internet es seguro”

Interpretación: En la tabla 23 y figura 23 representan que el 57% vender productos vía internet es seguro y el 43% opinaron lo contrario.

Tabla 24

¿Es importante la tecnología para un negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	71%
NO	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a propietarios
Elaboración: Propia

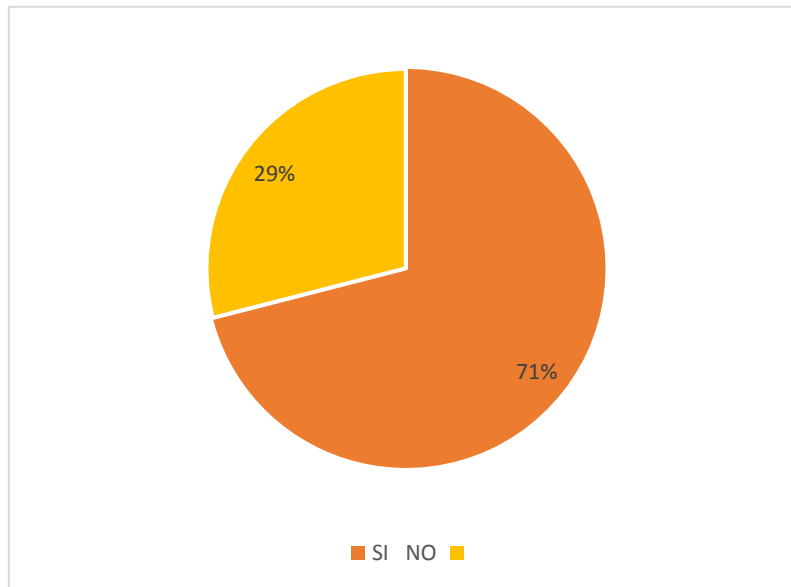


Figura 24: Gráfico circular 24 que representa la tabla “Es importante la tecnología para un negocio”

Interpretación: En la tabla 24 y figura 24 representan que el 71% la tecnología si es importante para un negocio y el 29% opinaron lo contrario.

Resultados - Colaboradores

Objetivo específico N° 3: Especificar las claves de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018

Tabla 25

¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	67%
NO	3	33%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

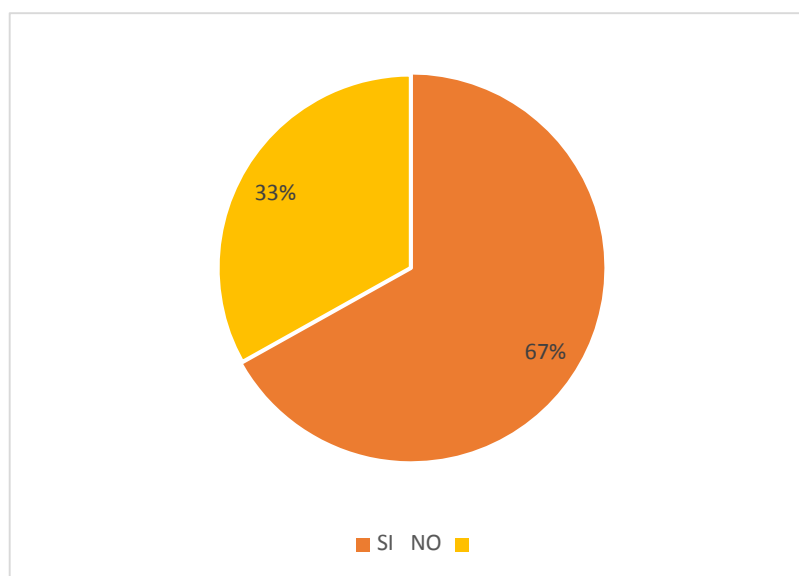


Figura 25: Gráfico circular 25 que representa la tabla “El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece”

Interpretación: En la tabla 25 y figura 25 representan que el 67% si brinda información a los clientes acerca de los productos y el 33% opinaron lo contrario.

Tabla 26

¿Usted brindan información acerca de los productos que ofrece el negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	100%
NO	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

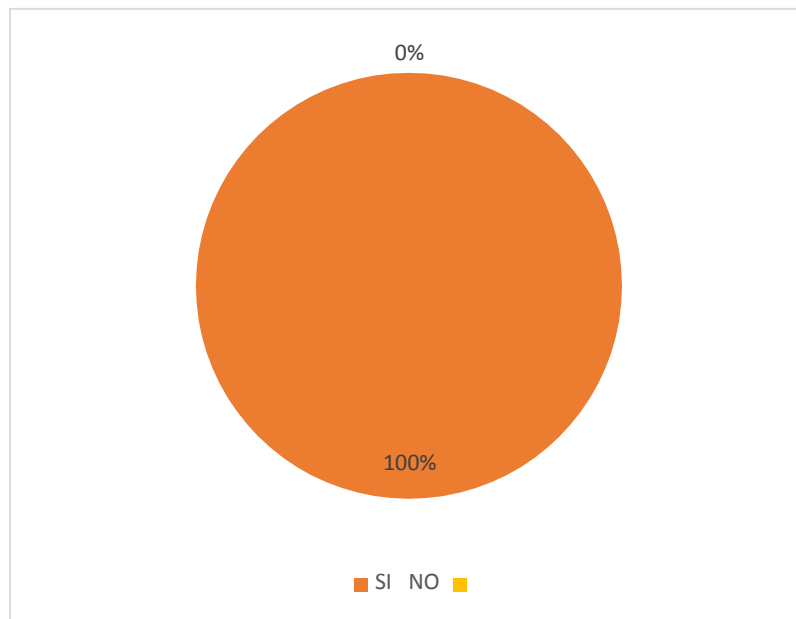


Figura 26: Gráfico circular 26 que representa la tabla “Usted como trabajador sabe cómo satisfacer la necesidad del cliente”

Interpretación: En la tabla 26 y figura 26 representan que el 100% dice que si es importante que las microempresas brinden información acerca de sus productos.

Tabla 27

¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	22%
NO	7	78%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

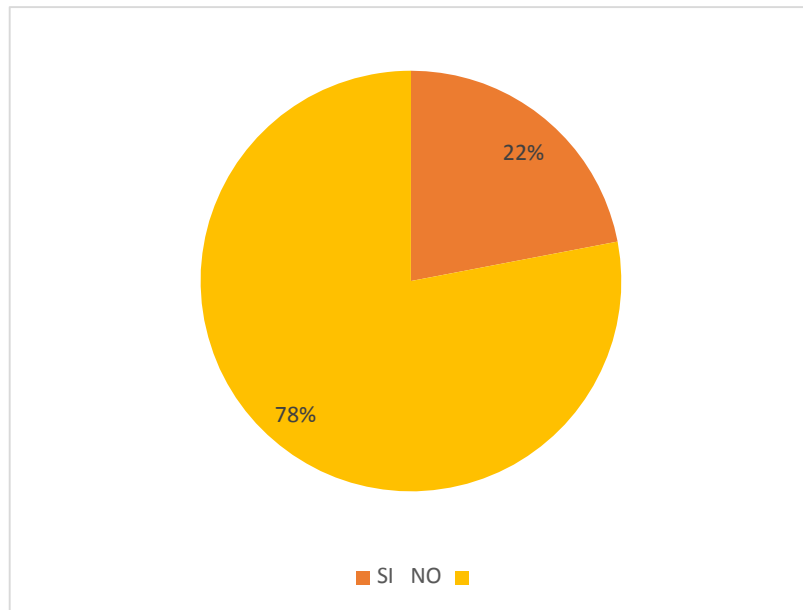


Figura 27: Gráfico circular 27 que representa la tabla "El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo"

Interpretación: En la tabla 27 y figura 27 representan que el 78% dice que los dueños no realizan evaluaciones para ver el funcionamiento del negocio y el 22% opinaron lo contrario.

Tabla 28

¿Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	22%
NO	7	78%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

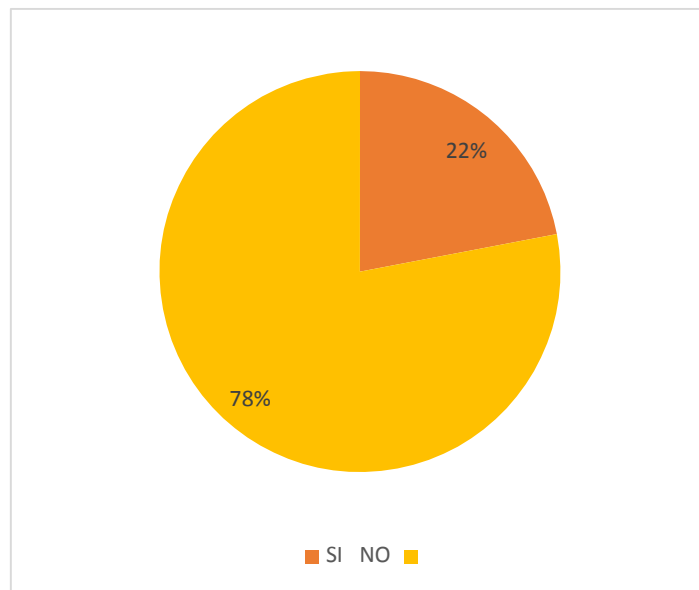


Figura 28: Gráfico circular 28 que representa la tabla “Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio”

Interpretación: En la tabla 28 y figura 28 representan que el 78% no ha podido detectar alguna deficiencia dentro del negocio gracias a la autoevaluación y el 22% opinaron lo contrario.

Tabla 29

¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	100%
NO	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

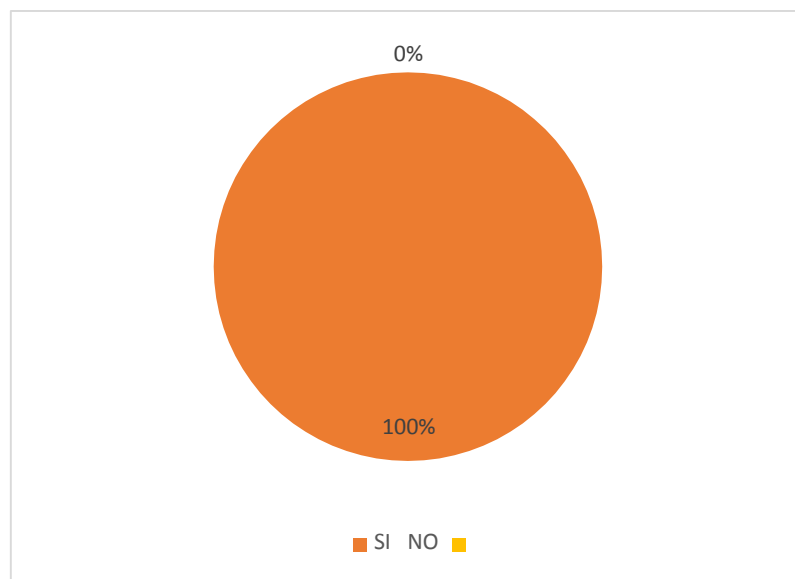


Figura 29: Gráfico circular 29 que representa la tabla “Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo”

Interpretación: En la tabla 29 y figura 29 representan que el 100% dice que cuando el cliente ve deficiencia en el producto interviene para ayudarlo.

Tabla 30

¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	33%
NO	6	67%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

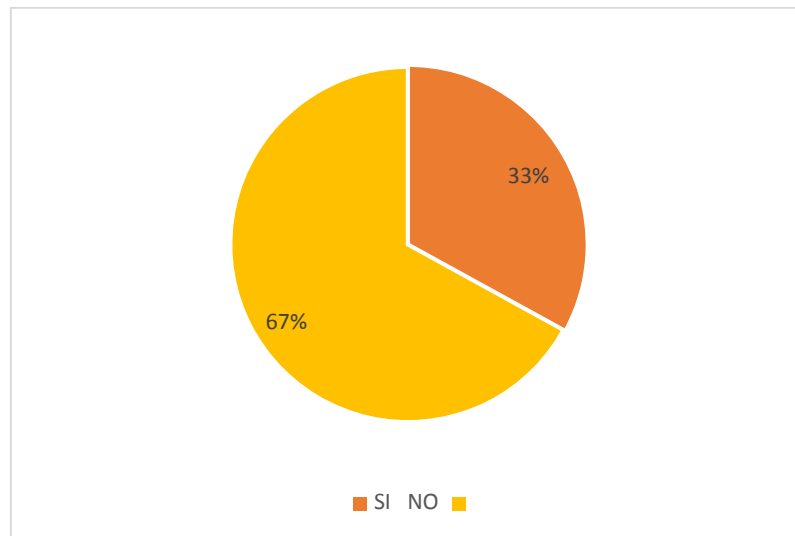


Figura 30: Gráfico circular 30 que representa la tabla “Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto”

Interpretación: En la tabla 30 y figura 30 representan que el 67% si ha detectado deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto y 33% opinaron lo contrario.

Objetivo específico N° 4: Determinar las fases de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Tabla 31

¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	100%
NO	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

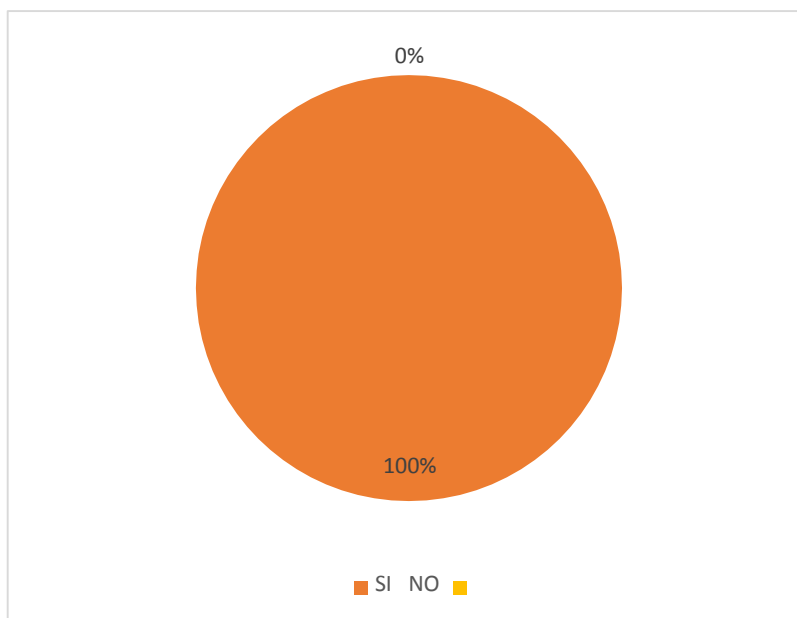


Figura 31: Gráfico circular 31 que representa la tabla “Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación”

Interpretación: En la tabla 31 y figura 31 representan que el 100% los trabajadores si tienen buena relación con el dueño del negocio.

Tabla 32

¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	11%
NO	8	89%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

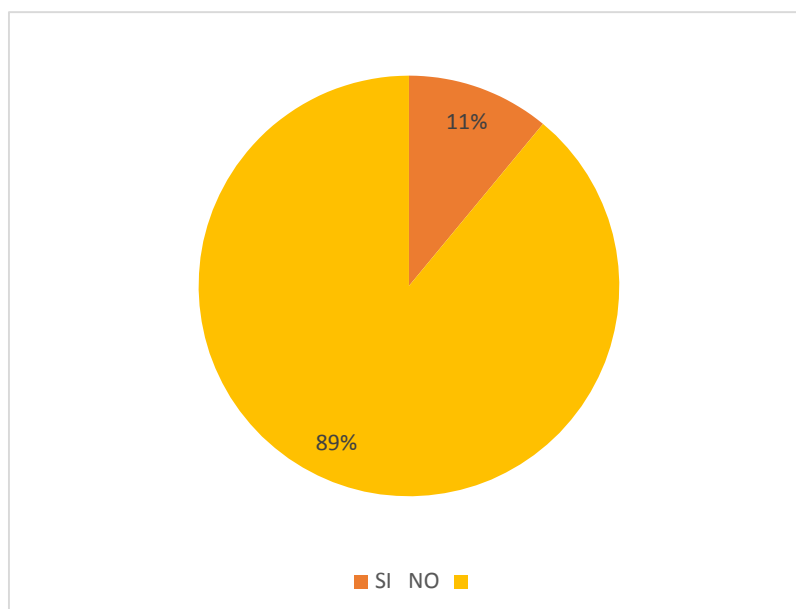


Figura 32: Gráfico circular 32 que representa la tabla “El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes”

Interpretación: En la tabla 32 y figura 32 representan que el 89% no ha implementado nuevas estrategias para tener buena relación con los clientes.

Tabla 33

¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	78%
NO	2	22%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

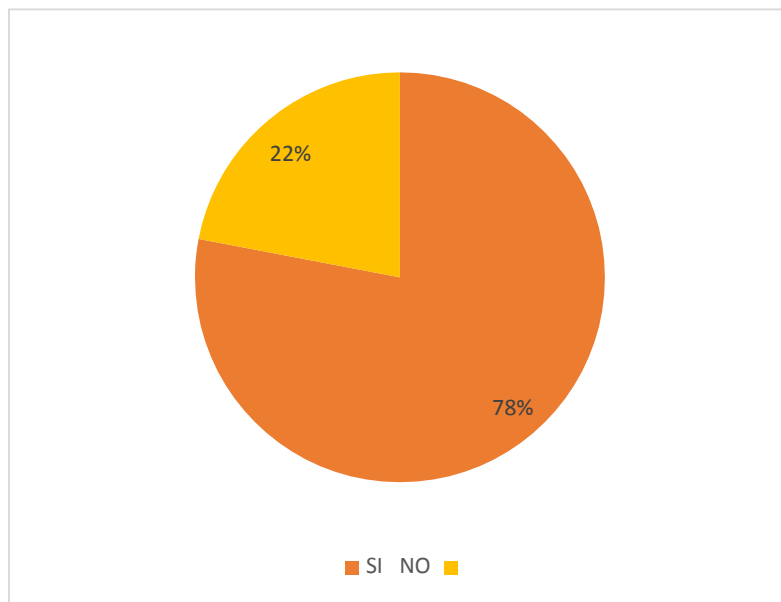


Figura 33: Gráfico circular 33 que representa la tabla “El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma”

Interpretación: En la tabla 33 y figura 33 representan que el 78% dice que si les asignan objetivos para una mejor productividad dentro del negocio y el 22% opinaron lo contrario.

Tabla 34

¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	78%
NO	2	22%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

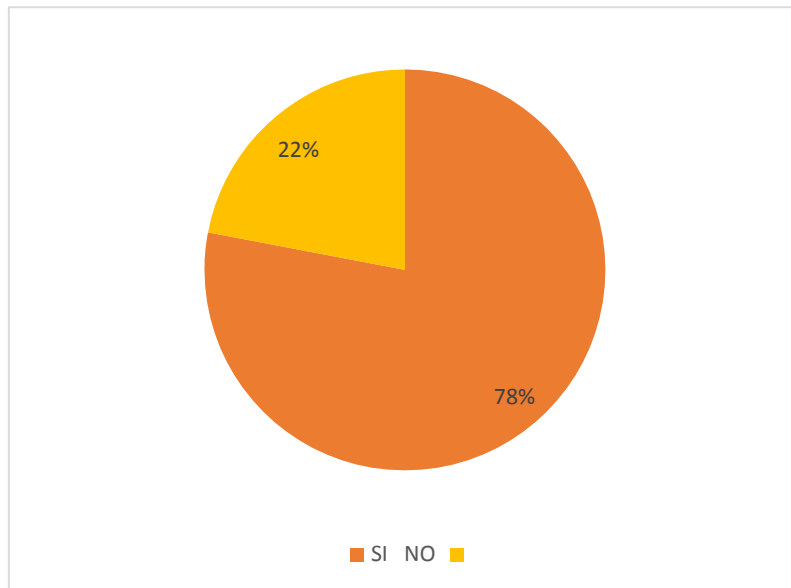


Figura 34: Gráfico circular 34 que representa la tabla “Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado”

Interpretación: En la tabla 34 y figura 34 representan que el 78% cada vez que se han planteado objetivos para una mejor producción si han logrado vender más de lo planificado y el 22% opinaron lo contrario

Tabla 35

¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	56%
NO	4	44%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

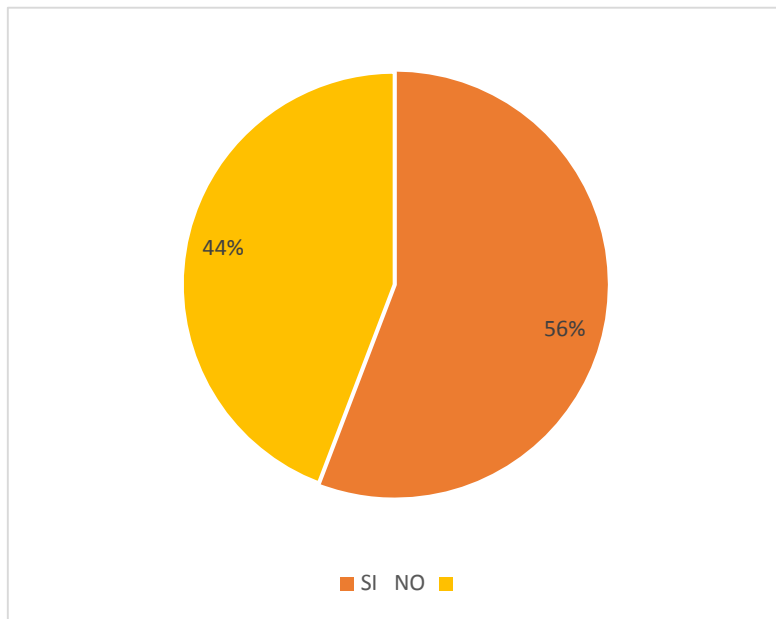


Figura 35: Gráfico circular 35 que representa la tabla "Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted"

Interpretación: En la tabla 35 y figura 35 representan que el 56% si tienen buen desempeño y el 44% opinaron lo contrario.

Tabla 36

¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	67%
NO	3	33%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

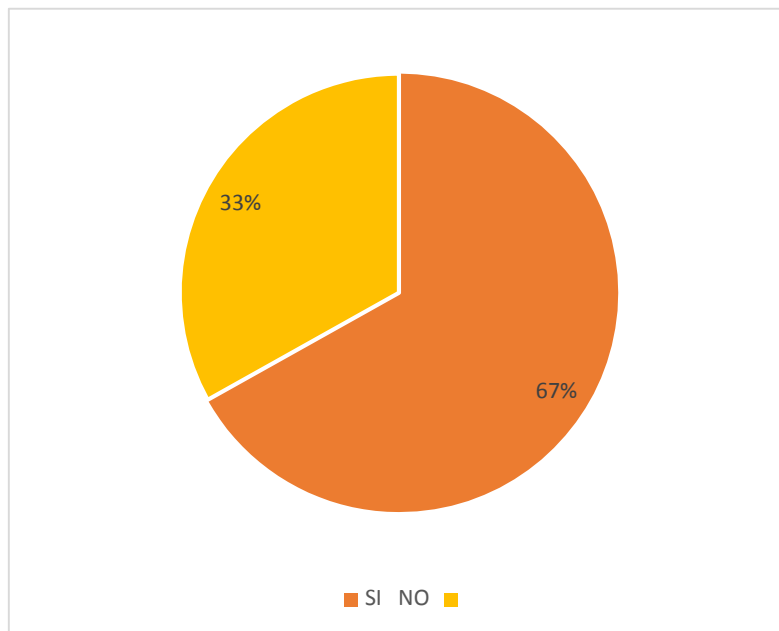


Figura 36: Gráfico circular 36 que representa la tabla “El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes”

Interpretación: En la tabla 36 y figura 36 representan que el 67% si han implementado recursos tecnológicos y el 33% opinaron lo contrario.

Tabla 37

¿Observa usted productividad en el negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	67%
NO	3	33%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores

Elaboración: Propia

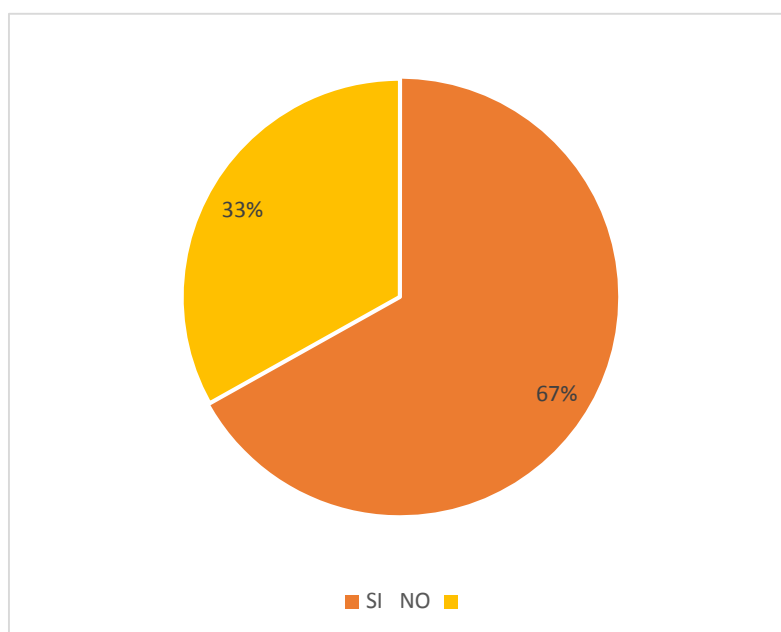


Figura 37: Gráfico circular 37 que representa la tabla “Observa usted productividad en el negocio”

Interpretación: En la tabla 37 y figura 37 representan que el 67% si observa productividad en el negocio y el 33% opinaron lo contrario.

Tabla 38

¿Su pago mensual depende a la productividad o por las ventas del negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	33%
NO	6	67%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores

Elaboración: Propia

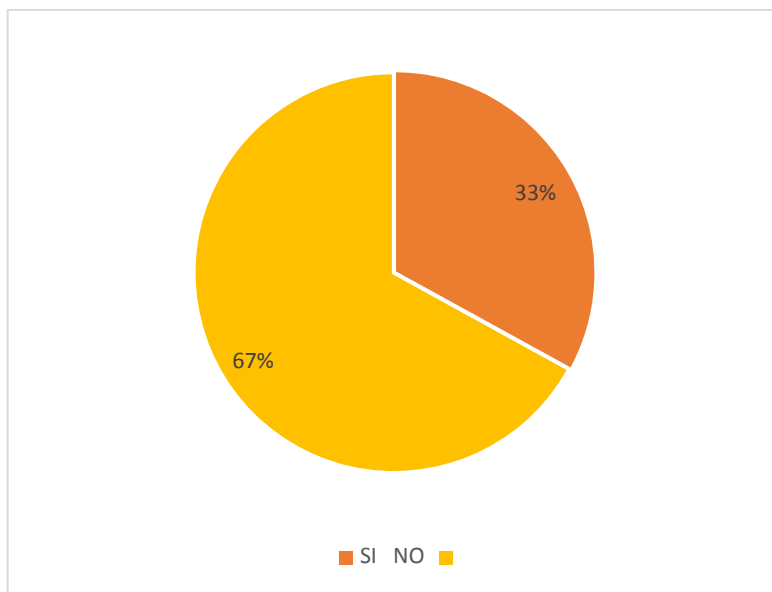


Figura 38: Gráfico circular 38 que representa la tabla "Su pago mensual depende a la productividad o por las ventas del negocio"

Interpretación: En la tabla 38 y figura 38 representan que el 67% de sus pagos no dependen de las ventas del negocio y el 33% opinaron lo contrario.

Tabla 39

¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	33%
NO	6	67%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

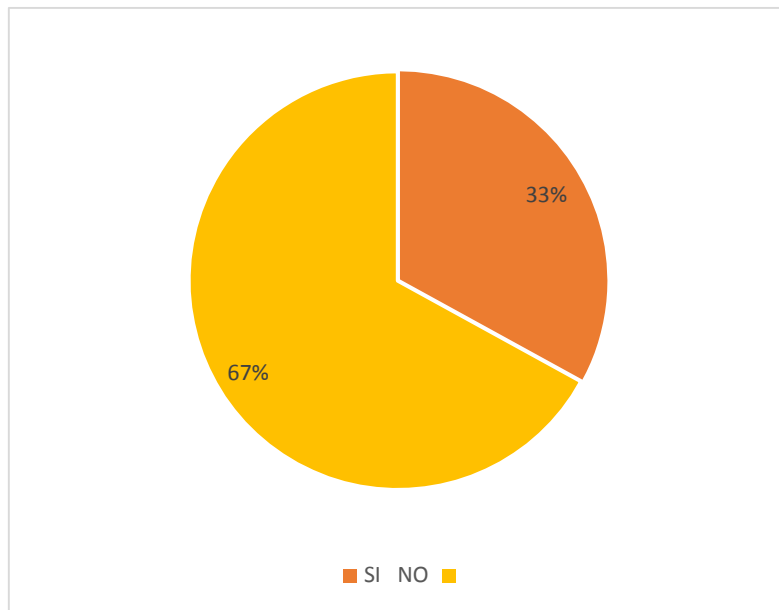


Figura 39: Gráfico circular 39 que representa la tabla “Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio”

Interpretación: En la tabla 39 y figura 39 representan que el 67% no reciben instrucciones para mejorar las ventas del negocio y el 33% opinaron lo contrario.

Tabla 40

¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	33%
NO	6	67%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores

Elaboración: Propia

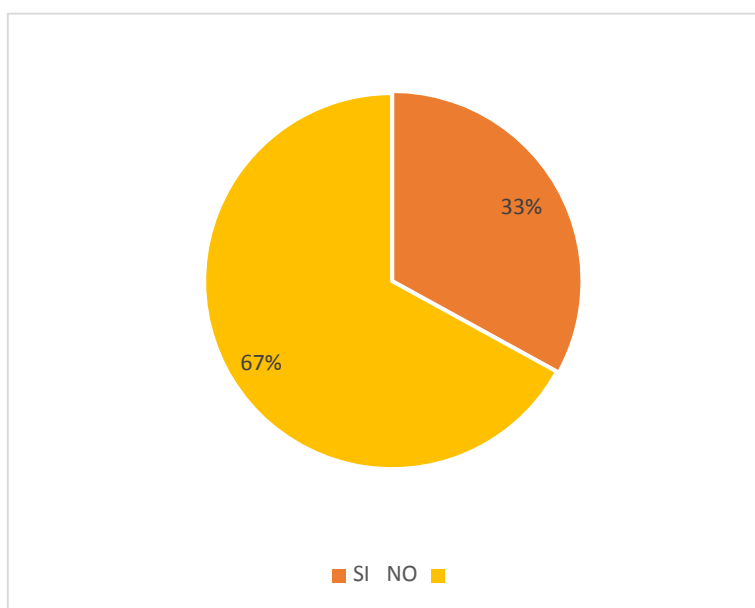


Figura 40: Gráfico circular 40 que representa la tabla “El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma”

Interpretación: En la tabla 40 y figura 40 representan que el 67% los dueños de las tiendas no realizan mejoras dentro de la misma y el 33% opinaron lo contrario.

Tabla 41

¿Es importante para usted que haya cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	100%
NO	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores
Elaboración: Propia

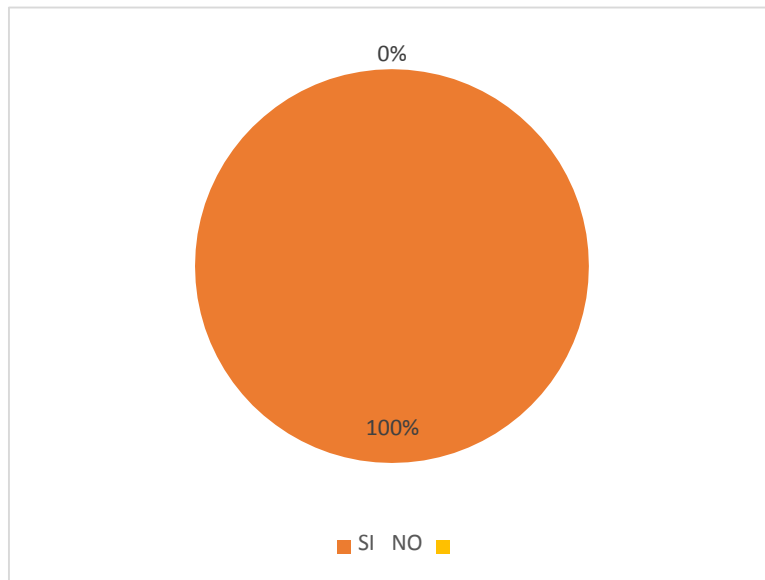


Figura 41: Gráfico circular 41 que representa la tabla “Es importante para usted que hayan cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago”

Interpretación: En la tabla 41 y figura 41 representan que el 100% dicen que si es importante que haya un cambio dentro del negocio para recibir un mejor pago.

5.2 Análisis de Resultados

5.2.1. Objetivo específico N° 1 Describir las estrategias de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

En la **Tabla 1** denominada “Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios”, del 100% de los encuestados, el 71% menciona que los precios de los productos si son inferiores a los de otros negocios. Resultado coincidente con el de Urcia (2017), donde concluyó que los precios que tienen con sus proveedores al momento que ofrecen sus productos son un poco más elevados, pero cuando hay una negociación con los clientes estos hacen que se vendan a un precio cómodo y barato. Por otro lado Porter (2018) nos dice que el liderazgo en costes se basa en vender los productos o servicios a un precio inferior al de la competencia. El producto o servicio no necesitan ser los mejores, solo tener una calidad aceptable estos se dirigen a los consumidores orientados al precio. El resultado final del estudio se considera que para los dueños de estas MYPE deben seguir manteniendo precios cómodos para los clientes de tal forma que no se pierda de vender y de ganar.

En la **Tabla 2** denominada “Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos”, del 100% de los encuestados, el 57% no tiene problemas con los clientes acerca de los precios establecidos. Resultado coincidente con el de Urcia (2017), donde concluyó que los precios que tienen con sus proveedores al momento que ofrecen sus productos son un poco más elevados, pero cuando hay una negociación con los clientes estos hacen que se vendan a un precio cómodo y

barato. Por otro lado Porter (2019) nos dice que el liderazgo en costes se basa en vender los productos o servicios a un precio inferior al de la competencia. El producto o servicio no necesitan ser los mejores, solo tener una calidad aceptable estos se dirigen a los consumidores orientados al precio. El resultado final del estudio se considera que para los dueños de estas MYPE deben seguir manteniendo precios cómodos para los clientes y así no tener problemas con los consumidores.

En la **Tabla 3** denominada “Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente”, del 100% de los encuestados, el 86% considera importante contar con precios cómodos. Resultado coincidente con el de Urcia (2017), donde concluyó que los precios que tienen con sus proveedores al momento que ofrecen sus productos son un poco más elevados, pero cuando hay una negociación con los clientes estos hacen que se vendan a un precio cómodo y barato. Por otro lado Porter (2019) nos dice que el liderazgo en costes se basa en vender los productos o servicios a un precio inferior al de la competencia. El producto o servicio no necesitan ser los mejores, solo tener una calidad aceptable estos se dirigen a los consumidores orientados al precio. El resultado final del estudio se puede opinar que si los dueños de cada MYPE mantienen o cambian precios pero a un bajo costo se van a lograr más ventas, mayores ingresos y captación de más clientes.

En la **Tabla 4** denominada “El producto que ofrece es diferente al de su competencia”, del 100% de los encuestados, el 71% de los propietarios mencionan que sus productos son diferentes a los de su competencia. Resultado coincidente con el de Valladares (2015), que concluyó que las MYPE estudiadas en su investigación si cumplen con las expectativas del producto, donde contantemente se renueva el producto, la competencia es diferente a los de otros negocios, el producto que se brinda

es duradero, tiene un costo apropiado y los clientes se fidelizan cada vez que acuden a estos mercados. Por otro lado Porter (2018) mencionó la E. de diferenciación se basa en dotar al producto o servicio de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores o inferiores, esta cualidad única puede apoyarse en todo tipo de características: diseño, atributos técnicos, desempeño, atención al cliente, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios. El resultado del estudio final se considera que cada propietario de MYPE debe tener su propio modelo de zapatos, precios accesibles y ser diferente ante la competencia.

En la **Tabla 5** denominada “Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece”, donde el 100% de los encuestados, el 86% indican que si han tratado de imitar el tipo de calzado que ofrecen. Resultado coincidente con el de Valladares (2015), que concluyó que las MYPE estudiadas en su investigación si cumplen con las expectativas del producto, donde contantemente se renueva el producto, la competencia es diferente a los de otros negocios, el producto que se brinda es duradero, tiene un costo apropiado y los clientes se fidelizan cada vez que acuden a estos mercados. Por otro lado Porter (2018) mencionó la E. de diferenciación se basa en dotar al producto o servicio de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores o inferiores, esta cualidad única puede apoyarse en todo tipo de características: diseño, atributos técnicos, desempeño, atención al cliente, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios. El resultado final del estudio se considera que si la competencia quiere imitar el producto para también vender lo mismo, lo que deben hacer los

propietarios es dar descuentos a los clientes al momento de hacer una compra, para que estos no se vayan a la competencia.

En la **Tabla 6** denominada “Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece”, donde el 100% de los encuestados, el 100% si cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrecen. Resultado que se coincide con el de Domínguez (2017), El cual concluyó que todos los clientes siempre negocian el precio para poder comprarlo, estos hacen que las MYPE ofrezcan productos a un bajo precio y a la vez exigen descuentos, con la finalidad de no ir a la competencia. Esto tiene sus ventajas y desventajas pero al final todo llega a un acuerdo entre el vendedor y el cliente. Por otro lado Porter (2018) mencionó la E. de diferenciación se basa en dotar al producto o servicio de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores o inferiores, esta cualidad única puede apoyarse en todo tipo de características: diseño, atributos técnicos, desempeño, atención al cliente, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios. El resultado final del estudio se consideró que las MYPE que se están investigando deben brindar productos de calidad para que se sigan fidelizando más clientes con el negocio.

En la **Tabla 7** denominada “Vende productos para un solo segmento de mercado”, donde el 100% de los encuestado, el 100% indico que no venden productos para un solo mercado. Resultado discrepante con Piguave (2016) el cual concluyó que todos los dueños de las MYPE que ha estudiado en su proyecto sus productos si son dirigidos a un solo mercado, además ya son reconocidos por los clientes y han alcanzado un nivel de competitividad sostenible en el ámbito laboral. Por otra parte Porter (2018) indicó que la E. de enfoque suele centrarse en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a

sus necesidades y preferencias. Por ejemplo, la empresa puede centrarse en un grupo concreto de consumidores, un mercado geográfico o una línea de productos. El resultado final del estudio se consideró que si una MYPE de cualquier rubro se centra en un solo mercado quizá no tenga ventas aseguradas pero si se tiene un negocio surtido y para todo el público se van a ver ingresos mayores y se tendrá una mejor rentabilidad.

En la **Tabla 8** denominada “Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado”, donde el 100% de los encuestados, el 100% no tiene pensado centrarse en un solo mercado. Resultado discrepante con Piguave (2016) el cual concluyó que todos los dueños de las MYPE que ha estudiado en su proyecto sus productos si son dirigidos a un solo mercado, además ya son reconocidos por los clientes y han alcanzado un nivel de competitividad sostenible en el ámbito laboral. Por otra parte Porter (2018) indicó que la E. de enfoque suele centrarse en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades y preferencias. Por ejemplo, la empresa puede centrarse en un grupo concreto de consumidores, un mercado geográfico o una línea de productos. El resultado final del estudio se consideró que si una MYPE de cualquier rubro se centra en un solo mercado quizá no tenga ventas aseguradas pero si se tiene un negocio surtido y para todo el público se van a ver ingresos mayores y se tendrá una mejor rentabilidad

En la **Tabla 9** denominada “Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia”, donde el 100% de los encuestados, el 71% indicó que si ha observado la imitación de sus productos por parte de la competencia. Resultado concordante Valladares (2015) que concluyó que las MYPE estudiadas en

su investigación si cumplen con las expectativas del producto, donde contantemente se renueva el producto, la competencia es diferente a los de otros negocios, el producto que se brinda es duradero, tiene un costo apropiado y los clientes se fidelizan cada vez que acuden a estos negocios. Por otra parte Porter (2018) indicó que la E. de enfoque suele centrarse en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades y preferencias. Por ejemplo, la empresa puede centrarse en un grupo concreto de consumidores, un mercado geográfico o una línea de productos. El resultado final del estudio se tomó en cuenta que si se observa que se está imitando el producto que se ofrece, como dueño se aplicaría un plan b que podría ser una rebaja a la hora de hacer una compra el consumidor.

5.2.2. Objetivo específico N° 2 Definir los factores de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

En la **Tabla 10** denominada “Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes”, donde el 100% de los encuestados, el 71% manifestó que si cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes. Resultado concordante con el de Domínguez (2017) El cual concluyó que todos los clientes siempre negocian el precio para poder comprarlo, estos hacen que las MYPE ofrezcan productos a un bajo precio y a la vez exigen descuentos, con la finalidad de no ir a la competencia. Esto tiene sus ventajas y desventajas pero al final todo llega a un acuerdo entre el vendedor y el cliente. Por otro lado Castellnos (2016) indicó que estrategia y planificación, generalmente no es común en la pequeña empresa y debe ser considerada. Diversos autores e investigadores coinciden que el contar con un plan

estratégico ayudará a las empresas a tomar buenas decisiones, a conocer el rumbo que quieren tomar y cómo llegar a él. El resultado final del estudio se consideró que es importante contar con estrategias para una mejor toma de decisiones y mayores ganancias para la organización.

En la **Tabla 11** denominada “Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 86% menciona que si es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio. Resultado concordante con el de Silva (2018) el cual manifestó que sus MYPE estudiadas del lugar de La Unión dice que si utilizan estrategias competitivas donde vienen hacer la producción a bajo costo del mercado, la calidad y entrega hacia los clientes es diferente a las de otras MYPE, aparte de ello cuentan con marcas exclusivas de calzado. Por otro lado Castellanos (2016) menciona que la estrategia y planificación generalmente no es común en la pequeña empresa pero debe ser considerada. Diversos autores e investigadores coinciden que el contar con un plan estratégico ayudará a las empresas a tomar buenas decisiones, a conocer el rumbo que quieren tomar y cómo llegar a él. El resultado final del estudio se consideró que las MYPE deben seguir con sus estrategias para tener mejores ventas de tal forma que logren fidelizar a los clientes.

En la **Tabla 12** denominada “Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación”, donde el 100% de los encuestados, el 86%, indicaron que antes de hacer pedido de mercadería realizan una pequeña planificación. Resultado concordante con el de Pardo. (2017), donde concluyo los dueños de cada MYPE realizan un estudio y luego planifican para realizar el pedido de mercadería el cual sirve para la elaboración del calzado, al final todo los productos son comercializados hacia los clientes de dicho mercado. Por otro lado Castellanos (2016) menciona que la

estrategia y planificación generalmente no es común en la pequeña empresa pero debe ser considerada. Diversos autores e investigadores coinciden que el contar con un plan estratégico ayudará a las empresas a tomar buenas decisiones, a conocer el rumbo que quieren tomar y cómo llegar a él. El resultado final del estudio se consideró que planificar antes de hacer pedido de mercaderías es muy importante ya que si el dueño del negocio compra lo que a él le parece y no ve que es lo que hace falta en su tienda ni mucho menos que es lo que más compra el cliente, simplemente venderá poco y no tendrá mejores ganancias.

En la **Tabla 13** denominada “Es flexible con sus colaboradores del negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 100% si son flexibles con sus colaboradores del negocio. Resultado concordante con el de Ascencio. (2018) donde concluye que se está implementado un sistema de adaptación entre el dueño, trabajador y clientes. Aparte de ello los colaboradores de cada MYPE brindan la atención adecuada el cual es muy importante para todo negocio, esto hace que los clientes se sienten muy bien atendidos de tal forma que se fidelicen con el negocio. Por otro lado Castellanos (2016) mencionó que la flexibilidad se debe aplicar por las fuertes exigencias del mercado y de la serie de productos o servicios que están a disposición de los clientes y consumidores, es importante contar con herramientas o mecanismos que permitan al negocio ser flexible. Es decir que un buen líder debe tener dinámica con los subordinados, que el mismo genere un ambiente accesible para que los trabajadores desarrollen sus actividades de una manera eficiente y que el cliente quede satisfecho con el producto y con el servicio. Por otra parte la tecnología también juega un rol importante en el desenvolvimiento de los mismos. El resultado final del estudio se consideró que todos los dueños de empresa deben ser flexibles y dinámicos con sus

colaboradores de tal forma que estos no se sientan presionados y estén seguros de su trabajo.

En la **Tabla 14** denominada “Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes”, donde el 100% de los encuestados, el 100% si observa flexibilidad en sus colaboradores al momento de atender a los clientes. Resultado coincidente con el de Ascencio. (2018) donde concluye que se está implementado un sistema de adaptación entre el dueño, trabajador y clientes. Aparte de ello los colaboradores de cada MYPE brindan la atención adecuada el cual es muy importante para todo negocio, esto hace que los clientes se sienten muy bien atendidos de tal forma que se fidelicen con el negocio. Por otro lado Castellanos (2016) mencionó que la flexibilidad se debe aplicar por las fuertes exigencias del mercado y de la serie de productos o servicios que están a disposición de los clientes y consumidores, es importante contar con herramientas o mecanismos que permitan al negocio ser flexible. Es decir que un buen líder debe tener dinámica con los subordinados, que el mismo genere un ambiente accesible para que los trabajadores desarrollen sus actividades de una manera eficiente y que el cliente quede satisfecho con el producto y con el servicio. Por otra parte la tecnología también juega un rol importante en el desenvolvimiento de los mismos. El resultado final del estudio se consideró que todo trabajador debe ser comprensible y tolerante al momento de atender al cliente, lo que se busca es que en ambas partes haya flexibilidad y buena comunicación.

En la **Tabla 15** denominada “Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 100% considera importante ser flexible dentro del negocio. Resultado concordante con el de Ascencio.

(2018) donde concluye que se está implementado la flexibilidad entre el dueño, trabajador y clientes. Aparte de ello los colaboradores de cada MYPE brindan la atención adecuada el cual es muy importante para todo negocio donde los clientes se sienten muy bien atendidos para que así se fidelicen con el negocio. Por otra parte Castellanos (2016) mencionó que la flexibilidad se debe aplicar por las fuertes exigencias del mercado y de la serie de productos o servicios que están a disposición de los clientes y consumidores, es importante contar con herramientas o mecanismos que permitan al negocio ser flexible. Es decir que un buen líder debe tener dinámica con los subordinados, que el mismo genere un ambiente accesible para que los trabajadores desarrollen sus actividades de una manera eficiente y que el cliente quede satisfecho con el producto y con el servicio. Por otra parte la tecnología también juega un rol importante en el desenvolvimiento de los mismos. El resultado final del estudio se consideró que ser flexible en un negocio es fomentar comprensión y orden entre el jefe y el trabajador y que este brinde la mejor atención al público.

En la **Tabla 16** denominada “Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado”, donde el 100% de los encuestados, donde el 71% no ha realizado un estudio de mercado para emprender un negocio. Resultado concordante con el de Pardo. (2017), donde concluyo los dueños de cada MYPE realizan un estudio y luego planifican para realizar el pedido de mercadería el cual sirve para la elaboración del calzado, al final todo los productos son comercializados hacia los clientes de dicho mercado. Por otro lado Castellanos (2016) manifestó que realizar una investigación antes de iniciar un negocio significa ver la realidad y necesidades que tienen las personas al momento de adquirir un producto o servicio, y si se investiga constantemente las necesidades que tiene el mercado se permitirá desarrollar productos

y servicios adecuados de manera que garanticen su posicionamiento y permanencia como empresa. El resultado final del estudio se consideró que antes de emprender un negocio se debe hacer un estudio de mercado, para que así no haya pérdidas al momento de comenzar a vender o de comercializar los productos.

En la **Tabla 17** denominada “Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes”, donde el 100% de los encuestados, el 71% no realiza estudios acerca de las necesidades que tienen los clientes. Resultado concordante con el de Pardo. (2017), donde concluyo los dueños de cada MYPE realizan un estudio y luego planifican para realizar el pedido de mercadería el cual sirve para la elaboración del calzado, al final todo los productos son comercializados hacia los clientes de dicho mercado. Por otro lado Castellanos (2016) manifestó que realizar una investigación antes de iniciar un negocio significa ver la realidad y necesidades que tienen las personas al momento de adquirir un producto o servicio, y si se investiga constantemente las necesidades que tiene el mercado se permitirá desarrollar productos y servicios adecuados de manera que garanticen su posicionamiento y permanencia como empresa. El resultado final del estudio se consideró que todo dueño de empresa debe realizar constantemente estudios y ver que necesidades tiene el consumido de tal forma que se logre tener a más clientes y ser competente con las demás MYPE.

En la **Tabla 18** denominada “Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 71% dice que realizar un estudio de mercado si garantiza la permanencia de un negocio. Resultado concordante con el de Pardo. (2017), donde concluyo los dueños de cada MYPE realizan un estudio y luego planifican para realizar el pedido de mercadería el cual sirve para la elaboración del calzado, al final todo los

productos son comercializados hacia los clientes de dicho mercado. Por otro lado Castellanos (2016) manifestó que realizar una investigación antes de iniciar un negocio significa ver la realidad y necesidades que tienen las personas al momento de adquirir un producto o servicio, y si se investiga constantemente las necesidades que tiene el mercado se permitirá desarrollar productos y servicios adecuados de manera que garanticen su posicionamiento y permanencia como empresa. El resultado final del estudio se consideró que cuando un dueño de empresa hace un estudio acerca de la realidad que vive el mercado de consumidores o se da cuenta de las necesidades que hay en las personas el negocio va a perdurar por un buen tiempo si es que se sabe administrar el mismo.

En la **Tabla 19** denominada “Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 57% considera importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento del negocio. Resultado concordante con el de Ascencio. (2018) donde concluye que se está implementado la flexibilidad entre el dueño, trabajador y clientes. Aparte de ello los colaboradores de cada MYPE brindan la atención adecuada el cual es muy importante para todo negocio donde los clientes se sienten muy bien atendidos para que así se fidelicen con el negocio. Por otro lado Castellanos (2016) indicó que capital humano, juega un papel importante ya que en ocasiones también es desestimado por las empresas. Los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores y como ellos trabajan, son aspectos cada vez más relevantes en la operación de cualquier negocio, ya que diversos estudios coinciden en que la mejora en los resultados de una organización provienen en gran parte del capital humano. El resultado final del estudio se consideró que todas las MYPE deben contar con el personal idóneo para desarrollar

sus actividades de trabajo dentro de la misma de manera que estos brinden un servicio de calidad y que los clientes lleguen por varias veces.

En la **Tabla 20** denominada “Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 57% indicaron que el personal de trabajo no es muy importante para iniciar un negocio. Resultado concordante con el de Ascencio. (2018) donde concluye que se está implementado la flexibilidad entre el dueño, trabajador y clientes. Aparte de ello los colaboradores de cada MYPE brindan la atención adecuada el cual es muy importante para todo negocio donde los clientes se sienten muy bien atendidos para que así se fidelicen con el negocio. Por otro lado Castellanos (2016) indicó que el capital humano, juega un papel importante ya que en ocasiones también es desestimado por las empresas. Los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores y como ellos trabajan, son aspectos cada vez más relevantes en la operación de cualquier negocio, ya que diversos estudios coinciden en que la mejora en los resultados de una organización provienen en gran parte del capital humano. El resultado final del estudio es que toda empresa debe contar con un buen personal, esto no influye mucho al momento de iniciar un negocio pero sí en las ventas del día.

En la **Tabla 21** denominada “Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 100% si cuentan con un buen personal de trabajo. Resultado concordante con el de Ascencio. (2018) donde concluye que se está implementado la flexibilidad entre el dueño, trabajador y clientes. Aparte de ello los colaboradores de cada MYPE brindan la atención adecuada el cual es muy importante para todo negocio donde los clientes se sienten muy bien atendidos para que así se fidelicen con el negocio. Por otro lado Castellanos (2016) indicó que el capital

humano, Juega un papel importante ya que en ocasiones también es desestimado por las empresas. Los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores y como ellos trabajan, son aspectos cada vez más relevantes en la operación de cualquier negocio, ya que diversos estudios coinciden en que la mejora en los resultados de una organización provienen en gran parte del capital humano. El resultado final del estudio se consideró que todas las MYPE que se están estudiando deben tener el personal necesario para el negocio, ya que si en una tienda pequeña tiene a tres trabajadores y las ventas son pocas al dueño no le va a convenir y otra que se está ahorrando pagos al personal.

En la **Tabla 22** denominada “Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos”, donde el 100% de los encuestados, el 57% si utiliza tecnología para ofrecer sus productos. Resultado discrepante con el de Cubillo (2015) donde concluye que la falta de estudio de mercado hace que no se cuente con una buena infraestructura, y las maquinarias que utiliza no son las adecuadas, es decir su tecnología no es remodelada y hace que los productos fabricados no sean bien elaborados. Por otro lado el uso de redes sociales para ofrecer sus productos no son utilizados en estos negocios. Por otra parte Castellanos (2016) mencionó que Innovación y capacidad tecnológica son aspectos que han sido considerados en los últimos años como pilares básicos para que una empresa sea competitiva. Se ha demostrado que en repetidas ocasiones los negocios más competitivos, eficientes y con un buen manejo de sus procesos son aquellos que han hacen uso de las tecnologías. El resultado final del estudio se consideró que utilizar la tecnología en un negocio hace que la misma sea competente con las demás, ya que por medio de esta herramienta se va a poder promocionar el

producto vía online, todo el mundo va a poder apreciar lo que se está ofreciendo y se generará más compras para el negocio.

En la **Tabla 23** denominada “Cree usted que vender productos vía internet es seguro”, donde el 100% de los encuestados, el 57% mencionan que vender productos por internet si es seguro. Resultado discrepante con el de Cubillo (2015) donde concluye que la falta de estudio de mercado hace que no se cuente con una buena infraestructura, y las maquinarias que utiliza no son las adecuadas, es decir su tecnología no es remodelada y hace que los productos fabricados no sean bien elaborados. Por otro lado el uso de redes sociales para ofrecer sus productos no son utilizados en estos negocios. Por otra parte Castellanos (2016) mencionó que Innovación y capacidad tecnológica son aspectos que han sido considerados en los últimos años como pilares básicos para que una empresa sea competitiva. Se ha demostrado que en repetidas ocasiones los negocios más competitivos, eficientes y con un buen manejo de sus procesos son aquellos que han hacen uso de las tecnologías. El resultado final del estudio se consideró que aparte de vía online es generar que todo el mundo aprecie tu producto, una de las ventajas sería que sí es seguro vender por redes sociales. Desde mi punto de vista diría que hay un 50% de seguridad e inseguridad.

En la **Tabla 24** denominada “Es importante la tecnología para un negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 71% determina que la tecnología si es importante para un negocio. Resultado discrepante con el de Cubillo (2015) donde concluye que la falta de estudio de mercado hace que no se cuente con una buena infraestructura, y las maquinarias que utiliza no son las adecuadas, es decir su tecnología no es remodelada y hace que los productos fabricados no sean bien elaborados. Por otro lado el uso de redes sociales para ofrecer sus productos no son

utilizados en estos negocios. Por otra parte Castellanos (2016) mencionó que Innovación y capacidad tecnológica son aspectos que han sido considerados en los últimos años como pilares básicos para que una empresa sea competitiva. Se ha demostrado que en repetidas ocasiones los negocios más competitivos, eficientes y con un buen manejo de sus procesos son aquellos que han hacen uso de las tecnologías. El resultado final del estudio se consideró que todo negocio debe tener una herramienta tecnología para ofrecer un producto o servicio ya sea por Facebook o whatsapp, esto hace que todo el mundo se entere lo que se está vendiendo.

5.2.3. Objeto específico N° 3 Especificar las claves de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

En la **Tabla 25** denominada “El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece”, donde el 100% de los encuestados, el 67% mencionaron que el dueño del negocio si brinda información a los clientes. Resultado coincidente con el de Valderrama. (2015) Donde concluyó que los clientes al momento de comprar el producto ellos se fijan en la calidad y el precio del mismo, además cuentan con la orientación y ayuda del colaborador donde este brinda la información acerca del producto que la empresa ofrece de tal forma que la persona sepa lo que está comprando, se fidelice, se sienta seguro y conforme con lo adquirido. Por otra parte la ISO 9001 (2015) manifestó que disponer de la información adecuada, es la transparencia correlación de persistencia con el primer punto, para satisfacer las expectativas del consumidor es indispensable establecer de información apropiada sobre los mismos, que comprendan aspectos vinculado.

En la **Tabla 26** denominada “Usted brinda información acerca de sus productos”, donde el 100% de los encuestados, el 100% indica que brinda información a sus clientes acerca de su producto. Resultado concordante con el Valderrama. (2015) Donde concluyó que los clientes al momento de comprar el producto ellos se fijan en la calidad y el precio del mismo, además cuentan con la orientación y ayuda del colaborador donde este brinda la información acerca del producto que la empresa ofrece de tal forma que la persona sepa lo que está comprando, se fidelice, se sienta seguro y conforme con lo adquirido. Por otra parte la ISO 9001 (2015) manifestó que disponer de la información adecuada, es la transparencia correlación de persistencia con el primer punto, para satisfacer las expectativas del consumidor es indispensable establecer de información apropiada sobre los mismos, que comprendan aspectos vinculado. El resultado final del estudio se consideró que si las MYPE brindan o anuncian información acerca de lo que vende muchos van a llegar a comprar su producto y se van a generar ingresos para la misma.

En la **Tabla 27** denominada “El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo”, donde el 100% de los encuestados, el 78% no realizan evaluaciones para ver el funcionamiento del negocio. Resultado coincidente con el de Reyes (2017) el cual concluyó que la gestión de inventarios permitirá a la empresa BLGOL S.A.C, obtener una buena planificación y control de sus productos, permitirá escoger los lotes adecuados por cada producto y el punto en que se debe de reabastecer la empresa y evitara retrasos en las entregas de los productos, y se podrá anticipar a la demanda y la competencia, se establecerán políticas de inventarios donde el cliente perciba que los productos estén a un bajo costo y estén accesibles para comprarlos, todo ello será beneficioso para la situación económica y financiera de la

empresa. Por otro lado ISO 9001 (2015) dijo que La autoevaluación es un material esencial para desarrollar el pronóstico de una empresa o para examinar su nivel de maduración, lo que autoriza distinguir sus fortalezas y espacio de oportunidad. Los diferentes tipos de eminencia incorporan propuestas de autoevaluación apropiadas y comparadas, pero constantemente se debe utilizar la misma hasta que se concluya el suceso. Cualquier autoevaluación debe tener el apoyo y responsabilidad de la dirección para admitir el rendimiento y empujar los planes de acción que surjan selecciones de criterios y responsabilidades. De acuerdo con la autoevaluación, otro factor clave para alcanzar un excelente procedimiento de empleo de calidad es distinguir o escoger los principios y sub principios a trabajar, lo cual accede a reconocer la superficie más fuerte y las señales de perfeccionamiento, así como los encargados de las diferentes áreas.

En la **Tabla 28** denominada “Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio”, en donde el 100% de los encuestados, el 78% mencionan que el jefe no ha detectado deficiencias dentro del negocio. Resultado coincidente con el de Reyes. (2017) Donde concluyó que la empresa BLGOL S.A.C, tiene una planificación y control de los productos, de tal forma que permitirá escoger todos los lotes de cada producto, llevar una secuencia, que los precios tengan un costo moderado, que haya beneficio para la organización y al mismo tiempo detectar las dificultades que tiene el cliente al momento de adquirir un producto para que después se dé la solución respectiva. Por otra parte la ISO 9001 (2015) indicó que la evaluación de la productividad actual, en este contenido pueden acontecer dos cosas: que la productividad de la organización esté en un nivel bajo o que los índices la cual mide a la productividad sean errónea. En cualquiera de ambos

escenarios, lo principal es que se concreten las estrategias para que haya un mejoramiento al momento de utilizar los recursos.

En la **Tabla 29** denominada “Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo”, donde el 100% de los encuestados, el 100% si intervienen al momento de que el cliente observa deficiencia en el producto. Resultado coincidente con el de Reyes. (2017) Donde concluyó que la empresa BLGOL S.A.C, tiene una planificación y control de los productos, de tal forma que permitirá escoger todos los lotes de cada producto, llevar una secuencia, que los precios tengan un costo moderado, que haya beneficio para la organización y al mismo tiempo detectar las dificultades que tiene el cliente al momento de adquirir un producto para que después se dé la solución respectiva. Por otro lado la ISO 9001 (2015) donde manifestó que se les asigna deficiencia a los errores distinguidos por parte de los usuarios en la buena calidad de los servicios. Dicho en otro modo, esta imperfección simboliza la disconformidad existente, desde la perspectiva de los usuarios, entre el trabajo esperado y el trabajo adquirido. Es otro aspecto clave, en esta ocasión desde el punto de vista adverso, se determina la calidad del servicio.

En la **Tabla 30** denominada “Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto”, donde el 100% de los encuestados, el 67% si ha detectado deficiencia en los productos al momento de adquirir un producto Resultado coincidente con el de Reyes. (2017) Donde concluyó que la empresa BLGOL S.A.C, tiene una planificación y control de los productos, de tal forma que permitirá escoger todos los lotes de cada producto, llevar una secuencia, que los precios tengan un costo moderado, que haya beneficio para la organización y al mismo tiempo detectar las dificultades que tiene el cliente al momento de adquirir

un producto para que después se dé la solución respectiva. Por otra parte la ISO (2015) quien manifestó que se les asigna deficiencia a los errores distinguidos por parte de los usuarios en la buena calidad de los servicios. Dicho en otro modo, esta imperfección simboliza la disconformidad existente, desde la perspectiva de los usuarios, entre el trabajo esperado y el trabajo adquirido. Es otro aspecto clave, en esta ocasión desde el punto de vista adverso, se determina la calidad del servicio.

5.2.4. Objetivo específico N° 4 Determinar las fases de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

En la **Tabla 31** denominada “Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación”, en donde el 100% de los encuestado, el 100% indica que si se llevan bien el propietario y sus trabajadores. Resultado coincidente con el de Rugel (2018) donde concluye diciendo que gracias a la gestión de calidad permite llevar un control de todos los trabajadores que conforman la organización y así exista una excelente comunicación entre el jefe y trabajador. Todo se realiza con la finalidad de que las actividades que se desempeñan se lleven a cabo de manera fluida y eficiente mente. Por otro lado ISOTools 9001 (2015) donde concluyó que la definición del entorno actual de la organización, para que la productividad de una organización vaya mejorando, lo primordial que se debe realizar es un estudio de la situación actual de la misma, en otras palabras las razones deben estar bien claras acerca de por qué es necesario implementar un sistema de gestión de tal forma ver cuáles son las ventajas más resaltantes que la empresa va a recibir.

En la **Tabla 32** denominada “El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes”, donde el 100% de los encuestados, el 89% indica que el dueño del negocio no ha implementado nuevas estrategias para que haya buena relación entre colaboradores y clientes. Resultado discrepante con Zavala (2017), el cual concluyó que el propietario si implementa estrategias pero no para que haya una buena relación o comunicación con el propietario, si no que sus estrategias vienen hacer la de personalizar el calzado, elaborado a base de zapan, aparte de ello la las páginas web y las redes sociales son herramientas para promocionar y vender los productos. Por otro lado ISOTools 9001 (2015) donde concluyó que la definición del entorno actual de la organización, para que la productividad de una organización vaya mejorando, lo primordial que se debe realizar es un estudio de la situación actual de la misma, en otras palabras las razones deben estar bien claras acerca de por qué es necesario implementar un sistema de gestión de tal forma ver cuáles son las ventajas más resaltantes que la empresa va a recibir.

En la **Tabla 33** denominada “El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma”, donde el 100% de los encuestados, el 78% dice que si les asignan objetivos para una mejor productividad dentro del negocio. Resultado coincidente con Reyes (2017), el cual concluyó que objetivo principal de una organización es la planificación y control de los productos, de forma que cuando se quiera abastecer a una empresa la entrega no se retrase y así se pueda anticipar a la demanda y a la competencia con precios bajos y accesibles para que el público en general pueda comprar su producto. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que los objetivos son derivados del estudio del entorno de la organización, donde estos

son metas concretas, y que la compañía puede aspirarlas en un corto, mediano o largo plazo, se deben asignar objetivos parciales como la constitución de trabajar en equipo, clarificar los tiempos de producción, la educación de recursos.

En la **Tabla 34** denominada “Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado llegar a la meta”, donde el 100% de los encuestados, el 78% cada vez que se han planteado objetivos para una mejor producción si han logrado vender más de lo planificado Resultado coincidente con Reyes (2017), el cual concluyó que objetivo principal de una organización es la planificación y control de los productos, de forma que cuando se quiera abastecer a una empresa la entrega no se retrase y así se pueda anticipar a la demanda y a la competencia con precios bajos y accesibles para que el público en general pueda comprar su producto. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que los objetivos son derivados del estudio del entorno de la organización, donde estos son metas concretas, y que la compañía puede aspirarlas en un corto, mediano o largo plazo, se deben asignar objetivos parciales como la constitución de trabajar en equipo, clarificar los tiempos de producción, la educación de recursos.

En la **Tabla 35** denominada “sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted”, donde el 100% de los encuestados, el 56% si tienen buen desempeño. Resultado coincidente con Rugel (2018), el cual concluyó que los propietarios brindar información de los procesos y actividades fluidamente, es por ello que entre colaboradores tienen muy buena comunicación, pues eso hace que desempeñen eficientemente sus labores planteadas mantengan un buen desempeño, que desarrollen muy bien sus funciones. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que uno de los aspectos más trascendentes en los métodos de la gestión. No

puede existir calidad si es que no hay conocimiento previo a los recursos con lo que la empresa cuenta, si es el personal o la tecnología. Desde el preciso instante las organizaciones deben ver la forma como optimizarlos, corregirlos y si fuera posible intervenirlos.

En la **Tabla 36** denominada “el dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes”, donde el 100% de los encuestados, el 67% si han implementado recursos tecnológicos. Resultado coincidente con Zavala (2017), el cual concluyó que si utilizan la tecnología, ya que el mundo hoy en día se encuentra muy globalizado, es por ello que tienen páginas en las redes sociales donde muestran sus productos, realizan atención virtual y al cliente se les hace más fácil obtener información del precio, entre otros. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que uno de los aspectos más trascendentes en los métodos de la gestión. No puede existir calidad si es que no hay conocimiento previo a los recursos con lo que la empresa cuenta, si es el personal o la tecnología. Desde el preciso instante las organizaciones deben ver la forma como optimizarlos, corregirlos y si fuera posible intervenirlos.

En la **Tabla 37** denominada “usted como trabajador observa productividad en el negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 67% si observa productividad en el negocio. Resultado concordante con Rugel (2018), el cual concluyó que todos conocen cada uno de los procesos del sistema de calidad, es por ello que manteniendo una buena interacción y comunicación, las labores son realizadas de la manera correcta y muy eficientemente, lo que quiere decir que tienen una buena rentabilidad y muchos beneficios. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que el objetivo de la productividad es medir la eficiencia de producción por cada factor o recurso utilizado,

entendiendo por eficiencia el hecho de obtener el mejor o máximo rendimiento utilizando un mínimo de recursos. En pocas palabras es el beneficio que se obtiene después de todos los procesos ejecutados.

En la **Tabla 38** denominada “su pago mensual depende a la productividad o por las ventas del negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 67% de sus pagos no dependen de las ventas del negocio. Resultado coincidente con De la Cruz (2016), el cual concluyó que gran parte de las personas que trabajan de manera formal tienen muchos beneficios a su favor respecto a las leyes establecidas por el estado, pero también tiene que ver las ventas diarias que realicen con innovación y entusiasmo. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que el objetivo de la productividad es medir la eficiencia de producción por cada factor o recurso utilizado, entendiendo por eficiencia el hecho de obtener el mejor o máximo rendimiento utilizando un mínimo de recursos. En pocas palabras es el beneficio que se obtiene después de todos los procesos ejecutados.

En la **Tabla 39** denominada “a medida que va pasando el tiempo recibe instrucciones por parte del dueño para mejorar la productividad del negocio”, donde el 100% de los encuestados, el 67% no reciben instrucciones para mejorar las ventas del negocio. Resultado coincidente con Reyes (2017), el cual concluyó que el principal objetivo y meta que tiene el dueño de la MYPE es que todos estén conformes con su plan estratégico, es por ello que controla, capacita y delega funciones e instrucciones a cada uno de los integrantes del equipo de trabajo para el mejor surgimiento y el aumento de la productividad desarrollando sus habilidades y sus funciones establecidas anticipadamente. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que es importante implementar las mejoras necesarias logrando optimizar el grado de

productividad de la organización. Se debe tener en cuenta y diferenciar que productividad no es igual a la producción, significa realizar cosas con el menor uso de los recursos.

En la **Tabla 40** denominada “reciben instrucciones de mejora en las ventas del día a día”, donde el 100% de los encuestados, que el 67% los dueños de las tiendas no realizan mejoras dentro de la misma. Resultado coincidente con Reyes (2017), el cual concluyó que el principal objetivo y meta que tiene el dueño de la MYPE es que todos estén conformes con su plan estratégico, es por ello que controla, capacita y delega funciones e instrucciones a cada uno de los integrantes del equipo de trabajo para el mejor surgimiento y el aumento de la productividad desarrollando sus habilidades y sus funciones establecidas anticipadamente. Por otro lado ISOTools 9001 (2015), mencionó que es importante implementar las mejoras necesarias logrando optimizar el grado de productividad de la organización. Se debe tener en cuenta y diferenciar que productividad no es igual a la producción, significa realizar cosas con el menor uso de los recursos.

En la **Tabla 41** denominada “es importante para usted que haya una mejora dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago”, donde el 100% de los encuestados, el 100% dicen que si es importante que haya un cambio dentro del negocio para recibir un mejor pago. Resultado coincidente con De la Cruz (2016), el cual concluyó que los funcionarios que trabajan en el ámbito formal tienen mejores beneficios que la ley ampara, para ello deben estar comprometidos y desarrollar sus labores encomendadas de la manera correcta, asimismo si se realizan observaciones se tienen que hacer las mejoras respectivas y dar solución a alguna deficiencia, obteniendo más clientes, mejor rentabilidad y recibir incentivos por parte de la MYPE. Por otro lado ISOTools

9001 (2015), mencionó que es importante implementar las mejoras necesarias logrando optimizar el grado de productividad de la organización. Se debe tener en cuenta y diferenciar que productividad no es igual a la producción, significa realizar cosas con el menor uso de los recursos.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En relación a las estrategias de competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano; se observó que existe un gran nivel de propietarios que cuentan con clientes fieles gracias a la diferenciación del producto con respecto a la competencia. Por otra parte los dueños de las MYPE no venden productos para un solo mercado, el cual les permite tener más ingresos y contar con variedad de clientes

En cuanto a los factores de competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano; se dice que todos los propietarios si observa que sus colaboradores son flexible al momento de atender a los clientes ya que es una herramienta importante para tener más acogida de consumidores. Por otro lado dichos negocios si cuentan con el personal suficiente para la atención al público, este recurso es indispensable en toda MYPE ya que con su buen desempeño se van a lograr los objetivos planteados que tiene la empresa.

En relación a las claves de la calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano; se observó que los colaboradores si consideran importante que los clientes adquieran información de cada uno de los productos que ofrecen las tiendas de calzado, enfocándose principalmente en el precio y la calidad, por lo consiguiente el colaborador si está pendiente acerca de las dudas que tienen los clientes respecto alguna deficiencia encontrada en el calzado, brindándole solución a las interrogantes del público, y lograr que se interese por el hasta realizar la compra respectiva.

Con respecto a las fases de la calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano; se observó que los colaboradores y propietario mantienen una buena relación dentro y fuera del trabajo, esto describe que la situación actual del mismo permite desarrollar las funciones en un buen clima laboral, evadiendo los más mínimos errores. Además cada trabajador considera importante que existan cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago por el eficiente desempeño laboral.

RECOMENDACIONES

Se deben desarrollar las fases de gestión de calidad de la mejor manera para que las actividades y los procesos no se vean afectados.

La buena relación que existe entre el propietario y el colaborador debe perdurar todo el tiempo que este labore en su negocio, para que ambas partes traigan beneficios a la tienda entre ellos los clientes y más ventas.

Se aconseja a las MYPE que deben implementar estrategias, mejoras para que los procesos sean mejor desarrollados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Angulo, L. (2016) *la gestión efectiva del capital de trabajo en las empresas*. Ecuador:

Universidad Metropolitana. Recuperado de:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-

36202016000400006

Alegría, L. (2018) *Informalidad sigue dominando la creación de empleo en el Perú*.

Perú: El comercio. Recuperado de:

[https://elcomercio.pe/economia/peru/informalidad-sigue-dominando-creacion-](https://elcomercio.pe/economia/peru/informalidad-sigue-dominando-creacion-peru-noticia-547252)

[peru-noticia-547252](https://elcomercio.pe/economia/peru/informalidad-sigue-dominando-creacion-peru-noticia-547252)

Ascencio, L. (2018) *Caracterización de la competitividad y rentabilidad de las*

MYPES, sector comercio, rubro calzado para damas y niñas, en el distrito de

aguas verdes-Zarumilla, 2018. Perú: universidad Católica los Ángeles

Chimbote. Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8209/COMPET](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8209/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_ASCENCIO_DIOSES_LUCIO_GABRIEL%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[ITIVIDAD_RENTABILIDAD_ASCENCIO_DIOSES_LUCIO_GABRIEL%](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8209/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_ASCENCIO_DIOSES_LUCIO_GABRIEL%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8209/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_ASCENCIO_DIOSES_LUCIO_GABRIEL%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Balestrini (2016) *La población y muestra*. Argentina: Recuperado de:

http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html.

Bungue, M. (2017) *educación y ciencias tecnológica*. Blogger. Recuperado de:

<http://www.andrese.blogspot.com/2017/11/la-tecnologia-segun-varios->

[autores.html](http://www.andrese.blogspot.com/2017/11/la-tecnologia-segun-varios-autores.html)

Bastías, R. (2016) *“ZAPATOS CORDWAINER HANDMADE SHOES”*. Chile:

Universidad de Chile. Recuperado de:

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/143334/Bastias%20Silva%20Rodrigo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Casanova, R. (2017) *Plan de Análisis*. México: mindmeister. Recuperado de: <https://www.mindmeister.com/es/943678047/plan-de-an-lisis>

Castellanos (2016). *Factores claves para alcanzar la competitividad*. México: el economista. Recuperado de: http://www.joseacontreras.net/admon/Competitividad/competitividadotrospfs/sectoreconomista/Factores_clave_para_la_competitividad.pdf

Castañeda, D. (2016) *Herramientas, máquinas y equipos de la empresa*. Slide Share. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/dalilamarcelac/herramientas-maquinas-y-equipos-de-la-empresa-1>

Cebreros (2015) *Tesis doctorales de ciencias sociales*. Perú: Eumed.net. Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm>.

Chumacero, R. (2018) *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE del rubro comercialización de calzado del mercado modelo central de Piura, año 2018*. Piura: Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3739/CAPACITACION_Y_ATENCION_AL_CLIENTE_CHUMACERO%20HOLGUIN_ROSMERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2zcyxHLnHxA-CBpDqM6nHZF9usBbQklge-vonnIfnAV0-r63E6Qt7-Psw

ComexPerú (2018) *el 83,5% de las mypes en el Perú son informales*. Perú: Portal voz de los emprendedores. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/economia/comexperu-mypes-peru-informalidad>

Crosby. (2015) *Gestión de la calidad conceptos de filosofía*. Venezuela: Scribd. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/2628724/GESTION-DE-LA-CALIDAD-CONCEPTOS-Y-FILOSOFIAS>.

Cuba, E. (2018) *El empleo formal en el Perú: una minoría*. Perú: Lampadia. Recuperado de: <https://www.lampadia.com/opiniones/elmer-cuba/el-empleo-formal-en-el-peru-una-minoria/>

Cubillo, E. (2015) *Proyecto de inversión para la instalación de una fábrica de calzado en la ciudad de Guayaquil*. Ecuador: Universidad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6258/1/tesis%20final%20%20CALZADO%20%283%29.pdf>

De la Cruz, L. (2016) *CARACTERIZACIÓN DE FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO ZAPATERÍAS EN LA CIUDAD DE TARAPOTO-PROVINCIA DE SAN MARTÍN, PERÍODO 2016*. Perú: universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1009/FORMALIZACION_GESTION_DE_CALIDAD_DE_LA_CRUZ_FLORES_LENYPdf?sequence=1&isAllowed=y

De la Peña, F. (2018) *Organización y métodos de trabajo*. España: Universidad a Distancia de Madrid. Recuperado de: <https://www.udima.es/es/organizacion-metodos-trabajo.html>

Diario Peru21 (2018) *Empresas peruanas destacan por su compromiso con el medio ambiente*. Peru: Peru21. Recuperado de: <https://peru21.pe/economia/empresas-peruanas-destacan-compromiso-medio-ambiente-447585-noticia/>

Domínguez, V. (2017) *Caracterización del financiamiento y competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura, año 2017*. Piura: universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1913/FINANCIAMIENTO_COMPETITIVIDAD_DOMINGUEZ_PALACIOS_VICTOR_ABRAHAM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El Gobierno Peruano (2018) *Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE)*. Perú: Plataforma digital única del estado del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/279-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa-remype>

El Ministerio de Economía y Finanzas (2018) *PBI creció en primer semestre del 2018 a su tasa más alta registrada en los últimos nueve semestres*. Perú: el MEF. Recuperado de: <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5741>

Fabra (2017) *Cómo hacer mi empresa más competitiva*. España: Uncomo. Recuperado de: <https://negocios.uncomo.com/articulo/como-hacer-mi-empresa-mas-competitiva-26262.html>

García, S. (2017) *análisis de puestos de trabajo y selección del personal*. España: Universidad Miguel Hernández de Elche. Recuperado de: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4425/3/TFG%20Garc%C3%ADa%20Molina%2C%20Sergio.pdf>

Guardado, M. (2018) *Las 7 tradiciones y costumbres de Perú más representativas*. Perú: Recursosdeautoayuda. Recuperado de: <https://www.recursosdeautoayuda.com/tradiciones-costumbres-peru/>

Hurtado y Toro (2015) *La población y muestra*. Argentina: Recuperado de: http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html.

INEI, (2018) *Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana*. Perú. Obtenido de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-n04_mercado-laboral-ene-feb-mar2018.pdf

INEI (2018) *INEI: resultado del Censo arrojó que en Perú hay más de 31 millones de habitantes*. Perú: América Televisión. Recuperado de: <https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/inei-resultado-censo-arrojo-que-peru-hay-mas-31-millones-habitantes-n327572>

ISO 9001 (2015) *Sistemas de Gestión de Calidad*. España: ICB editores. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=RhkWdWAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwIjg4PA3dzBAhUBvIMKHRrFAMIQ6AEIODAD#v=onepage&q&f=false>.

ISO 9001 (2015) *Claves de la calidad aplicada a la gestión empresarial*. Perú: ISOTools-exellence. Recuperado de:

<https://www.isotools.org/2015/04/30/claves-de-la-calidad-aplicada-a-la-gestion-empresarial/>.

ISOTool. (2015) *Fases para implementar un sistema de calidad orientado al incremento de la productividad*. Perú: Blog Calidad y Excelencia. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2015/06/16/fases-para-implementar-un-sistema-de-calidad-orientado-al-incremento-de-la-productividad/>

Kerlinger (2015) *Introducción a la metodología de la investigación*. Perú: Eumed.net. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2i.htm>.

Lira, J. (2017) *¿Qué errores llevan a una micro empresa al fracaso?* Perú: Diario Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/errores-llevar-micro-empresa-fracaso-131189-noticia/>

Lira, J. (2018) *El Gobierno modificó el reglamento de Ley de Mype*. Perú: Diario Gestión. Recuperado de: <https://archivo.gestion.pe/noticia/312421/gobierno-modifico-reglamento-ley-mype?ref=gesr>

Ocampo, A. (2018) *“La innovación tecnológica en la gestión de la industria de calidad del cuero y elaboración de calzado - Caso CITEcca”*. Piura: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13055/Ocampo_RAY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Osorio, J. (2017) *principios éticos de la investigación*. Colombia: Universidad del valle. Recuperado de: http://www.medicinabuenosaires.com/revistas/vol60-00/2/v60_n2_255_258.pdf

- Pardo, P. (2017) *Competitividad en MYPES de calzado del distrito El Porvenir, año 2017*. Perú: en la universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11518/pardo_sp.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paredes, J. (2015) *Optimización y Gestión Del Proceso Productivo De La Industria De Calzado –Indesa*. Guatemala: Universidad De San Carlos De Guatemala. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_0560_MI.pdf
- Piguave, R. (2016) *Asociativismo entre Pymes ecuatorianas para impulsar la competitividad, aplicado al ensamble de calzado masculino con producción intermedia en la ciudad de Guayaquil*. España: Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/672734>
- Porter, M. (2014) *Competitividad, concepto e importancia*. México: Milenio. Recuperado de: <http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>.
- Porter, M. (2018) *Las 3 estrategias competitivas genéricas de Michael Porter*. Redacción CepymeNews. Recuperado de: <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>
- Reyes, J. (2017) *Gestión de inventarios y su efecto en la situación económica y financiera de la empresa de calzado BLGOL S.A.C Trujillo 2017*. Perú: universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9993/reyes_aj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosell, C. (2018) *Más de 600 empresas peruanas se unen para cuidar el medio ambiente*. Perú: Diario Gestión. Recuperado de:

<https://gestion.pe/economia/empresas/600-empresas-peruanas-unen-cuidar-medio-ambiente-226467-noticia/>

Ruiz, M. (2017) *Más del 50% de mypes cierran antes de 3 años*. Perú: Diario Peru21.

Recuperado de: <https://peru21.pe/economia/50-mypes-cierran-3-anos-405727-noticia/>

Sánchez, B. (2014) *LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA*

TRIBUTARIA. Perú: Quipuramayoc. Recuperado de:

[file:///C:/Users/user/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20(1).pdf)

Sabino (2015) *Metodología de la investigación*. About. Recuperado de:

<https://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/>.

Sampieri, H. (2014), Tesis de investigación. México: Recuperado de:

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/08/que-son-las-hipotesis-segun-hernandez.html>.

Silva, C. (2018) *caracterización de la competitividad y financiamiento de las MYPE*

rubro calzado del distrito de la unión - Piura, año 2018. Piura: universidad

Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10620/COMPE>

[TITIVIDAD_FINANCIAMIENTO_SILVA_MORE_CARINA_MARISELA.](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10620/COMPE)

[pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10620/COMPE)

SUNAFIL (2018) *RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA*

EMPRESA. Peru: SUNAFIL. Recuperado de: [http://ucsp.edu.pe/wp-](http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf)

[content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf](http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf)

SUNAT (2018) *Decreto legislativo que aprueba la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso del empleo decente*. Perú: SUNAT. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>

Tamayo (2015), *Metodología cuantitativa*. Perú: Eumed.net. Recuperado de: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html.

Tamayo (2015) *Técnicas e instrumentos para la recolección de datos*. España: Prezi. Recuperado de: <https://prezi.com/yqtf3lm73jkx/tecnicas-e-instrumentos-para-recoleccion-de-datos/>.

Urcia, K. (2017) *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO DE ZAPATERIAS DEL DISTRITO DE CHICLAYO, 2016*. Perú: universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3164/GESTION_COMPETITIVIDAD_URCIA_VERA_KARINA_YVONNE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valderrama, S. (2015) *GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO VENTA DE CALZADO PARA DAMAS DEL DISTRITO EL PORVENIR, AÑO 2014*. Perú: universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8533/CALIDAD_COMPETITIVIDAD_VALDERRAMA_VILLANUEVA_SANDY_DAYANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Valladares, Z. (2015) *Competitividad y mercadotecnia en las MYPE comerciales rubro calzado del mercado modelo La Parada–Talara, año 2015*. Piura: universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/863/MERCADOTECNIA_COMPETITIVIDAD_VALLADARES_RUJEL_ZAYRA_MERCEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villar (2017) *Mypes siguen aumentando pero formalización no avanza*. Peru: El comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>
- Viteri & Albuja (2016) *Análisis y propuesta de fortalecimiento empresarial y gestión de calidad en el sector de la industria del calzado de cuero en el Cantón Cotacachi. Caso: taller “Victoria Rosas”*. Ecuador: Universidad Internacional Del Ecuador. Recuperado de: https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/49/1/T-UIDE-0009.pdf?fbclid=IwAR3ewthAMJiYRy3xIEnAf8Vg0oxCNd1AjLLq88KrnRyBCmcrL3emqv_p22Q
- Zavala, E. (2017) *“comercialización de calzado personalizado para damas localizado en la ciudad de Guayaquil”*. Ecuador: Universidad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20722/1/TESIS%20COMERCIALIZACION%20DE%20CALZADO%20PERSONALIZADO%20PARA%20DAMAS%20LOCALIZADO%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20GUAYAQUIL.pdf>

ANEXOS

MATRIZ DE INSTRUMENTO

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	PREGUNTAS	FUENTE	INSTRUMENTO	ESCALA
COMPETITIVIDAD	ESTRATEGIAS	Costes	¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?	PROPIETARIOS	CUESTIONARIO	NOMINAL
			¿Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?			
			¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?			
		Diferenciacion	¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?			
			¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?			
			¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?			
		Enfoque	¿Vende productos para un solo segmento de mercado?			
			¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?			
			¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?			
	FACTORES	Estrategias	¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?	PROPIETARIOS	CUESTIONARIO	NOMINAL
			¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?			
			¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?			
		Flexibilidad	¿Es flexible con sus colaboradores del negocio?			
			¿Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes?			
			¿Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio?			
		Investigacion	¿Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado?			
			¿Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes?			
			¿Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio?			
		Capital Humano	¿Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio?			
			¿Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio?			
			¿Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio?			
Tecnologia		¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?				
		¿Cree usted que vender productos vía internet es seguro?				
		¿Es importante la tecnología para un negocio?				

Elaboración: Propia

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	PREGUNTAS	FUENTE	INSTRUMENTO	ESCALA
GESTIÓN DE CALIDAD	CLAVES	Información	¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?	COLABORADORES	CUESTIONARIO	NOMINAL
			¿Usted brinda información acerca de los productos que ofrece el negocio?			
		Autoevaluación	¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?			
			¿Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?			
		Detección	¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?			
			¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?			
	FASES	Situación actual	¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?	COLABORADORES	CUESTIONARIO	NOMINAL
			¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?			
		Objetivos	¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?			
			¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?			
		Personal de trabajo	¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?			
			¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?			
		Productividad	¿Observa usted productividad en el negocio?			
			¿Su pago mensual depende a la productividad del negocio?			
Mejora	¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?					
	¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?					
		¿Es importante para usted que hayan cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?				

Elaboración: Propia



CUESTIONARIO PARA EL PROPIETARIO

“Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el Centro de Calzado Boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018”

Querido participante reciba Ud. Mis más sinceros saludos, me identifico como estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Piura, pertenezco a la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, vengo a su persona con el propósito de recibir información el cual sirve para una investigación acerca de las caracterizaciones de competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería, en el Centro de Calzado Boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Por lo consiguiente, Ud. Marcará con un aspa (x) la respuesta que crea conveniente, dicho cuestionario solo se necesitará 5 minutos de su tiempo. En representación de la misma se le agradece por todo el apoyo brindado.

COMPETITIVIDAD

1- ¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?

SI NO

2- ¿Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?

SI NO

3- ¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?

SI NO

4- ¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?

SI NO

5- ¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?

SI NO

6- ¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?

SI NO

7- ¿Vende productos para un solo segmento de mercado?

SI NO

8- ¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?

SI NO

9- ¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?

SI NO

10- ¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?

SI NO

11- ¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?

SI NO

12- ¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?

SI NO

13- ¿Es flexible con sus colaboradores del negocio?

SI NO

14- ¿Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes?

SI NO

15- ¿Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio?

SI NO

16- ¿Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado?

SI NO

17- ¿Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes?

SI NO

18- ¿Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio?

SI NO

19- ¿Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio?

SI NO

20- ¿Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio?

SI NO

21- ¿Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio?

SI NO

22- ¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?

SI NO

23- ¿Cree usted que vender productos vía internet es seguro?

SI NO

24- ¿Es importante la tecnología para un negocio?

SI NO



CUESTIONARIO PARA LOS COLABORADORES

“Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el Centro de Calzado Boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018”

Querido participante reciba Ud. Mis más sinceros saludos, me identifico como estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Piura, pertenezco a la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, vengo a su persona con el propósito de recibir información el cual sirve para una investigación acerca de las caracterizaciones de competitividad y gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería, en el Centro de Calzado Boulevard el Trujillano, cercado de Piura, año 2018.

Por lo consiguiente, Ud. Marcará con un aspa (x) la respuesta que crea conveniente, dicho cuestionario solo se necesitará 5 minutos de su tiempo. En representación de la misma se le agradece por todo el apoyo brindado.

GESTIÓN DE CALIDAD

1- ¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?

SI NO

2- ¿Para usted es importante que las microempresas brinden información acerca de sus productos?

SI NO

3- ¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?

SI NO

4- ¿Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?

SI NO

5- ¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?

SI NO

6- ¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?

SI NO

7- ¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?

SI NO

8- ¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?

SI NO

9- ¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?

SI NO

10- ¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?

SI NO

11- ¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?

SI NO

12- ¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?

SI NO

13- ¿Observa usted productividad en el negocio?

SI NO

14- ¿Su pago mensual depende a la productividad del negocio?

SI NO

15- ¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?

SI NO

16- ¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?

SI NO

17- ¿Es importante para usted que hayan cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?


SI NO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Orlando Anca Clavijo, identificado
(DNI 02786302, 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 Carmen Carmen Luis Gabriel, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE, RUBRO ZAPATERÍA EN EL CENTRO DE CALZADO BOULEVARD EL TRIJTLLANO, URD. PIURA, AÑO 2018, 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.

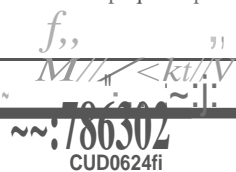
Piura, 09 de octubre del 2019



Mg. Anca Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma

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	
	Preguntas para propietarios						
1- ¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?							Si(O) No (t)
2- ¿Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?							Si(O) No (ll)
3- ¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?							Si(O) No(P,)
4- ¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?							Si(O) No(~)
5- ¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?							Si(O) No(6t')
6- ¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?							Si(O) No~
7- ¿Vende productos para un solo segmento de mercado?							Si(O) No (v)
8- ¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?							Si(O) No (Y)
9- ¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?							Si(O) No (J)
10- ¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?							Si(1 No (9)
11- ¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?							Si(-, No(:)
12- ¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?							Si(O) No(!)



 780302

CUD0624fi

13- ¿Es flexible con sus colaboradores del negocio?	l/	/	/	Si()	No (-0)
14- ¿Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes?	v/	i	/	Si()	No(,)
15- ¿Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio?	.i	i'	i	Si()	No(,)
16- ¿Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado?	i/	v	y	Si()	No(,)
17- ¿Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes?	.i	"	/	Si()	No(,)
18- ¿Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio?	/	"	f	Si()	No(,)
19- ¿Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio?	.i	.i	f	Si()	No(lQ)
20- ¿Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio?	i/	v	/	Si()	No(~)
21- ¿Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio?	.i	v	/	Si()	No("9)
22- ¿Sus proveedores utilizan productos de calidad	v'	/	i/	Si()	No('9)
23- ¿Es importante que un negocio utilice productos de buena calidad?	.i	i/	/	Si()	No(~)
24- ¿Considera usted que brindar productos de calidad es atraer a más clientes?	/	/	/	Si()	No(-)
25- ¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?	/	/	i	Si()	No(,)
26- ¿Cree usted que vender productos vía internet es seguro?	/	i/	/	Si()	No(~)
27- ¿Es importante la tecnología para un negocio?	/	i/	/	Si()	No(,)

¡Muchas gracias por su colaboración!

GESTIÓN DE CALIDAD

¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorarla redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?!		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO

Preguntas para colaboradores							
1- ¿Usted satisface la necesidad del cliente ayudándole a elegir el producto?	/		/	/			Si() No(*)
2- ¿Cree usted que la satisfacción del cliente es el principal objetivo del negocio en que trabaja	/		/	/			Si() No(<)
3- ¿Usted como trabajador sabe cómo satisfacer la necesidad del cliente?	/		/	/			Si() No(')
4- ¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?	/		/	/			Si() No (t)
5- ¿Para usted es importante que las microempresas brinden información acerca de sus productos?	/		/	/			Si() No()
6- ¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?	/		/	/			Si() No(,)
7- ¿Gracias a la autocvaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?	/		/	/			Si() No (i)
8- ¿Cuenta con habilidad para atender a los clientes?	/		/	/			Si() No()
9- ¿Es importante para usted brindar productos de calidad?	/		/	/			Si() No (i)
10- ¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?	/		/	/			Si() Nov)
11- ¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?	/		/	/			Si() No(,i)

12- ¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?	i/	v	v	Si() No()
13- ¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?	J	.i	.j	Si() No(i)
14- ¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?	j	/	t	Si() No(~)
15- ¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?	/	v/	.j	Si() No(II)
16- ¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?	/	i/	v	Si() No(~)
17- ¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?	(.j	.j	Si() No(tj)
18- ¿Observa usted productividad en el negocio?	.i	v	.j	Si() No(,9)
19- ¿Su pago mensual depende a la productividad del negocio?	i	.i	J	Si() No(')
20- ¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?	/	,	,	Si() No(J)
21- ¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?	/	.j	.j	Si() No(,l)
22- ¿Es importante para usted que hayan cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?	;	!)	/	Si() No(')

¡Muchas gracias por su colaboración!




Mg. Ana Clariza Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, García Bermúdez Artemiza identificado
con DNI 02638932 MAGÍSTER 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 Carmen Carmen Luis Gabriel, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYDE, RUBRO ZAPATERÍA EN EL CENTRO DE CALZADO BOULIVARD EL TRUJILLANO, URR. PIURA, AÑO 2018, 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.

Piura, 09 de octubre del 2019



Mg. Lic. Adm. Artemiza García Bermúdez
CLAD. 02341

— irma

COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿[s tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preguntas para propietarios							
1- ¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?							Si()
	/		(i		No{)
2- ¿Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?							Si()
	--/		V		'I		Noó4:
3- ¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?							Si()
	X		!		X		No\()
4- ¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?							Si()
			X		y-		No~
5- ¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?							Si()
	"<		V:		't		No Q
6- ¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?							Si()
	X		f		'/		No)Q
7- ¿Vende productos para un solo segmento de mercado?							Si()
	!--		X		X		No~
8- ¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?							Si()
			X		f		No,(9
9- ¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?							Si()
			'		X		No{(
10- ¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?							Si()
	f		V:		y		Noef
11- ¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?							Si()
	'..		/		V		Not(J
12- ¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?							Si()
	!-		X		f		No)'(

¡Muchas gracias por su colaboración!

¡~.1,,n.l' tu1
y

GESTIÓN DE CALIDAD	¿K~ 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	
Preguntas para colaboradores							
1- ¿Usted satisface la necesidad del cliente ayudándole a elegir el producto?	{		y		'/		Si() No~
2- ¿Cree usted que la satisfacción del cliente es el principal objetivo del negocio en que trabaja	'í.		f		'/		Si() No~
J. ¿Usted como trabajador sabe cómo satisfacer la necesidad del cliente?			f		f		Si() No~
4- ¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?	1		'f		V		No (0)
5- ¿Para usted es importante que las microempresas brinden información acerca de sus productos?	'(i		{		Si() No({
6- ¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?	'i		'/		1		Si() No('Í
7- ¿Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?	~		'/		'f		Si() Not;''
8- ¿Cuenta con habilidad para atender a los clientes?	i		f		I		Si() NorÁ
9- ¿Es importante para usted brindar productos de calidad?	'4		f		'f		Si() Noc/
10- ¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?	'{		i		'f		Si() Not4
11- ¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?	X	('('f		Si() No fi

1,031'

--

12- ¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?	t	X.	f.	Si() No(>f)
13- ¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?	'f	'/	y	Si() No (>('
14- ¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?	'{:	'(!'	Si() No,ef
15- ¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?	'f	'/	y	Si() NoE,4
16- ¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?	'f	i	γ-	Si() Noj4
17- ¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?	'f	γ-'	'/	Si() No}()
18- ¿Observa usted productividad en el negocio?	'f	j	'/	Si() N~
19- ¿Su pago mensual depende a la productividad del negocio?		'f	l	Si() Nop(
20- ¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?	!!! 'i	'/	y	Si() No_o(
21- ¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?	f	'f	'f	Si() No}()
22- ¿Es importante para usted que hayan cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?	l	X	f	Si() N°)Q

¡Muchas gracias por su colaboración!



Lic. Adm. Artemisa García Arismendi
CLAD. 03141



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, _____, identificado con DNI _____, MAGÍSTER EN _____, 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 Carmen Carmen Luis Gabriel, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE, RUBRO ZAPATERÍA EN EL CENTRO DE CALZADO BOULEVARD EL TRUJILLANO, URD. PIURA, AÑO 2018, 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.

Piura, 09 de octubre del 2019



Firma

COMPUTIVIDAD	¿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	
Preguntas para propietarios							
1- ¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?	y		r		K		Si() Nor,t
2- ¿Tiene problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?	y		y		t		Si() f; 1
3- ¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?	'e		~		~		Si() No{p
4- ¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?	y)		Si() No_i>
5- ¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?							Si()
6- ¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?)v		y		y'.		No~ Si()
7- ¿Vende productos para un solo segmento de mercado?	v		y		v		No~ Si()
8- ¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?	y		y)		No~ Si()
9- ¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?	y		y-		y-		No~ Si()
10- ¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?	y		'f		'f		No('f
11- ¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?	y.				'f-		Si() 'f-
12- ¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?	y-		y		'f-		No~ Si()
	X)		<		'f-		No()<_

13- ¿Es flexible con sus colaboradores del negocio?	>()	~	Si() No~
14- ¿Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes?	V	y	'/	Si() No~
15- ¿fa importante para usted ser flexible dentro de un negocio?	y	y	y	Si() No){
16- ¿Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado?	Y.,	{	}	Si() Not-r
17- ¿Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes?	t	'í		Si() NoW
18- ¿Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio?	y	~	'''	Si() No(\i:
19- ¿Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio?	l	y	'K	Si() No){(
20- ¿Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio?	~	'y	'f	Si() Notf
21- ¿Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio?	X	'/	y	Noy
22- ¿Sus proveedores utilizan productos de calidad	y	t	'X	No t;(
23- ¿Es importante que un negocio utilice productos de buena calidad?	Y-	{	X	~
24- ¿Considera usted que brindar productos de calidad es atraer a más clientes?	l	l	y	Si() No~
25- ¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?	'i-	'::	y:~	Si() No~
26- ¿Cree usted que vender productos vía internet es seguro?	f	'f	'!	SiR No)(
27- ¿Es importante la tecnología para un negocio?	~	'j_	"f	Si() No~

[Muchas gracias por su colaboración!



GRUPO 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	

Preguntas para colaboradores							
1- ¿Usted satisface la necesidad del cliente ayudándole a elegir el producto?	l		r		t		Si() No()\$
2- ¿Cree usted que la satisfacción del cliente es el principal objetivo del negocio en que trabaja	y		~		~		Si() Noi
3- ¿Usted como trabajador sabe cómo satisfacer la necesidad del cliente?	~		>()		X		Si() No()!..
4- ¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?	'(~)('		Si() Nov
5- ¿Para usted es importante que las microempresas brinden información acerca de sus productos?	X		~		X:		Si() No<".t.
6- ¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?	y		y		~		Si() No~
7- ¿Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?	y		y		\		Si() No~
8- ¿Cuenta con habilidad para atender a los clientes?	'(y		'r		Si() No~
9- ¿Es importante para usted brindar productos de calidad?	y		'y		'l'		Si() No!f.t.
10- ¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?	'{'		y		'f		Si() NoR
11- ¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?	'{'		X		y		No!l._ Si()

12- ¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?	X	y	'X	Si()	No~
13- ¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?	'e	y_	'}	Si()	No(r
14- ¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?	'y_	y	f	Si()	No~
15- ¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?	'(\	'f	Si()	No~
16- ¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?	'F-	<	'y_	Si()	No~
17- ¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?	}	\	y	Si()	No fy:
18- ¿Observa usted productividad en el negocio?	'{,	X	\	Si()	No~
19- ¿Su pago mensual depende a la productividad del negocio?	X	'X	r:	Si()	Nov
20- ¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?	y_)e		Si()	No~
21- ¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?	y_	\{	't	Si()	No~
22- ¿Es importante para usted que hayan cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?	'[f	Y-	Si()	No({

¡Muchas gracias por su colaboración!



LIBRO DE CODIGOS

PREGUNTA	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Objetivo N°1: Describir las estrategias de competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, urb. Piura, año 2018.			
1. ¿Los precios de los productos que vende son inferiores a los de otros negocios?	SI	5	71%
	NO	2	29%
2. ¿Tienen problema con algunos clientes acerca de los precios que ya están establecidos?	SI	3	43%
	NO	4	57%
3. ¿Cree usted que es importante contar con precios cómodos para que así tenga más acogida del cliente?	SI	6	86%
	NO	1	14%
4. ¿El producto que ofrece es diferente al de su competencia?	SI	5	71%
	NO	2	29%
5. ¿Su competencia ha tratado de imitar el tipo de calzado que usted ofrece?	SI	6	86%
	NO	1	14%
6. ¿Cuenta con clientes fieles gracias al tipo de calzado que ofrece?	SI	7	100%
	NO	0	0%
7. ¿Vende productos para un solo segmento de mercado?	SI	0	0%
	NO	7	100%
8. ¿Tiene pensado más adelante centrarse en un solo mercado?	SI	0	0%
	NO	7	100%
9. ¿Ha observado alguna imitación de sus productos por parte de su competencia?	SI	5	71%
	NO	2	29%

Elaboración: Propia

PREGUNTA	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Objetivo N° 2: Detallar los factores de la competitividad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, urb. Piura, año 2018.			
10. ¿Cuenta con estrategias para llamar la atención de los clientes?	SI	5	71%
	NO	2	29%
11. ¿Es importante tener estrategias para que haya más venta en el negocio?	SI	6	86%
	NO	1	14%
12. ¿Antes de hacer pedido de mercadería usted realiza una pequeña planificación?	SI	6	86%
	NO	1	14%
13. ¿Es flexible con sus colaboradores del negocio?	SI	7	100%
	NO	0	0%
14. ¿Observa que sus colaboradores son flexibles al momento de atender a los clientes?	SI	7	100%
	NO	0	0%
15. ¿Es importante para usted ser flexible dentro de un negocio?	SI	7	100%
	NO	0	0%
16. ¿Antes de emprender este negocio a realizo un estudio de mercado?	SI	2	29%
	NO	5	71%
17. ¿Usted realiza estudios acerca de las necesidades que tienen sus clientes?	SI	2	29%
	NO	5	71%
18. ¿Cree usted que realizar un estudio de mercado garantiza el posicionamiento y permanencia de su negocio?	SI	5	71%
	NO	2	29%
19. ¿Es importante contar con un buen personal de trabajo para el crecimiento de su negocio?	SI	4	57%
	NO	3	43%
20. ¿Para usted el personal de trabajo es importante para iniciar un negocio?	SI	3	43%
	NO	4	57%
21. ¿Cuenta con el suficiente personal de trabajo en su negocio?	SI	7	100%
	NO	0	0%
22. ¿Hace uso de la tecnología para ofrecer sus productos?	SI	4	57%
	NO	3	43%
23. ¿Cree usted que vender productos vía internet es seguro?	SI	4	57%
	NO	3	43%
24. ¿Es importante la tecnología para un negocio?	SI	5	71%
	NO	2	29%

Elaboración: Propia

PREGUNTA	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Objetivo N° 3: Especificar las claves de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, urb. Piura, año 2018			
25. ¿El dueño del negocio brinda información a los clientes acerca de los productos que ofrece?	SI	6	67%
	NO	3	33%
26. ¿Para usted es importante que las microempresas brinden información acerca de sus productos?	SI	9	100%
	NO	0	0%
27. ¿El dueño del negocio realiza evaluaciones para ver el funcionamiento del mismo?	SI	2	22%
	NO	7	78%
28. ¿Gracias a la autoevaluación el jefe ha podido detectar algunas deficiencias dentro del negocio?	SI	2	22%
	NO	7	78%
29. ¿Cuándo el cliente observa alguna deficiencia en el producto usted interviene para solucionarlo?	SI	9	100%
	NO	0	0%
30. ¿Ha detectado alguna vez una deficiencia por parte de los clientes al momento de adquirir un producto?	SI	3	33%
	NO	6	67%

Elaboración: Propia

PREGUNTA	ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Objetivo N° 4: Determinar las fases de la gestión de calidad en las MYPE, rubro zapatería en el centro de calzado boulevard el Trujillano, urb. Piura, año 2018.			
31. ¿Actualmente los trabajadores y el dueño del negocio tienen una buena relación?	SI	9	100%
	NO	0	0%
32. ¿El dueño del negocio ha implementado nuevas estrategias para tener una buena relación entre los colaboradores y clientes?	SI	1	11%
	NO	8	91%
33. ¿El dueño del negocio les asigna objetivos para una mejor productividad dentro de la misma?	SI	7	78%
	NO	2	22%
34. ¿Cada vez que se plantean una serie de objetivos para una mejor producción han logrado vender más de lo planificado?	SI	7	78%
	NO	2	22%
35. ¿Sus compañeros tienen buen desempeño en el trabajo al igual que usted?	SI	5	56%
	NO	4	44%
36. ¿El dueño del negocio ha implementado recursos tecnológicos para poder atender a los clientes?	SI	6	67%
	NO	3	33%
37. ¿Observa usted productividad en el negocio?	SI	6	67%
	NO	3	33%
38. ¿Su pago mensual depende a la productividad o por las ventas del negocio?	SI	3	33%
	NO	6	67%
39. ¿Recibe instrucciones para mejorar las ventas del negocio?	SI	3	33%
	NO	6	67%
40. ¿El dueño de la tienda realiza mejoras dentro de la misma?	SI	3	33%
	NO	6	67%
41. ¿Es importante para usted que haya cambios dentro del negocio y así poder recibir un mejor pago?	SI	9	100%
	NO	0	0%

Elaboración: Propia

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	40.00	2	80.00
Fotocopias	10.00	1	10.00
Empastado	50.00	2	100.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	13.00	1	13.00
Lapiceros	5.00	1	5.00
Servicios			
Uso de turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	10.00	1	10.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsabl			268.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso Humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			920.00

Elaboración: Propia