



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPE RUBRO PANADERÍA DE HUARAZ – ÁNCASH 2022**

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

AUTORA

COLLAZOS BOBADILLA, HEIDA

ORCID: 0000-0003-4483-4683

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Collazos Bobadilla Heida

ORCID: 0000-0003-4483-4683

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias e ingeniería,
Escuela profesional de Administración, Huaraz, Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. María del Carmen, Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Dr. José Germán, Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. María Isabel, Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

a DIOS por guiarme y brindarme la vida y a mi familia que siempre está apoyándome, a las MYPE rubro panadería por haberme permitido el recojo de información para poder completar este proyecto.

DEDICATORIA

A mis padres, hermanos y tíos, por enseñarme a no rendirme a pesar de las circunstancias que siempre están conmigo para apoyarme en todo momento.

RESUMEN

Este informe de investigación tuvo como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash - 2022. La metodología que se empleó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la población fue finita de 6 propietarios, 24 trabajadores e infinita de 30 clientes, los resultados principales fueron que el 100% de propietarios consideran que hay que tener claro, todos los requerimientos que necesita un negocio, tanto, la planificación, estrategias y evaluación, por otro lado el 100% de los trabajadores consideran que los líderes, precisan acciones correctas para la misma, así como afirman que el servicio es muy adecuado para satisfacer a los clientes, además, un promedio entre el 80% y 90% de clientes, afirmaron que tanto, servicios como calidad de productos, satisface y cumplen con sus expectativas. Las principales conclusiones es los elementos de aplicación de la encuesta donde la MYPE se basan en la planificación de metas y estrategias para el logro de las metas y la evaluación continua, estos elementos están directamente relacionados con el compromiso del personal y su capacitación para tomar decisiones acertadas, esta es la ventaja de la competencia, se aprovecha principalmente sobre diferenciales de costos, sin comprometer la calidad y el servicio brindado, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Palabras clave: Gestión de calidad, Competitividad, MYPE.

ABSTRACT

The general objective of this research report was to identify the characteristics of quality management based on competitiveness in the MYPE in the bakery category of Huaraz Áncash - 2022. The methodology used was quantitative, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, the population was finite of 6 owners, 24 workers and infinite of 30 clients, the main results were that 100% of owners consider that it is necessary to be clear about all the requirements that a business needs, both planning, strategies and evaluation. On the other hand, 100% of the workers consider that the leaders require correct actions for it, as well as affirm that the service is very adequate to satisfy the clients, in addition, an average between 80% and 90% of clients, stated that both services and product quality satisfy and meet their expectations. The main conclusions are the elements of application of the survey where the MYPE are based on the planning of goals and strategies for the achievement of the goals and the continuous evaluation, these elements are directly related to the commitment of the personnel and their training to make decisions. successful, this is the advantage of the competition, it is mainly used on cost differentials, without compromising the quality and service provided, in order to meet the needs of customers.

Keywords: Quality management, Competitiveness, MYPE.

CONTENIDO	
EQUIPO DE TRABAJO	iii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CONTENIDO	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. Revisión de la literatura	11
2.1. Antecedentes	11
2.2. Bases teóricas de la investigación.	19
III. HIPÓTESIS	27
IV. METODOLOGÍA	28
4.1. Diseño de la investigación	28
4.2. Universo y Muestra.	28
4.3. Definición y operacionalización de variables	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
4.5. Plan de análisis	34
4.6. Matriz de consistencia	35
4.7. Principios éticos.	36
V. RESULTADOS	38
5.1. Resultados.	38
5.2. Análisis de resultados.	48
VI. CONCLUSIONES	61
VII. Aspectos complementarios: Recomendaciones	62
VIII. Referencias Bibliográficas	63
IX. ANEXOS	68
Anexo 01: Instrumentos de recolección de datos	68
Anexo 02: Matriz indicador pregunta	72
Anexo 03: Validación del instrumento de recolección datos.	76

Anexo 04: Protocolo de consentimiento informado	80
Anexo 05: Evidencia de no adeudo	83
Anexo 06: Evidencia de reporte del turnitin	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Elementos de la gestión de calidad	38
Tabla 2: Elementos de la gestión de calidad	39
Tabla 3: Elementos de la gestión de calidad	40
Tabla 4: Principios de la gestión de calidad	41
Tabla 5: Principios de la gestión de calidad	42
Tabla 6: Ventajas de la competitividad.....	43
Tabla 7: Ventajas de la competitividad.....	44
Tabla 8: Factores que determinan la competitividad.....	45
Tabla 9: Factores que determinan la competitividad.....	46
Tabla 10: Factores que determinan la competitividad.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Grafico de barras que representa elementos de la gestión de calidad	38
Figura 2: Grafico de barras que representa elementos de la gestión de calidad.....	39
Figura 3: Grafico de barras que representa elementos de la gestión de calidad.....	40
Figura 4: Gráfico de barras que representa principios de la gestión de calidad.....	41
Figura 5: Gráfico de barras que representa principios de la gestión de calidad.....	42
Figura 6: Grafico de barras que representa ventajas de la competitividad	43
Figura 7: Gráfico de barras que representa ventajas de la competitividad.....	44
Figura 8: Gráfico de barras que representa factores que determinan la competitividad.....	45
Figura 9: Gráfico de barras que representa factores que determinan la competitividad.....	46
Figura 10: Gráfico de barras que representa factores que determinan la competitividad...	47

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Relación de MYPES	30
Cuadro 2 Fuentes de información	30
Cuadro 3 Matriz de Operacionalización de las Variables	31
Cuadro 4 Matriz de Consistencia	35

I. INTRODUCCIÓN.

La presente investigación titulada “Gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Áncash 2022. Corresponde a la línea de investigación que fue otorgada por la ULADECH católica a través de su Escuela Profesional de Administración con lo cual se pretende manifestar y descubrir los problemas en la relación a las gestiones que ejecutan las MYPE pueden desarrollarse y establecerse en el mercado al que perteneces.

Este estudio tiene principal finalidad aportar información sobre la gestión de calidad basada en la competitividad para así poder conocer la importancia de estas herramientas y el aporte beneficioso que otorgarían a las MYPE para que de este modo se puedan alcanzar las metas planteadas y a la vez ser competitivas de acorde al mercado, mejorando así el avance de sistemas de calidad de la mano con la ciencia tecnológica que coexiste hoy por hoy para una mejor calidad de servicio.

En el Perú las MYPE tienen un gran impacto en el aspecto económico, por lo que también afectan a la sociedad que son parte del proceso de desarrollo nacional y así mismo representan un gran porcentaje del total de todas las empresas del país alrededor del 40% del PBI (PIB nacional), son uno de los motores de mayor crecimiento económico a nivel nacional en el país las MYPE que constituyen el 98.6% de las unidades empresariales desarrollando espacio económico para millones de trabajadores peruanos, mientras las MYPE han incrementado su desarrollo de crecimiento que ha traído dinamismo a la economía y por ende una participación decisiva que ha producido competitividad generalizada, inclusión social, empleo y erradicación de la pobreza. De hecho, en su conjunto las MYPE generaron el 47% de los empleos. (Guzmán, 2018).

La problemática de las MYPE está centrada en la competitividad informal, ya que un 81.2% empresarios creen que preexiste competitividad informal afectando negativamente el costo beneficio y costo de oportunidades. A nivel de fragmento empresarial la mayor participación se presenta en la microempresa 84.2%, mientras que la competitividad

informal es menor tanto en la mediana y gran empresa que representan un 65% (Diario Gestión, 2017).

La gestión de la calidad es una condición necesaria para mantener la competitividad de una empresa lo cual analiza desde un punto de vista económico la competitividad está dado por las estrategias que implementa una empresa para lograr resultados favorables, expresados en términos de ventas o lograr niveles de rendimiento iguales o superiores a su competidor más cercano en el mercado de rentabilidad. La competitividad de la empresa requerirá que gestione sus servicios que determina la empresa donde los trabajadores deben estar funcionalmente preparados para trabajar de manera efectiva externamente, priorizando las innovaciones competitivas para igualar o superar los mercados competitivos que muestran cada vez más la sofisticación de sus productos y servicios. (Fernando, 2020).

Las MYPE a nivel Áncash han tenido un gran impacto lo cual fue analizado o determinando con el objetivo de dar a conocer la estrategia adoptada por el Gobierno Regional de Ancash para apoyar la reactivación económica de las pequeñas y medianas empresas de la región, se elaboró un plan regional con anticipación al Ministerio de la Producción (PRODUCE) y otros gobiernos regionales del Perú. El anuncio se hizo durante una reunión virtual de PRODUCE a todos los integrantes del Consejo Regional de la Micro y Pequeña Empresa (COREMYPE) del país, órgano asesor de los planes y programas de competitividad y desarrollo de las empresas públicas y privadas y de la pequeña y mediana empresa. El apoyo al Gobierno Regional Ancash es la realización de más de 70 actividades que cubren a 36 000 399 beneficiarios directos. El Gobierno Regional de Ancash es uno de los tres gobiernos elegidos de los 25 existentes en el Perú, y PRODUCE apoya su programa de trabajo en beneficio de las MYPE ante más de 200 autoridades, donde han elaborado el presente plan de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, el mismo que constituye un documento de gestión con la finalidad de promover el desarrollo, la formalización y la competitividad de las MYPE en nuestra región. (Gobierno regional de Áncash, 2021).

En la actualidad las MYPE de las panaderías nacionales es una característica operativa primaria de un producto y de un servicio que esta van a brindar con las características exigidas por los usuarios del producto siendo así que nuestros clientes muchas veces no cuentan con la opción para poder escoger un producto que realmente satisfaga sus expectativas y sus necesidades donde la confiabilidad que muestran las MYPE a sus clientes, se ha visto manchada y al mismo tiempo evaden la conformidad del producto y el diseño de un producto y sus características operativas que deben cumplir con cada una de las normas establecidas lo cual actualmente analizan nuestras panaderías nacionales están de extremadamente competitivos. Es decir, los consumidores están más que dispuestos a cambiar de un proveedor a otro hasta encontrar un mejor servicio, calidad y características de disponibilidad de producto más apropiadas para poder satisfacer sus necesidades. (Cuevas, 2021).

Contemporáneamente, según el INEI en Perú existen más de 2 millones 838 mil empresas con cifra mayor en 2,6% en comparación con similar trimestre del año 2020, de las cuales las actividades de servicio de comidas y bebidas constituyen el 7,0% cada una donde se analizó el reflejo de lo que sucede en el plano nacional. Además, se tiene que el Producto Bruto Interno (PBI) del país creció 41.9% en el segundo trimestre del año respecto a similar trimestre del año anterior de acuerdo al último reporte INEI, en este crecimiento las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) cumplen un rol significativo al ser las que generan fuentes de trabajo. De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH), elaborada por el Instituto de Estadística e Informática (INEI), en 2019, las micro y pequeñas empresas (MYPE) representaron el 95% de las empresas peruanas y emplearon a un 47.7% de la población económicamente activa (PEA), lo que equivale a un crecimiento del 4% en el empleo con lo cual se demuestra la generación de empleo de estas unidades económicas. (Comex Perú, 2020).

La propagación del coronavirus está causando grandes problemas a la economía mundial, ya que los gobiernos deben tomar medidas para detener la propagación del virus. En Perú, el estado de emergencia ha paralizado miles de empresas en todas las industrias donde la situación que ha invitado a examinar la situación que la crisis ha dejado en las MYPE,

también la capacidad de los empresarios en generar formalidad y competitividad. (RRP Noticias, 2020).

Las medidas económicas de apoyo a las MYPE han sido desarrolladas por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) a través del Programa Perú Recuperación y el Fondo de Apoyo Empresarial a la Pequeña y Micro Empresa (FAE – MYPE). El esquema (REACTIVA PERÚ) tiene como objetivo garantizar el financiamiento de capital de trabajo de reemplazo para aquellas empresas que enfrentan obligaciones de pago de corto plazo, así como proveedores de bienes y servicios. El gobierno busca garantías de crédito para las empresas del sistema financiero en su propia moneda. Otro programa (FAE-MYPE) tiene como objetivo facilitar el financiamiento de las MYPE mediante el otorgamiento de crédito para capital de trabajo y la reestructuración y refinanciación de su deuda. (Economía verde coalición Perú, 2020).

Las MYPE, de la actividad empresarial en el Perú es un reflejo directo de la competitividad de cada uno de los departamentos y su desempeño depende tanto de las características productivas en cada región como de la infraestructura de servicios públicos y logística. Estas características explican que en ciertas zonas del país existan más incentivos para hacer empresa se genere empleo de calidad que promueva la formalización y se eleve la competitividad de estas unidades productivas. Cabe resaltar que debido a la COVID-19, la distribución de las MYPE a lo largo y ancho del país ha sufrido ciertos cambios respecto. (Comex Perú 2020).

De acuerdo con las cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) en el 2020 que fue publicado por el INEI, señalo que las MYPE conforman principalmente de sector privado, mismas que se ha visto afectadas en gran medida por la crisis de la pandemia registrado en el 2020, el número de MYPE disminuyó en un 48.8% con respecto a 2019 debido a las restricciones al libre desarrollo de las empresas. En este contexto, es importante considerar las MYPE que limitan su exposición al mundo y cómo la política pública apoya a este sector durante la crisis económica en nuestro país. En este caso, la atención se centrará en las restricciones relacionadas con el sector financiero, ya que el Banco Mundial asegura que este es uno de los principales obstáculos para el desarrollo de

las MYPE en los mercados emergentes y las economías en desarrollo. Por lo tanto, la mejora en la economía general se analizó a mayor inclusión financiera relacionada con una mayor productividad, ya que ya no tienen que usar el sector financiero informal para pagar las necesidades de su demanda de patrocinio. (Comex Perú 2020).

Las herramientas y tecnologías de comunicación (IT) se convierten en sectores y tendencias en combinación con la crisis de salud continuarán y se reforzarán con él. Sin embargo, las MYPE aún son beneficiosos para aceptar e introducir estas herramientas para enfrentar un proceso de conversión digital para soluciones prácticas y nuevas tecnologías para la competitividad en MYPE, la necesidad debe garantizar una atención considerable a los cambios de la industria para mejorar su competitividad cada vez más debido al potencial de estas empresas incluyen herramientas tecnológicas en su proceso. Es importante asegurarse de que la política nacional incluya una tarea de promover el acceso y el comercio electrónico como la herramienta principal para las MYPE, que fomentará la reacción económica de la industria lesionada. (Comex Perú, 2019).

Actualmente, las empresas panaderas están interesadas en mejorar sus procesos y procedimientos basados en cambios en la industria y los niveles comerciales para ser más competitivos. En caso de que las entidades de la panadería verifican los objetivos para la calidad del producto que es uno de los principales factores en los que se altere cuando se trata de consumidores determinados por el hecho de que el pilar básico es cada organización donde la mayoría de los esfuerzos de MYPE para lograr y cumplir con las herramientas disponibles para aprender sobre la conciencia, las dificultades y las propuestas de que los clientes se refieren a la provisión o producto del servicio. (Amaya Adriana, 2019).

El desarrollo de las MYPES de panadería decidió vender café y pan en instalaciones de ganancias comerciales optimizadas, Aspan (Asociación de Asociación Peruana). Donde explicó que este hecho ha aumentado significativamente en el último año como una forma de compensar el crecimiento lento en el consumo interno. Todavía no hay precio de calidad de servicio, solo el 15% del uso del café, pero funciona en constante capacitación que intenta promover un servicio mejorado. (Mendoza Riofrío, 2017).

Los panaderos han tenido problemas en los últimos años debido a la desaceleración del consumo y las formas de revertir la situación a través de la diversificación comercial, la innovación de productos, la ruptura de los modelos de trabajo tradicionales y la capacitación técnica y administrativa para los trabajadores. Las deficiencias en la actualización de productos y suministros también se reflejan en la aparente simplificación administrativa de varios trámites gubernamentales. También debería abordar el sector industrial, donde se necesitan leyes laborales más flexibles para reducir la materia. (El Comercio, 2017).

La estrategia de la tasa de pastel para aumentar el efecto de adhesión es un mayor beneficio, hasta que el 2% de la torta se cierre en todo el país, aun visitando, debe recortar al personal, un cambio en la mañana e incluso reducir el peso del pan para justificar el costo de la estructura. (Diario Gestión, 2021).

Lo mínimamente invasivo siempre necesita formalizarse, pero no ha quedado clara la forma más adecuada para las MYPE porque no le queda claro al ente encargado de comunicar esto, la SUNAT quien debe darle mayor poder para formalizar a través de una planificación agresiva indicando qué criterios traerán mayores beneficios, por ejemplo, al aumentar el crecimiento de las MYPE, Perú. la primera y más importante tarea es normalizar MYPE, ya que el 74% del universo es informal. (La Republica, 2020).

El camino de desarrollo empresarial dado en MYPE se basa en esfuerzos continuos y cambiantes de destino para mejorar continuamente y tener éxito en el campo de los negocios en los que se dedican, transformándose a través de la creatividad para lograr un crecimiento continuo. calidad. El emprendimiento de cada negocio está en un camino alentador, con mejor rentabilidad y prosperidad, ya que nuestro negocio de muebles genera ingresos constantes a partir de un aumento en las adquisiciones, respaldado por las mejoras mencionadas anteriormente en la regularidad de la mejora. Los muebles han ocurrido en menos años que en años anteriores por los productos que ofrecen, los precios y el buen servicio que brindan. (ASEP, 2017).

La asociación peruana de empresarios de pan y pastelería (ASPAN) dijo que no todas las panaderías trasladarán el aumento de los precios del pan. En el conflicto entre Rusia y Ucrania, uno de los insumos más preocupantes es el trigo, principal materia prima para la elaboración del pan y otros productos, afectando al mercado peruano, donde se estima que el 90% de los insumos utilizados en la elaboración del pan son principalmente Importaciones al país, lo que podría significar un aumento en la producción, que podría empeorar a medida que suban los precios internacionales del trigo. También suelen tener fallas con las actualizaciones de precios porque no es fácil porque el público no acepta que la panadería MSE no tiene la opción de subir el precio del pan en este caso, la panadería en cambio está considerando no subir el precio. precio del pan, pero Reducir el peso del producto para compensarlo (RRP Noticias, 2022).

De acuerdo a económica enciclopedia (2020) Señale que las empresas más productivas tienen factores internos que son críticos para su crecimiento. Pues bien, aunque no todo es perfecto, porque las pequeñas y micro empresas tienen problemas en ciertos factores, para aplicar estrategias y enfrentar los problemas que se pueden solucionar, es necesario verificar los factores que provocan las deficiencias y solucionarlas. Como principales factores internos podemos ver los siguientes:

Recursos financieros: Estos se referirán a todos los activos que tienen algunas MYPE, en esencia podemos mencionar el efectivo, estos recursos tienen que ser bien administrados ya que son algunos de los recursos que pagan las MYPE. Cabe destacar que el mal manejo de estos recursos puede generar problemas que podrían llevar a la quiebra de cualquier MYPE.

Recursos humanos: Señalar el factor humano, ya que este es el factor más esencial e importante en la implementación de los planes propuestos por todas las empresas. Prevalecerá el compromiso de los trabajadores para mantenerlos motivados para alcanzar la productividad y eficiencia de los objetivos de la empresa.

Productos o servicios: Señalar que MYPE, la categoría de muebles, ofrece muebles ergonómicos y el diseño actual es atractivo para el público, requiriendo conquistar los

gustos de los clientes y ganar aceptación del precio, tienen que tomar en cuenta el costo relacionado con la materia prima materiales.

Relaciones internas: Señala la importancia de la comunicación ya que es un factor muy importante para que el mensaje sea claro y preciso. Del mismo modo que los colaboradores se encuentren con un buen clima laboral que les permitan desarrollar sus labores a plenitud.

Estos factores han permitido que las MYPE del sector panadería desarrollen sus actividades, de cara a un mercado consolidado con el que compiten en cuanto a esfuerzos de calidad, impulsando el crecimiento de la empresa. Se puede señalar que todas estas MYPE tienen que adquirir recursos a través de entidades financieras, lo que les permite mejorar permanentemente sus estructuras y patrimonio. sus operaciones. Las MYPE deben elaborar estrategias e innovar a través de un buen sistema de gestión de calidad que incrementa en gran medida la competitividad, el líder y sus colaboradores en equipo para lograr el éxito de ventas y solventar sus gastos. En cuanto a la atención de las cuestiones derivadas del COVID-19, donde la gran mayoría de artículos se ven afectados por el horario comercial, actualmente existe un servicio de entrega que pone a disposición de los clientes los productos de la empresa

Por todo ello, en lo anterior con los aspectos nombrados se considera como interrogante primordial de dicha investigación la siguiente: ¿Cuáles son las características que tiene la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022?

Definido el problema, se planteó como el objetivo general: Identificar las características de la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022, mientras los objetivos específicos son: (a) Conocer elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022. (b) Identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022. (c) Describir las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro panadería de

Huaraz Áncash 2022. (d) Determinar los factores que determinan la competitividad de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

Por todo lo expuesto la investigación se justifica de la subsiguiente manera en lo que corresponde a la parte práctica, dicho despacho surgió de una problemática acerca de la efectividad y todavía por la notificación justicia consentida por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitario (SUNEDU), la misma que aprueba el decreto de quehacer para ingresar el cargo clásico o eslogan laboral, auténtico le corresponde a ULADECH Católica si lo disponen, con el cese de actuar con el objetivo programado, precisar las principales características de gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería Huaraz Áncash – 2022.

Así, mismo se justifica de utilizar metodológica porque en la averiguación se aplicó una metodología científica, se emplearon manantiales primarios y secundarios para la adquisición de la información, encima se determinó el tamaño de la muestra y la población, y se ha proyectado o diseñado un cuestionario para el recojo de información.

Este estudio consta de la siguiente secuencia: Capítulo 1: Introducción; Capítulo 2: Revisión de la literatura; Capítulo 3: Hipótesis; Capítulo 4: Metodología; Capítulo 5: Resultados; Capítulo 6: Conclusiones; Capítulo 7: Recomendaciones; Bibliografía; Anexos.

Por tal motivo se utilizó un diseño cuantitativo, descriptivo, no experimental, de corte transversal. Para la indagación y la recopilación de datos, la encuesta como técnica y el cuestionario como herramienta de datos. El cuestionario estructurado contiene preguntas de escala nominal y ordinal de gestión de calidad y la competitividad, con el objetivo de obtener información precisa y veraz de la población encuestada. Por lo que la investigación se delinea desde las siguientes perspectivas:

- Temática por la variable gestión de calidad y competitividad.
- Psicográfica: MYPE rubro panadería.
- Geográfica: provincia de Huaraz Áncash, Año 2022.

- Temporal: año 2022.

Los resultados principales fueron: en relación elementos de gestión de calidad, aplicada al propietario, se observó que el 100% de los propietarios consideraron que los encargados responsables tienen lo necesario para ser líderes de sus respectivos negocios tienen claro las habilidades y requerimientos, así como el planteamiento de una buena planificación y estrategias, En cuanto a los principios de la gestión de calidad, podemos ver que el 100% de los propietarios está comprometido de brindar la mejor atención al cliente y también están calificados para resolver cualquier problema que se presente y por último nos mencionan que están capacitados para tomar decisiones a la mejora de la calidad del servicio que se ofrece en las MYPE. En cuanto a las ventajas de la competitividad, podemos apreciar que el 100% de los propietarios nos indica que el servicio que se brinda puede considerarlo resaltante para la satisfacción del cliente le dan una ventaja sobre la competencia. Para los factores que determinan la competitividad. El 100% de los propietarios respondieron que utilizan insumos con estándares de calidad y para finalizar el 100% de los propietarios nos dice promueve dentro de la empresa promueven capacitaciones, en caso de la necesidad de cumplir con pedidos dirigidos a la exportación.

Así mismo se concluyó que las MYPE aplican elementos de gestión de calidad, tales como la planificación de los objetivos junto con estrategias para lograrlos y evaluaciones para tener presente la manera más adecuadas para cumplir las necesidades del mercado objetivo. Así mismo los principios de la gestión de calidad se da principalmente en el enfoque a al compromiso que se tiene dentro de la empresa para cumplir con las actividades de la misma. De igual manera las ventajas de la competitividad se lograrán a través de un manejo de costos que le permita mantener una ventaja del negocio frente al mercado en el que se desempeña y constante capacitación para manejar todos los aspectos posibles que se den tanto interna, como externamente dentro del negocios y que este tenga resultados favorables a corto y largo plazo.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable: Gestión de calidad

Gonzales, Rodríguez y simiti (2019) presentaron una investigación titulada *Gestión de la calidad en la Panadería Isabel ubicada en el municipio de la Trinidad, departamento de Estelí, en el primer semestre del año 2019*. Presentado en la universidad nacional autónoma de Nicaragua, Managua. Planteando el objetivo general de evaluar la gestión de la calidad en la panadería Isabel ubicada en el municipio de la trinidad, departamento de estelí, en el primer semestre del año 2019. Donde se desarrollaron una investigación de tipo descriptivo. Su conclusión determino que el sector panadero presenta diversos problemas tanto como el aumento de los precios, en los productos utilizados en la fabricación de pan y grandes deficiencias en la producción.

Triviño (2019) presento una investigación titulada *propuesta de mejora de la gestión de la calidad y distribución de planta para las futuras instalaciones de la empresa inoxservicios*. en la universidad austral de chile. desarrollando el objetivo general de diseñar una propuesta de mejora de la gestión de la calidad y distribución de planta para las futuras instalaciones de la empresa Inoxservicios. la metodología de trabajo que se utilizó para concretar los objetivos planteados abordó las temáticas en base a autores teóricos, métodos, herramientas y software de aplicación. Donde concluyen que no posee experiencia en la gestión de la calidad en sus productos y servicios, es por esto que presenta grandes deficiencias internas, lo cual produce una serie de consecuencias dentro del proceso.

Silva (2019). Presento una investigación titulada *Diseño de Sistema de Gestión de Calidad Norma ISO 15189:2012 en Laboratorio Anatomía Patológica Hospital General Docente Calderón*. el presente trabajo de investigación propone mejorar la calidad del servicio del laboratorio de anatomía patológica mediante el diseño del Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 15189:2012, lo cual conlleva a la estandarización de procesos. El proceso metodológico para dar cumplimiento a

los objetivos fue de nivel descriptivo y sus tipos de investigación bibliográfica y de campo; las técnicas utilizadas para la recolección de datos fue la lista de verificación para laboratorios clínicos del SAE y una encuesta de calidad para clientes y usuarios internos y externos. Los resultados obtenidos de la encuesta de calidad realizada a clientes y usuarios fueron de 63,51% calificación otorgada a la resolución de quejas, capacitación, confiabilidad, infraestructura y tiempo de entrega del informe validado. En base a estos resultados se diseñó la estructura documental necesaria para el cumplimiento normativo en base a la norma ISO 15189:2012 obteniendo un porcentaje de cumplimiento final de requisitos de gestión y requisitos técnicos de 74.28%, y calidad final en base al sistema documental propuesto de 90,57. Los valores se incrementarán al implementar el Sistema de Gestión de Calidad en el Laboratorio de Anatomía Patológica.

Pacheco, B. (2021) presento una investigación titulada *Implementación de un sistema de gestión de calidad aplicando la norma ISO 9001:2015 para mejorar la gestión administrativa de la Empresa Naylamp Ingenieros S.A.C.* Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial, Universidad Continental, Lima, Perú. En el desarrollo de este trabajo de tesis, se establecen los criterios para el diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad que será aplicado en la empresa consultora de ingeniería vial Naylamp Ingenieros S. A. C. quien presenta diversos problemas de gestión administrativa restándole posibilidades de incrementar su participación de mercado, haciendo los procesos menos productivos. Tiene como objetivo la implementación de un sistema de gestión de calidad según la norma internacional ISO 9001:2015 en la consultora referida. Con esta implementación se busca responder a las exigencias del entorno cambiante y competitivo mediante un enfoque en procesos de la organización, implementándose el sistema de gestión de calidad basado en la elaboración de procedimientos para gestionar los recursos, información documentada, operaciones, planificación, control y provisión del servicio, y evaluación del desempeño con el seguimiento y medición del sistema

dentro de un proceso de mejora continua basado en el ciclo de Deming. El tipo de investigación es aplicada con alcance correlacional centrándose en los procesos de la empresa. La información considerada fue de fuentes primarias y secundarias.

Palomino (2021) presento una investigación de *gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro panaderías del distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2021*, presentado en la universidad los Ángeles de Chimbote Uladech. Su objetivo general fue determinar las características de la gestión de calidad y la productividad de la MYPE rubro panaderías del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna 2021. La investigación señala la metodología aplicada de diseño no experimental, nivel descriptivo, de corte transversal. Con la conclusión donde se ve que demuestran que son indispensables para un buen desarrollo productivo la atención que se brinda, el tiempo de espera para la venta, el servicio personalizado, así como también la variedad de productos que se produce.

Rache (2018) presento una investigación de *“Sistema de Gestión de Calidad aplicando ISO 9001-2015 para Incrementar la Satisfacción de los Clientes de Transportes San Felipe S.A., Trujillo-2018”*. Presentado en la universidad cesar vallejo Trujillo. El objetivo de esta investigación fue Implementar un Sistema Gestión de Calidad aplicando ISO 9001-2015 para Incrementar la Satisfacción de los Clientes de Transportes San Felipe S.A., Trujillo-2018. Para implementar el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015, se realizó un diagnóstico utilizando una lista de verificación con los requisitos de la norma ISO 9001:2015, un cuestionario emitido por la certificadora MEGA para la Homologación de Proveedores de TASA y una encuesta basada en el modelo servqual, se para medir el nivel de satisfacción del cliente, antes y después de la implementación. En los resultados el diagnostico dio un 11.8% de cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001-2015, y después de la implementación se logró el 100% de cumplimiento; que permitió aprobar la auditoria de homologación de proveedores, realizada por la certificadora de control de calidad para la empresa tecnológica de alimentos S.A TASA, la satisfacción de los clientes, que inicialmente fue 13.2%,

actualmente es de 71%, se obtuvo un costo beneficio de S/. 2.44 soles, llegando a la conclusión que la implementación de un sistema de gestión de calidad aplicando la ISO 9001 incrementó en un 57.8% la satisfacción de los clientes de Transportes San Felipe S.A.

Iparraguirre (2021) presento la investigación de *gestión de calidad en la capacitación de estrategias de promoción en las micro pequeñas empresas, rubro panaderías: caso empresa Salazar s.r.l. – en la ciudad de Huaraz, 2020*. Con el objetivo general de determinar la gestión de calidad en la capacitación en estrategias de promoción y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en Huaraz, 2020. La metodología empleada en la presente Investigación fue descriptiva. La conclusión de las micro y pequeñas empresas determinan finalmente que tienen que elaborar un plan de mejora para la gestión de calidad en la capacitación de estrategias de promoción para las MYPE del rubro panadería.

Albino (2020) presento una investigación de *gestión de calidad con el uso del mix promocional y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro fabricación de pan y otros productos de panadería frescos en la ciudad de Huaraz, 2018*. Con el objetivo general de describir las principales características de la gestión de calidad con el uso del mix promocional y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro fabricación de pan y otros productos de panadería fresca en la ciudad de Huaraz, 2018. lo cual llevo una investigación es, no experimental, porque se estudió conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. La conclusión es relativa de los representantes conoce la gestión de calidad y que sabe utilizar las técnicas de gestión de calidad, la mayoría relativa no considera importante un proceso de gestión de calidad, en la minoría los participantes en la gestión de calidad son los empleados, de tal forma en la minoría genera costo adicional la implementación de la gestión de calidad, la mayoría relativa de los representantes desconoce el marketing mix, los productos / servicios son diferenciados de la competencia, así mismo en su mayoría relativa, los precios son competitivos.

Variable: Competitividad.

Delgado (2019) presentan una investigación sobre *la Competitividad aérea en la operación turística de Ecuador Caso Quito -Guayaquil*. Presentado en la universidad central de Ecuador. En la presente investigación se utilizó la metodología cuantitativa y cualitativa realizando entrevistas a autoridades especialistas en tráfico aéreo, así como también se realizó encuestas a los usuarios de los aeropuertos internacionales de Quito y Guayaquil analizando la competitividad aérea en la operación turística de Ecuador, calificando los servicios que prestan ambas terminales aéreas. Como resultado de la investigación por medio del cálculo de la media de calificación de los aeropuertos el 4.79% indica que el Aeropuerto Internacional de Guayaquil es el más competitivo en efecto de la calificación de los servicios aeroportuarios, mientras que por el número de aerolíneas y vuelos diarios el Aeropuerto Internacional de Quito lidera la competitividad en ese aspecto. De estas evidencias se puede llegar a concluir que ambas terminales aéreas son aptas para expandir el mercado aéreo internacional promoviendo la llegada de nuevas aerolíneas.

Velásquez (2018) presento una investigación de *Análisis de la Competitividad del Sector Financiero de la Ciudad de Manizales*. Presentado en la universidad nacional de Colombia. Teniendo en cuenta el objetivo general de Analizar la competitividad del sector financiero de la ciudad de Manizales. El propósito de este estudio fue analizar la competitividad del sector financiero de la ciudad de Manizales, Colombia, lo cual responde a la falta de estudios que analicen las características competitivas de este sector en ciudades intermedias colombianas de alto potencial. Para lograr el propósito antes mencionado, teóricamente se definieron categorías de análisis de la variable competitividad según la visión de la empresa basada en los recursos, el concepto de competencia distintiva y las cinco fuerzas que configuran la competencia en la industria, lo que permitió caracterizar la competitividad.

García (2020) presento una investigación de *formulación de estrategias para competitividad ganadera en el contexto de la revolución industrial 4.0*. presentada

en la universidad de Medellín facultad de administración. Con el objetivo general de formular estrategias por medio de las tecnologías de la revolución industrial. que ayuden a aumentar la competitividad en la finca Villa del Rosario. Con el diseño metodológico de la investigación es cualitativo descriptivo por que busca describir los atributos, maneras, estrategias para mejorar la competitividad. La conclusión de esta investigación determina dificultades en la productividad debido a la poca inversión estatal y a la escasa implementación de tecnologías de punta que ayuden a dejar atrás la explotación artesanal en los hatos ganaderos. En aras a ayudar en estas dificultades se efectuó esta investigación, en donde se desarrollaron estrategias utilizando tecnologías de la revolución industrial 4.0 las cuales ayudan a aumentar la competitividad de un negocio ganadero. El éxito de este trabajo parte de mostrarle al ganadero como es que se descubre la estructura de su negocio y en qué actividades se puede implementar tecnologías de la industria 4.0. que maximicen la competitividad de su negocio.

Álvarez y Chacón (2020) presento una investigación de *Competitividad de las MYPES del Sector Panadería del Distrito de Trujillo – 2020*. Presentado en la universidad cesar vallejo – Trujillo. Con el objetivo general de determinar el nivel de competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector panadería en el Distrito de Trujillo, Periodo 2020. La investigación es descriptiva en merito a que no hay manipulación de la variable competitividad. Donde la conclusión llegó a determinar el nivel de competitividad referido a liderazgo en costos fue alto en las MYPE del sector panadería en el distrito de Trujillo porque el 70% de los empresarios panaderos invierten en tecnología comprando maquinaria para mejor sus procesos de producción, así mismo capacitan a su personal, de tal manera que se incurra en el uso eficiente de las materias primas, aumentando la calidad, permitiendo el aprovechamiento y minimización de residuos en las diferentes etapas del proceso productivo.

Alejos y Ríos (2019) presento una investigación de *Competitividad y los factores que influyen en las exportaciones de cacao de Perú*. Presento en la universidad

peruana de ciencias aplicadas, facultad de negocios. Con el objetivo general de Analizar los factores determinantes que influyen en la evolución de las exportaciones peruanas de cacao en grano y el nivel de competitividad para el periodo 1990 al 2017. Con la metodología investigación de tipo correlacional. Y la conclusión que determino es que descubrió que las exportaciones de cacao en grano de Perú son competitivas en comparación a otros países exportadores, excepto con Ecuador, ya que es el principal país exportador de cacao a nivel región – América del Sur.

Gallardo (2019) presento una investigación de *caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE, rubro panificación del centro de talara (Piura) año 2019*. Presentado en la universidad católica los Ángeles de Chimbote Uladech. Piura. Para lo cual, se plantea el siguiente objetivo general de investigación de Identificar las principales características de competitividad y capacitación, en las MYPES rubro Panificación de Centro de Talara (Piura) año 2019. Con la Metodología de la investigación que aplico la metodología científica. Concluyo las necesidades de la capacitación identificados en la investigación son el análisis organizacional donde se examina las áreas para planificar la capacitación, análisis de tareas y procesos, a priori la reducción del personal limita el crecimiento en la panificadora, a minoría tenemos la evaluación de desempeño y a través de los cuestionarios al representante le permite conocer las habilidades de su personal.

Jara (2018) presento una investigación de *Competitividad bajo el enfoque de las estrategias genéricas de Porter en las micro y pequeñas empresas rubro, restaurante de la ciudad de Huaraz, 2017*. Y como objetivo: Determinar las principales características genéricas de Porter. La metodología fue: el diseño fue no experimental, el universo está constituido por todas las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes, la muestra estuvo compuesta por 154 micro y pequeña empresa, la unidad de análisis está representado por los gerentes, como técnica se usó es la encuesta y como instrumento el cuestionario, para el procesamiento de datos se realizó en el programa SPSS 24. Como resultados se obtuvo lo siguiente:

el 50% de los representantes son dueños de las micro y pequeñas empresas, el 44,2% tiene entre 0 a 3 años en el cargo, el 38,3% de los representantes manifiestan que siempre el restaurant ofrece productos que sus clientes consideran que son mejor que su competencia, el 51,3% de los representantes menciona que siempre los precios de su empresa son mucho más atractivos, 44,2% de los representantes consigna que siempre con amabilidad logran brindar un servicio justo al cliente, el 46% consigna que siempre se cumplen con las experiencias. Se concluyó en lo siguiente actualmente las organizaciones del rubro se enfocan y esfuerzan por implementar un modelo de gestión basado en estrategias genéricas de Porter, en la mejora de la productividad, en establecer una ventaja competitiva sostenible.

López (2021) presento una investigación de *potencial turístico y competitividad del sector turístico de la provincia de pomabamba, región Áncash, 2021*. presentado en la universidad nacional “Santiago Antúnez de Mayolo” Facultad de Administración y Turismo. El estudio tuvo como objetivo describir la relación que se da entre el potencial turístico con la competitividad del sector turístico de la provincia de Pomabamba, región Ancash, en el 2021, para ello el tipo de estudio que se ha empleado es aplicado porque el estudio de investigación permitirá dar propuestas de solución tentativas y producir cambios al problema inmediato que ocurre en la población de Pomabamba en cuanto al potencial turístico y competitividad del sector turístico. El diseño de investigación fue el no experimental, debido a que la variable independiente no sufrió ningún cambio o modificación durante el proceso de la investigación. Siendo un estudio transversal, La población de estudio estuvo conformada por los agentes públicos y privados del turismo de la provincia de Pomabamba, un total de 55. Se utilizó el cuestionario para medir la opinión acerca del Potencial turístico y la competitividad turística de la provincia de Pomabamba, el instrumento fue validado mediante juicio de expertos. Mediante el cuestionario y el análisis de los mismos usando el programa SPSS se llegó a la conclusión que: La relación entre el potencial turístico y la competitividad del sector turístico de la provincia de Pomabamba, región Ancash, en el 2021, es poco significativa, sin

embargo, existe relación positiva o directa entre potencial turístico y competitividad del sector turístico; quiere decir que mientras más potencial turístico tenga la provincia de Pomabamba, lograra ser más competitivo.

Chipillo (2019) presento una investigación de *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro farmacias del distrito de Huaraz, 2018*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro farmacias del distrito de Huaraz, 2018. Del mismo modo, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 micro y pequeñas empresas que tuvieron disposición de responder la encuesta a quienes se les realizó un cuestionario de 30 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron: sobre los representantes de las MYPE. 60.0% tienen más de 40 años de edad. 70.0% son de sexo masculino. 55.3% tienen grado de instrucción superior y 100.0% son dueños. Sobre las MYPE: 60.0% tiene de 6 a 10 años en el mercado. 100.0% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Sobre la gestión de calidad: El 100.0% de valores porcentuales del nivel de la gestión de calidad es alto. 100% califican en nivel alto en cuanto a la planificación de la calidad. El 70.0% cuentan con objetivos de calidad. 100% trabaja en función de la mejora continua. Sobre la competitividad: 100.0% de las empresas tienen un nivel de competitividad es bajo. 60.0% de las MYPE percibe un nivel medio en cuanto al ingreso de nuevos competidores.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

2.2.1. Gestión de calidad

El sistema de gestión de calidad de una organización que está determinado por todos los elementos que la conforman a fin de garantizar un desempeño constante y estable, de todos los elementos que intervienen en los procesos y evitar cambios

inesperados. El sistema también permite establecer mejoras al incorporar nuevos procesos de calidad según sea necesario. (Rufino, 2020).

La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tiene como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo. No se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran. (Nueva ISO 9001, 2018).

La gestión de la calidad se basa en un sistema de estrategias que son muy importantes tanto dentro como fuera de la empresa, lo que permite que la empresa implemente estas estrategias de una manera que responda mejor a las necesidades del cliente sin tener que reducir los beneficios o correr todo tipo de riesgos, en los lugares donde opera el mercado está demostrando ser capaz. (Hurtado, 2019).

Él cree que la gestión de la calidad debe verse como un sistema o herramienta que nos permite promulgar pasos que nos permitan lograr una mejora continua que produzca excelencia y calidad. Relacionado con el punto anterior, la gestión de la calidad es una forma de obtener resultados a través de una buena gestión y liderazgo. haciendo énfasis en la calidad la cual constituye los elementos de la gestión de la calidad para lograr la implementación de un buen sistema que produzca resultados emocionales y permita una gestión y mejora efectiva. (Leidinger, 2020).

La gestión de la calidad ha cambiado con el tiempo en términos y significados de una organización, tales como productos fabricados en base a una fabricación totalmente satisfactoria, productos y servicios basados en el estricto apego a cada norma establecida, cosas hechas desde el principio, problemas La solución se basa en una excelente manera de definir la calidad. Espinosa (2019).

La gestión de la calidad es:

- Cumplir con las expectativas del cliente, etc.
- Cero defectos en productos y servicios.

- Diseño eficiente, producción y posterior entrega de un producto plenamente satisfactorio.
- Eficiencia en la satisfacción de las necesidades del cliente.
- Rediseñar productos y servicios para crear nuevas necesidades de los clientes.
- Buscar la calidad global desde el principio.
- No fallar en los estándares establecidos por nuestros productos y servicios.
- Sea positivo y lo más importante.

2.2.1.1. Elementos de gestión de calidad

Según Escudero (2020). Señalé que la gestión de la calidad consiste en todos los elementos que aseguran el alto desempeño de una organización para estar bien adaptada a sus clientes. Evite los cambios no planificados. Asimismo, el sistema permitirá la implementación de nuevos procesos necesarios para mejorar la calidad. Algunos de los elementos más importantes de la gestión de la calidad son:

Liderazgo.

El liderazgo debe ser visto de manera clara, las tareas del líder deben estar bien definidas al igual que las responsabilidades de los subordinados, esto realza los estándares de desempeños y establece los canales de comunicación bien definidos (Stewart, 2017).

La planificación.

Es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos». Va de lo más simple a lo complejo, dependiendo el medio a aplicarse. (Jesús. 2018).

Apoyo y operación.

Este talento se desarrolla para comprender los requisitos y requisitos del cliente con el fin de implementar los elementos necesarios para cumplir con estos requisitos y

requisitos relacionados con la satisfacción del cliente lo cual es muy necesario entender que para implantar dichos requerimientos es necesario disponer de una serie de herramientas de apoyo. Gonzales, 2017).

Evaluación del desempeño.

Como sistema sin duda la evaluación es la herramienta que considero vitales dentro del proceso de gestión de recursos humanos. La evaluación de desempeño tiene su origen en la necesidad de las empresas de definir los puestos de trabajo por otro lado, ver el grado de adecuación de las personas que ocupan estos lugares de trabajo. (Figuerola, 2017).

Mejora continua.

Es uno de los elementos que más resaltantes de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando las causas o restricciones, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño. (Gutiérrez, 2010).

2.2.1.2. Principios de la gestión de calidad

Según García (2018). Dijo que ahora es necesario que las empresas apliquen uno de los principios fundamentales de la calidad para impulsar mejores resultados y el éxito de la empresa. A continuación, se describen 4 principios básicos que se deben aplicar en las MYPE.

Enfoque en el cliente.

Es el primer principio de los sistemas de gestión de calidad. ha reservado el primer lugar para este principio puesto que la política de objetivos y calidad de la organización se basan en dicho principio. NORMA ISO 9001:2015.

Es fundamental tener siempre presente el rol que representa el cliente en cualquier actividad comercial, pues son el recurso más importante al ser la vía que garantiza

el ingreso de dinero y que contribuye en buena medida al posicionamiento de la marca.

Compromiso de la persona.

Las empresas con compromiso constante de empleados y grandes líderes, así como recursos adecuados, podrán brindar un gran servicio para que los clientes puedan guiarse por la experiencia satisfactoria que la empresa les ofrece de diferentes maneras. Por tanto, es necesario aumentar la eficiencia de las actividades y resultados para buscar la mejora continua que justifique los intereses de ambas partes. (Gehisy, 2017).

La mejora continua.

Se enfoca en fortalecer y rediseñar los mecanismos, adaptándose creando estrategias básicas en los procesos de la empresa que permitan corregir las debilidades, cabe señalar que el sistema de gestión de la calidad debe desarrollarse continuamente porque los sistemas de actividad están todos paralizados, lo que no permitirá que la empresa para mejorar continuamente. (Siamu, 2018).

Toma de decisiones.

La organización constituye un proceso informacional que se desarrolla por individuos o grupos para solucionar problemas y aprovechar oportunidades organizacionales. Por lo tanto, esta situación ratifica que la persona que toma decisiones al interior de las organizaciones empresariales, lo hace buscando la forma de mejorar el desempeño organizacional en beneficio de los distintos grupos de interés. (Rodríguez, 2018)

2.2.2. Competitividad

Competitividad es aquella efectividad que posee un tipo o colectividad para posicionarse por ante de sus emuladores, consiguiendo una mejor sede frente a ellos (Mendoza, 2018).

Está relacionada con la forma en que una nación compite con resto de naciones ofreciendo productos y servicios, por lo general la competitividad depende de la productividad con la cual las naciones usan su capital humano y recursos naturales. (Krugman, 2017).

La competitividad es un argumento enormemente disputado, y existen diferentes colocaciones y tratamientos para conceptualizarla y analizarla. Aunque controvertida en su generación, la totalidad de los comediógrafos coinciden en que un recurso económico depende de la política, la academia y la cultura. (Porter 2017).

2.2.2.1. Ventajas que se crean a través de la competitividad

Es imprescindible para cualquier empresa que quiera hacerse un hueco en el mercado, y de esta forma reflejar o comparar el prestigio de otras empresas con el suyo, teniendo en cuenta la estrategia que ha seguido para conseguir su posicionamiento. (Porter 2017).

En donde existen tres.

El liderazgo en costos.

Mantener los costos bajos con los competidores es esencial para atraer clientes y lograr mayores ventas, por lo tanto, reduzca el servicio, la calidad y los costos a través de más experiencia, no mejores ideas. Las estrategias que permitan el control de costos, las economías de escala y los costos variables de los insumos, serán temas que las empresas deberán revisar constantemente. (Quiroa, 2019).

La diferenciación.

Se basa en la diferenciación de un producto o servicio, es decir algo que se presenta como único en el mercado en el que opera la empresa, esta diferenciación es una barrera superpuesta a la competencia en el mercado, lo que a su vez permite que este producto de precio único se vea menos afectado. por su precio. Cabe señalar que

para concebir un producto único en el mercado es necesario realizar una actividad potencialmente costosa. (Ceballos, 20121).

El enfoque.

El método es el punto de vista tomado al realizar análisis, investigación, teorización, etc. Se deriva de un proceso físico que implica apuntar un haz de luz específico en una dirección específica, o hacer lo mismo con una cámara. El método también puede entenderse como una orientación temática específica tomada en el desarrollo del discurso. (Gonzalo, 2018).

2.2.2.2. Factores que determinan la competitividad

Según Ávalos (2016) los factores que serán determinantes de la competitividad en las MYPES son:

Precios bajos

Este factor es uno de los más utilizados por las empresas porque genera competitividad, principalmente en las primeras etapas de las empresas que buscan ingresar al mercado, por lo que se recomienda ser versátil en la reducción de costos, y las empresas pueden aplicar sin verse afectadas por las reducciones de precios. Ofrecer a los clientes precios más bajos por productos y servicios que los competidores. (Sevilla, 2017).

Buena calidad.

Las empresas siempre buscan una posición más alta en el mercado, pero esto lleva a que los precios, así como la calidad y los productos sean más bajos, por lo que las empresas deben buscar adquirir terrenos que la competencia no puede, por lo que es necesario optar por ofrecer a los clientes la mejor calidad y asegúrate de que no piensen en el precio a la hora de consumir, sino en la calidad que estos productos o servicios les ofrecen. (Rosario, 2020).

Innovación.

La innovación es un factor íntimamente relacionado con la competitividad de una empresa, lo que implicará productos, formas de entrega, distribución ya que la adopción de un nuevo método puede generar percepciones negativas de la empresa por parte de los clientes, es necesaria una investigación constante para que el nuevo método sea altamente aceptable y la empresa sea más rentable. (FIBK, 2021)

Uso de la tecnología.

Actualmente es muy necesario el uso de tecnologías que permitan productos y servicios innovadores porque permiten a las empresas prepararse, preparar, aumentar la productividad y diferenciarse de la competencia, lo cual ocurre si se utiliza la tecnología tanto interna como externamente. (Alejandro, 2019).

Internacionalización.

Vendría a ser la expansión a distintos mercados, aportando ventajas, principalmente en las ventas de manera notoria frente a otras empresas, cabe resaltar, que, para lograr posicionarse en estos mercados nuevos, es necesaria una constante investigación y análisis, ya que cada mercado, tiene distintos requerimientos para poder lograr el éxito. (Quiroa, 2021).

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no es necesario establecer hipótesis dado que se trata solo de mencionar las características de la problemática de las variables gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash - 2022. Dicha expresión es validada por Zita (2021) quién menciona que toda investigación descriptiva determina las características, cualidades y aspectos que se llevan a cabo para la observación de hechos que dicha investigación posee para la identificación de las características. Pero la investigación de esta tesis no requiere de hipótesis por ser una investigación cuantitativa descriptiva, ya que se enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, solo se formulan hipótesis cuando se pronostica un hecho dato, pero sin perder el juicio de la importancia de una hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Hurtado (2016) según menciona el diseño de la investigación fue no experimental, corte transversal, este tipo de investigación solo estará basada en la observación de las variables de estudio, en su contexto natural sin intervención, de modo que no se realizara modificación ni manipulaciones, es decir los datos obtenidos se obtendrán para posteriormente analizarlos y describirlos. También es de corte transversal porque los datos obtenidos en un periodo de tiempo se analizarán a partir de un momento dado.

4.2. Nivel de investigación

Las investigaciones de nivel descriptivas buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas ya que los datos que se obtuvieron son reales y correctos que permitió describir las características de ambas variables las cuales se analizaron e interpretaron de acuerdo a la naturaleza actual del problema. (Mejía, 2020).

4.3. Tipo de investigación

Sampieri (2018) afirma que es una investigación de tipo cuantitativo es aquella que analizo mediante el uso de herramientas matemáticas, estadísticas e informáticas sirven para determinar los resultados objetivos y coherentes que se recogerán de los datos que serán obtenidos de diferentes fuentes, mediante el cuestionario y la encuesta, con el único propósito de cuantificar la problemática y conocer que tan englobado está en la población afectada. Por lo tanto, en esta tesis se utilizó un tipo de investigación cuantitativo ya que en su desarrollo se recogió información que fue analizada y detallada la cual estuvo relacionada con la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panaderías de Huaraz Áncash 2022.

4.4. Población y muestra.

4.4.1. Población

Chávez (2017) dijo que la población será estudiada como el universo de la investigación, la cual se pueden clasificar infinita o finita las cuales generaran datos

para precisar información y generar una conclusión a través de un estudio de personas que integren la investigación.

La población de Gestión de calidad basada en la competitividad está conformada por los clientes, trabajadores y propietarios de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash – 2022.

Cuadro 1 Relación de MYPE

Nombre de MYPE	RUC	N° Propietarios	N° Trabajadores
Panadería xxx	XXXXXXXXX1	1	5
Panadería xxx	XXXXXXXXX1	1	4
Panadería xxx	XXXXXXXXX1	1	5
Panadería xxx	XXXXXXXXX1	1	3
Panadería xxx	XXXXXXXXX1	1	4

Elaboración propia

4.4.2. Muestra

Pérez (2021). Pérez (2021) define a la muestra como aquella parte de un conjunto que está conformada por un grupo de individuos o personas que serán analizadas para un estudio de indagación, esta muestra suele aplicarse siempre y cuando la investigación sea una población finita o infinita teniendo como componente principal diferentes fórmulas.

La muestra ha sido conformada por los clientes, propietario y trabajadores, a los cuales acudiremos en busca de información para la variable “Gestión de calidad y competitividad” para el caso de los clientes se acude a una muestra infinita, mientras que para los trabajadores y propietarios se acudirá a una muestra finita.

Donde:

n= tamaño de la muestra

p = probabilidad 50 = 0.50

q = riesgo o nivel de confianza 50% = 0.50

z= nivel de confianza 90% = 1.90

e = error permitido 5% = 0.05

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.90)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = 361$$

Debido a la pandemia la cual se originó por el coronavirus (COVID-19) a nivel mundial por ley se aplicaron una serie de medidas y restricciones con el objetivo de evitar el contagio de dicho virus por ellos es que en las panaderías según normas establecidas por la municipalidad de Huaraz el ingreso permitido ha sido reducido en este tipo de negocios, se aplicó muestreo no probabilístico intencional eligiendo como muestra 30 clientes.

Cuadra 2 fuente de información

Variable	Población	Elemento de Población	Muestra
Gestión de calidad	Finita	6 Propietarios	6 Propietarios
	Finita	24 Trabajadores	24 Trabajadores
	Infinita	Desconocido	30 Clientes
Competitividad	Finita	6 Propietarios	6 Propietario
	Finita	24 Trabajadores	24 Trabajador
	Infinita	Desconocido	30 Cliente

Elaboración propia

4.5. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 3 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
Gestión de calidad	La gestión de calidad se basa en un sistema bien implementado de estrategias que son muy significativas dentro y fuera de la empresa, sin tener disminuir beneficios o correr todo tipo de riesgos, demostrando ser competente frente al mercado en el que se desenvuelve. (Hurtado, 2019).	Elementos	La dimensión “Elementos” se medirá con sus indicadores: liderazgo, planificación, apoyo y operación, evaluación del desempeño, mejora continua. Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Liderazgo	1. ¿Los responsables de la empresa tienen claro lo que se necesita para liderar un negocio?	Propietarios, empleados y clientes	Nominal
					2. ¿El responsable de la empresa cuenta con la capacidad y habilidad para ejercer el liderazgo?		
				Planificación	3. ¿La planificación que se realiza dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa?		
					4. ¿Se formulan y documentan las estrategias para lograr los objetivos de la empresa?		
				Apoyo y operación	5. ¿Se considera las necesidades del cliente, para el desarrollo de la empresa?		
					6. ¿Se encuentra satisfecho sus necesidades y requerimientos?		
				Evaluación del desempeño	7. ¿Se realiza evaluaciones continuas para conocer las habilidades y debilidades de la empresa?		
					8. ¿La atención a sus peticiones que le ofrece la empresa precisa de su entera satisfacción?		
				Mejora continua	9. ¿La calidad que se ofrece en los productos de la empresa se puede mejorar?		
					10. ¿La empresa cuenta con algún producto que llene completamente sus expectativas de calidad?		
					Enfoque al cliente		

		Principios	La dimensión “Principios” se medirá con sus indicadores: enfoque al cliente, participación del personal, enfoque de proceso, toma de decisiones. Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.		12 ¿La atención que le brindan la empresa a sus colaboradores resulta de su agrado y comodidad?		
				Compromiso de la persona	13 ¿Los colaboradores están comprometidos con el trabajo para el mejoramiento de los procesos en la empresa?		
					14 ¿Está comprometido a mejorar la calidad del servicio que ofrece?		
				Toma de decisiones	15 ¿Usted cree que sus colaboradores son aptos para tomar decisiones y dar solución a cualquier problema que se presente en la empresa?		
					16 ¿Antes de tomar una decisión analiza la situación?		
				Mejora continua	17 ¿Los responsables de la empresa aplican constantemente, estrategias para el mejoramiento de sus servicios y productos?		
					18 ¿Las mejoras continuas que usted percibe en la empresa son adecuadas para satisfacer sus necesidades?		
		Ventajas	La dimensión “Ventajas” se medirá con sus indicadores: Liderazgo de costos, diferenciación y enfoque. Con la técnica de la encuesta y el	Liderazgo en costos	19 ¿Los costos de los productos y servicios que ofrece, le dan una ventaja sobre la competencia?		
					20 ¿Están satisfechos con los precios de los productos que ofrece la empresa?		
				Diferenciación	21 ¿La empresa ofrece productos que marquen una diferencia frente sus competidores?		
					22 ¿El servicio que se brinda puede considerarlo resaltante para la satisfacción del cliente?		
Competitividad	Competitividad es aquella capacidad que posee un individuo o empresa para posicionarse por delante de sus						

	competidores, consiguiendo una mejor posición frente a ellos. (Mendoza, 2018)	Factores	instrumento cuestionario. La dimensión “Factores” se medirá con sus indicadores: Precios bajos, buena calidad, innovación, uso de tecnologías e internacionalización. Con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Enfoque	23 ¿La empresa se ha especializado en los productos y servicios que ofrece?		
				Precios bajos	24 ¿Usted cree que los precios de los productos que ofrecen están acordes con la calidad de sus productos y servicios?		
				Buena calidad	25 ¿Los insumos que se utilizan para la creación de sus productos cuentan con estándares altos de calidad?		
				Innovación	26 ¿Percibe usted que la empresa realiza innovaciones y creatividad para mejorar los estándares de calidad?		
				Uso de tecnología	27 ¿El uso de tecnología para el mejoramiento de productos y servicios, se encuentra presente en la empresa?		
					28 ¿Usted está capacitado para interactuar a la perfección con la tecnología que la empresa cuenta?		
Internacionalización	29 ¿La empresa promueve Capacitación para hacerle frente a pedidos dirigidos a la exportación?						

Elaboración propia

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta que busca recolectar información por medio de un cuestionario basado en un conjunto de preguntas de escala nominal, orientadas a una población objetiva con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. Rodríguez (2016) nos dice que la técnica de encuesta se utiliza para el desarrollo de la investigación, la cual está diseñada con el fin de recopilar información confiable de la población encuestada, mientras que, como instrumento se utilizara los cuestionarios con una secuencia de preguntas organizadas de manera nominal, el cual se obtuvo a partir de la operación de las variables, que serán validadas por profesionales expertos en los que respecta a cuestionarios. De las cuales se entregarán preguntas escritas a un grupo de terminado de población específica para ser respondidas y analizadas.

4.7. Plan de análisis

Cuando los datos se obtuvieron, se analizaron las variables y sus dimensiones de manera estadística descriptiva utilizando gráficos, porcentajes y tabulaciones, por ende, para lograr la medición de desempeño de cada variable para ello se utilizó programas Microsoft Word 2018, Microsoft Excel 2018 y el SSPSS versión 24. En seguida se desarrolló el análisis y la interpretación de los datos obtenidos a través del instrumento (cuestionario) el mismo que fue validado con el método juicio del experto. (Casanova, 2021).

4.8. Matriz de consistencia

Cuadro 4 Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Variable	Metodología
Gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.	¿Cuáles son las características que tiene la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.?	Identificar las características que tienen la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.	Gestión de calidad	Descriptiva, cuantitativa, diseño no experimental, corte transversal. Técnica: Encuesta Instrumento Cuestionario. Población: Finita e infinita Muestra: Propietarios 6, Trabajadores 24 y Clientes 30
		a) Conocer los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.		
		b) Identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.		
		c) Describir las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.	Competitividad	
		a) Determinar los factores que determinan la competitividad de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.		

Elaboración propia.

4.9. Principios éticos.

Se indica en el código de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote ULADECH (2019) que los principios éticos deben de dirigir las normativas en el desarrollo de los proyectos de investigación en la universidad, realizados para los distintos niveles de estudios y modalidad. Así mismo, para la presente investigación se ha tomado en cuenta los siguientes principios éticos:

Protección a las personas: En la tesis se prioriza el bienestar de los participantes, si bien esto puede tener un impacto negativo en la recolección de datos, se debe enfatizar que todos los participantes eran mayores de edad y se les informó sobre la posibilidad de retirarse o retirarse según sus necesidades. así lo estime conveniente. Las encuestas también fueron invitadas a participar en posibles actividades futuras, todas ellas relacionadas con las encuestas realizadas.

Beneficencia y no maleficencia: La investigación pretende personificar los intereses de la sociedad en la que se aplica, pretende dar una imagen positiva y concreta de la investigación, y que los participantes se sientan motivados e interesados en participar en nuevas posibles investigaciones; teniendo en cuenta la posibilidad de participar en esta herramienta de recogida de datos representa todo tipo de riesgo, por lo que se contemplan todas las medidas oportunas para llevarlo a cabo de la forma más segura posible.

Justicia: Antes de aplicar las herramientas de recopilación de datos, se informó a los participantes con anticipación sobre el propósito del estudio de información y cómo podrían acceder a él en caso de necesidad, se ha difundido la información y cuándo se publicarán los resultados y los artículos. Hasta entonces, cualquier comentario o crítica constructiva de los participantes será respetado y considerado, es importante resaltar que la redacción de la herramienta de recolección de datos ha sido previamente validada por expertos para no desacreditar a ningún participante.

Integridad científica: Las herramientas de recolección de información que se apliquen deberán estar redactadas de tal manera que quede claro que la identidad de cada participante

será anónima, es decir, habrá total discreción en las respuestas de cada participante y, por otro lado, se mantendrán con dichos participantes de la comunicación, a quienes se les informa periódicamente sobre los avances y la publicación de los resultados.

Libre participación y derecho a estar informado: Se informó a los participantes que tenían derecho a decidir si participar o no en el estudio, se les proporcionó todos los datos necesarios y solicitados relacionados con el tema y, mientras se desarrollaban las herramientas de recopilación de datos, los participantes respondieron varias preguntas.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Al realizar esta investigación, es importante no poner en riesgo a ningún organismo participante, usar solo los materiales necesarios para el desarrollo del trabajo anterior y promover una cultura siempre respetuosa con el medio ambiente sin el uso de recursos naturales que afectan el medio ambiente

V. RESULTADOS

5.1. Resultados.

5.1.1. Resultados gestión de calidad.

01. Conocer los elementos de la gestión de calidad de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

Tabla 1

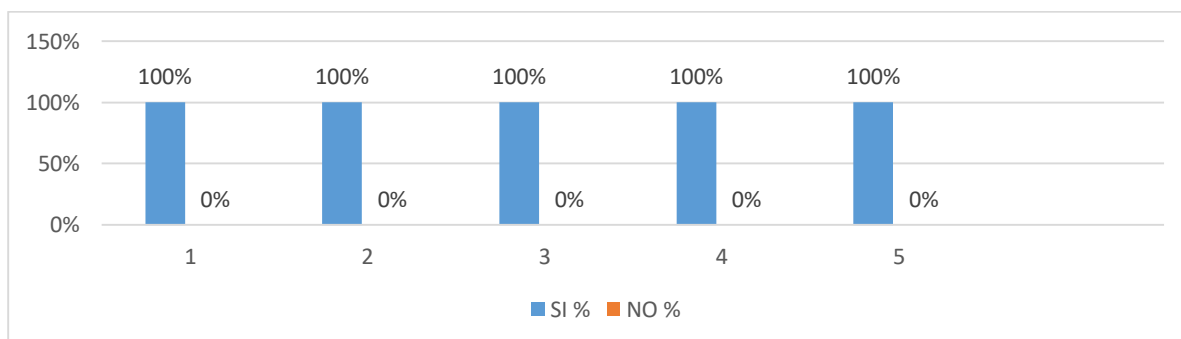
Elementos de gestión de calidad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Los responsables de la empresa tienen claro lo que se necesita para liderar un negocio?	6	100	0	0	6	100
2	¿La planificación que se realiza dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa?	6	100	0	0	6	100
3	¿Se formulan y documentan las estrategias para lograr los objetivos de la empresa?	6	100	0	0	6	100
4.	¿Se considera las necesidades del cliente, para el desarrollo de la empresa?	6	100	0	0	6	100
5	¿Se realiza evaluaciones continuas para conocer las habilidades y debilidades de la empresa?	6	100	0	0	6	100

Nota: Cuestionario aplicado al propietario.

Figura 1

Elementos de gestión de calidad.



Nota: Cuestionario aplicado a los propietarios

Interpretación: En la tabla 1 y figura 2 denominadas elementos de gestión de calidad, aplicada al propietario, se observó que el 100% de los propietarios consideraron que los encargados responsables tienen lo necesario para ser líderes de sus respectivos negocios; por otra parte el 100% considera que la planificación adecuada dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa; de igual manera el 100% confirmaron que formulan y documentan las estrategias para lograr los objetivos planteados en la empresa, así mismo el 100% nos dijeron que considerar las necesidades del cliente llevara a un mejor desarrollo de la empresa para terminar el 100% nos dice que se realizan evaluaciones continuas para permitir conocer las habilidades y debilidades de la empresa.

Tabla 2

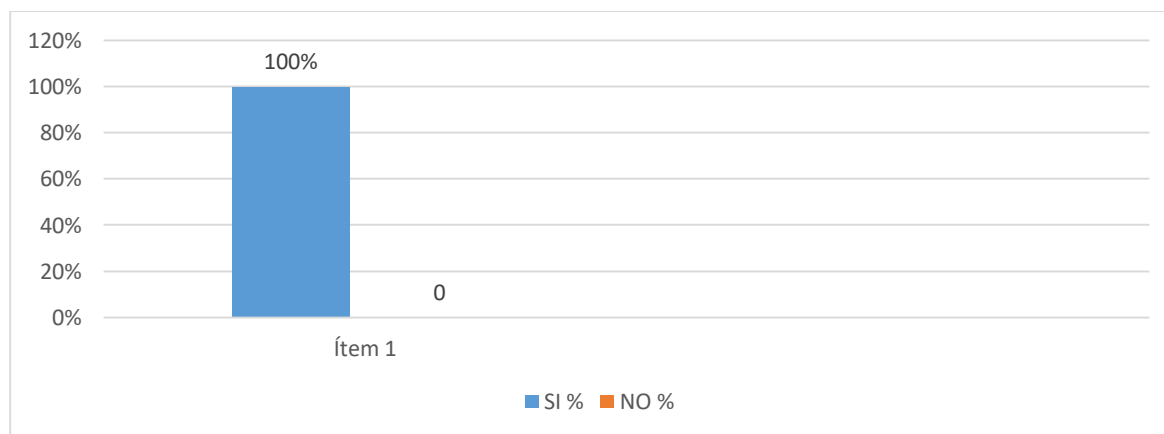
Elementos de gestión de calidad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿El responsable de la empresa cuenta con la capacidad y habilidad para ejercer el liderazgo?	24	100	0	0	24	100

Nota: Cuestionario aplicado al trabajador.

Figura 2

Elementos de gestión de calidad.



Nota: Cuestionario aplicada al trabajador.

Interpretación: En la tabla 2 y figura 3 denominadas elementos de gestión de calidad, aplicada a los trabajadores, se observó que el 100% de los empleados considero que el responsable de la empresa, cuenta con la habilidad y capacidad para ejercer el liderazgo dentro de la empresa.

Tabla 3

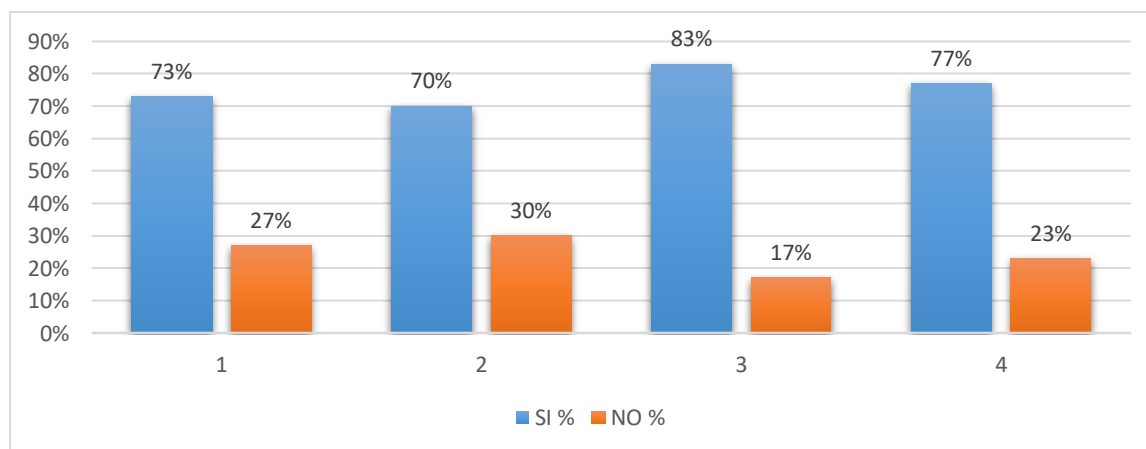
Elementos de gestión de calidad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Se encuentra satisfecho sus necesidades y requerimientos?	22	73	8	27	30	100
2	¿La atención a sus peticiones que le ofrece la empresa precisa de su entera satisfacción?	21	70	9	30	30	100
3	¿La calidad que se ofrece en los productos de la empresa se puede mejorar?	25	83	5	17	30	100
4	¿La empresa cuenta con algún producto que llene completamente sus expectativas de calidad?	23	77	7	23	30	100

Nota: Cuestionario aplicado al cliente

Figura 3

Elementos de gestión de calidad.



Nota: Cuestionario aplicado para el cliente.

Interpretación: En la tabla 3 y figura 4 denominadas elementos de gestión de calidad, para el cliente, se observó que el 73% de los clientes afirmaron que la empresa cumple con sus necesidades, mientras que el 27% dijeron que no los cumple; al mismo tiempo que el 70% consideran que la atención que reciben en la empresa es de su entera satisfacción, no obstante el 30% consideran que no; por otra parte el 83% confirma que a pesar de que la empresa satisface sus requerimientos, puede mejorar los productos, mientras el 17% consideran que no; finalmente el 77% concuerda que la empresa tiene productos que llenan completamente sus expectativas de calidad, y el 23% dice que esto no es así.

O2: Identificar los principios de la gestión de calidad de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

Tabla 4

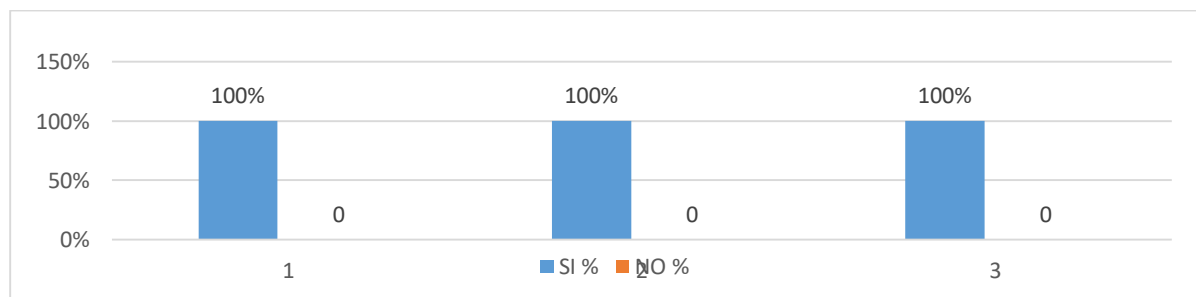
Principios de gestión de calidad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿La empresa se esfuerza en brindar una buena atención al cliente?	6	100	0	0	6	100
2	¿Usted cree que sus colaboradores son aptos para tomar decisiones y dar solución a cualquier problema que se presente en la empresa?	6	100	0	0	6	100
3	¿Antes de tomar una decisión analiza la situación?	6	100	0	0	6	100

Nota: Cuestionario aplicado al propietario.

Figura 4

Principios de gestión de calidad.



Nota: Cuestionario aplicado al propietario.

Interpretación: En la tabla 4 figura 5 denominada principios de la gestión de calidad, aplicada a los propietarios, se apreció que el 100% de los propietarios consideraron que la empresa se esfuerza en brindar la mejor atención al cliente; así también el 100% de los propietarios considera que sus trabajadores están calificados para resolver los distintos problemas que se pueden llegar a dar en la empresa; de mismo modo el 100% de los propietarios aseguran que plantean una toma de decisiones para poder analizar cualquier situación.

Tabla 5

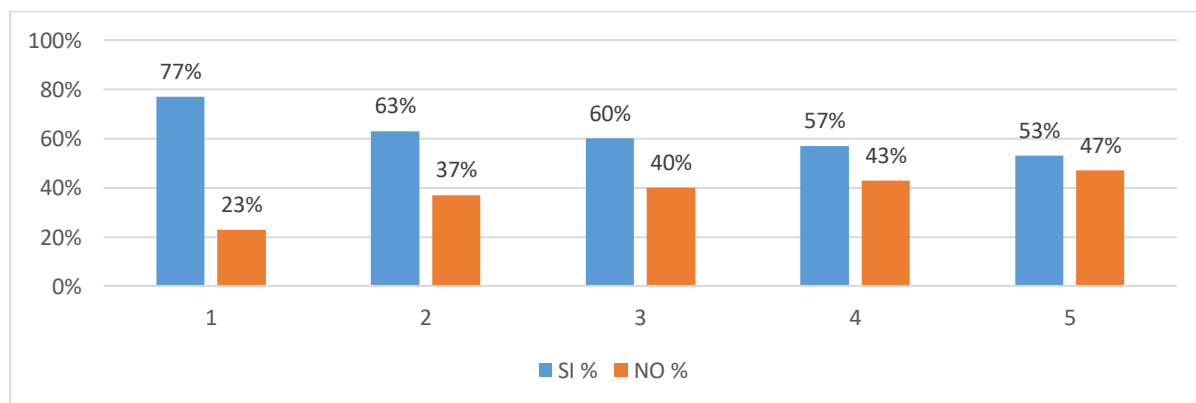
Principios de gestión de calidad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		F	%	f	%	f	%
1	¿La atención que le brindan la empresa a sus colaboradores resulta de su agrado y comodidad?	23	77	7	23	30	100
2	¿Los colaboradores están comprometidos con el trabajo para el mejoramiento de los procesos en la empresa?	19	63	11	37	30	100
3	¿Está comprometido a mejorar la calidad del servicio que ofrece?	18	60	12	40	30	100
4	¿Los responsables de la empresa aplican constantemente, estrategias para el mejoramiento de sus servicios y productos?	17	57	13	43	30	100
5	¿Las mejoras continuas que usted percibe en la empresa son adecuadas para satisfacer sus necesidades?	16	53	14	47	30	100

Nota: Cuestionario aplicado al cliente.

Figura 5

Principios de gestión de calidad.



Nota: Cuestionario aplicado al cliente.

Interpretación: En la tabla 5 figura 6 denominada principios de la gestión de calidad, aplicada a los clientes, se observa que el 77% que la atención que la empresa les brinda es de su agrado y comodidad, mientras que el 23% no siente la atención de ese modo; así mismo que el 63% de los clientes nos dicen que están comprometidos con el trabajo para el mejoramiento de los procesos de la empresa el 37% nos indica que no son comprometidos en el trabajo, también nos indican que el 60% están comprometido a mejorar la calidad del servicio, así como 40% nos indica que no están comprometidos a mejorar, mientras que el 57% nos indica que aplican estrategias constantemente y el 43% nos dice que aplican estrategias, y el 53% nos dice que están mejorando las necesidades de los clientes y el 47% nos dice que estas mejoras no han representado una satisfacción en lo que respecta sus necesidades.

O3: Describir las ventajas de la competitividad de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

Tabla 6

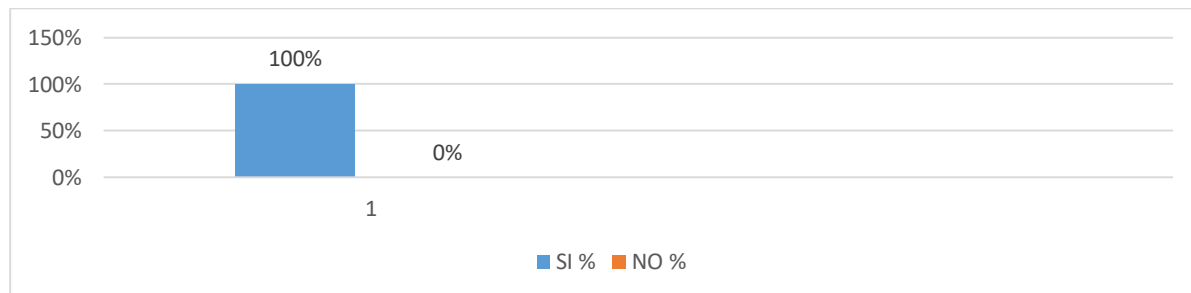
Ventajas de la competitividad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1.	¿El servicio que se brinda puede considerarlo resaltante para la satisfacción del cliente?	24	100	0	0	24	100

Nota: Cuestionario aplicado al trabajador.

Figura 6

Ventajas de la competitividad.



Nota: Cuestionario aplicado al trabajador.

Interpretación: En la tabla 6 figura 7 denominada ventajas de la competitividad, aplicada a los trabajadores, se observó que el 100% de trabajadores afirmaron que los servicios que brinda a los clientes resaltan para que este mismo pueda sentirse satisfecho.

Tabla 7

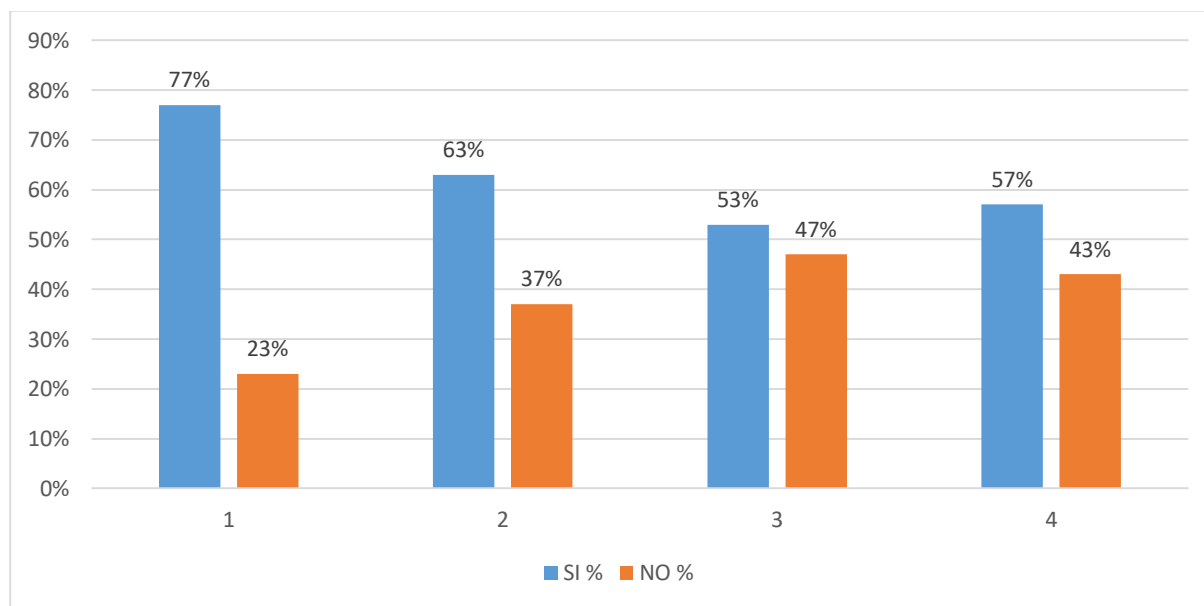
Ventajas de la competitividad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Los costos de los productos y servicios que ofrece, le dan una ventaja sobre la competencia?	23	77	7	23	30	100
2	¿Están satisfechos con los precios de los productos que ofrece la empresa?	19	63	11	37	30	100
3	¿La empresa ofrece productos que marquen una diferencia frente sus competidores?	16	53	14	47	30	100
4	¿La empresa se ha especializado en los productos y servicios que ofrece?	17	57	13	43	30	100

Nota: Cuestionario aplicado al cliente.

Figura 7

Ventajas de la competitividad.



Nota: Cuestionario aplicado al cliente.

Interpretación: En la tabla 7 y figura 8 denominadas ventajas de la competitividad, se observó que el 77% de los clientes manifiestan que los costos de productos y servicios que se ofrecen son competitivos para la empresa y el 23% de los clientes manifiestan que no son competitivos, también se observó que el 63% de los clientes afirmaron que están satisfechos con los precios y el 37% de los clientes afirmaron que no están satisfechos con los precios, Así como también el 53% de los clientes consideran que la empresa ofrece productos que marquen la diferencia frente a sus competidores y 47% no lo consideran, para finalizar el 57% de los clientes considera que la empresa está especializada al momento de ofrecer productos y servicios a sus clientes y el 43% que no.

O4: Determinar los factores que determinan la competitividad de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

Tabla 8

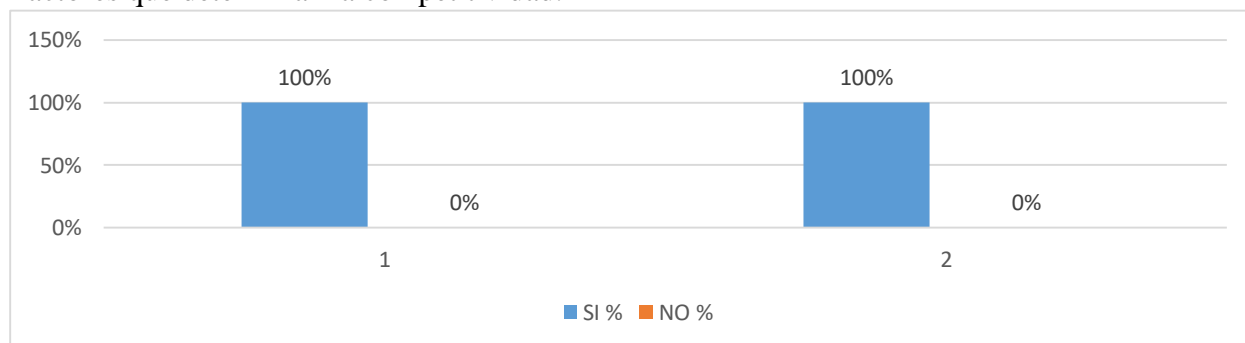
Factores que determinan la competitividad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Los insumos que se utilizan para la creación de sus productos cuentan con estándares altos de calidad?	6	100	0	0	6	100
2	¿La empresa promueve Capacitación para hacerle frente a pedidos dirigidos a la exportación?	6	100	0	0	6	100

Nota: Cuestionario aplicado al propietario.

Figura 8

Factores que determinan la competitividad.



Nota: Cuestionario aplicado al propietario.

Interpretación: En la tabla 8 figura 9 denominada factores que determinan la competitividad, aplicada al propietario, se observó que el 100% de los propietarios afirma que los insumos que utilizan cuentan con estándares altos de calidad y para finalizar el 100% de los propietarios nos dice promueve dentro de la empresa promueven capacitaciones, en caso de la necesidad de cumplir con pedidos dirigidos a la exportación.

Tabla 9

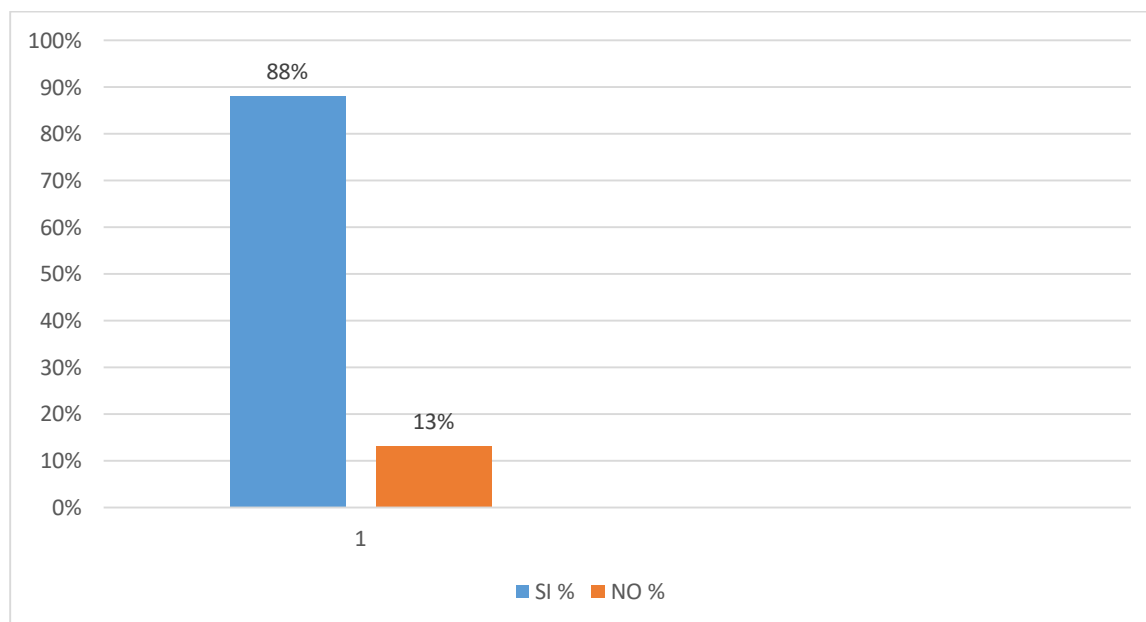
Factores que determinan la competitividad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Usted está capacitado para interactuar a la perfección con la tecnología que la empresa cuenta?	21	88	3	13	24	100

Nota: Cuestionario aplicado al trabajador.

Figura 9

Factores que determinan la competitividad.



Nota: Cuestionario aplicado al trabajador

Interpretación: En la tabla 9 figura 10 denominada factores que determinan de la competitividad aplicada a los trabajadores, se observó que el 88% de los trabajadores están actos para interactuar con la tecnología con la que la empresa trabaja, mientras que el 13% nos dice que no están capacitados o se están por capacitar para interactuar con la tecnología que la empresa trabaja.

Tabla 10

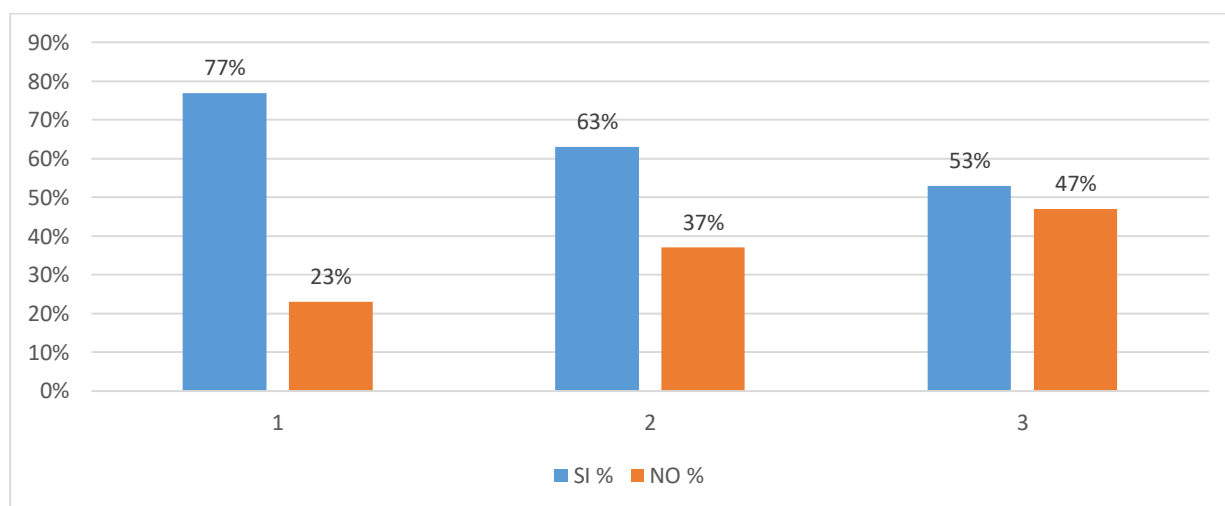
Factores que determinan la competitividad.

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Usted cree que los precios de los productos que ofrecen están acordes con la calidad de sus productos y servicios?	23	77	7	23	30	100
2	¿Percibe usted que la empresa realiza innovaciones y creatividad para mejorar los estándares de calidad?	19	63	11	37	30	100
3	¿El uso de tecnología para el mejoramiento de productos y servicios, se encuentra presente en la empresa?	16	53	14	47	30	100

Nota: Cuestionario aplicado al cliente.

Figura 10

Factores de la competitividad.



Nota: Cuestionario aplicado al cliente.

Interpretación: En la tabla 10 y figura 11 denominadas ventajas de la competitividad, se observó que el 77% de los clientes manifiestan que los precios están acorde con la calidad de productos y servicios que se ofrecen que son competitivos para la empresa y el 23% de los clientes manifiestan que no son competitivos, también se observó que el 63% de los clientes afirmaron que la empresa realiza innovaciones y creatividades para mejorar los estándares de calidad 37% de los clientes afirmaron que no realizan, para finalizar el 53% de los clientes considera que la tecnología está presente dentro de la empresa 47% de los clientes consideran que no están la tecnología presente.

5.2. Análisis de resultados.

5.2.1. Gestión de calidad

5.2.1.1. Conocer los elementos de la gestión de calidad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

En la tabla 1 y figura 2 denominada elementos de la gestión, se observó que el 100% de los propietarios consideran que los responsables tienen lo necesario para ser líderes de sus respectivos negocios. Stewart (2017) menciona que un líder activo de una empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma, siendo que un líder activo en sus capacidades, dará como resultado un alto rendimiento en la gestión de calidad de la empresa. A su vez concuerda con Escudero (2020) menciona que hay que tener muy claro lo que la empresa requiere conseguir para poder liderarla, siendo el liderazgo un conjunto de características y habilidades que permiten a un individuo ejercer tareas como líder.

Por otra parte, el 100% de propietarios considera que la planificación adecuada dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa. Que coincide con Jesús (2018) quien concluye que para la realización de los productos y servicios se requiere la planificación de la realización de los mismos, del conocimiento de los requisitos y especificaciones de cada uno de ellos, así como del control de su realización mediante la medición, el análisis y la mejora se demuestra la conformidad de los productos y servicios. A su vez concuerda con Jesús (2018) menciona que en función de determinar

los objetivos de una empresa por medio de formulación de estrategias que den como resultado el cumplimiento de los mismos, puesto que sin una clara y rigurosa planificación no se podrá llevar a cabo lo que se quiere conseguir en un tiempo establecido.

De igual manera el 100% confirmo que se plantean estrategias para lograr los objetivos planteados en la MYPE, que coincide con Rivero (2020) que concluyo que para la implementación de un sistema de gestión de calidad se debe de tener un carácter permanente, se requiere de seguimiento continuo, así como la medición y control de su cumplimiento, toda la organización debe estar involucrada en un nuevo diseño estratégico para crear y entrenar sobre estándares que permitan el desarrollo de los procesos en función de la satisfacción del cliente. A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que en función de determinar los objetivos de una empresa por medio de formulación de estrategias que den como resultado el cumplimiento de los mismos, puesto que sin una clara y rigurosa planificación no se podrá llevar a cabo lo que se quiere conseguir en un tiempo establecido.

Así mismo, se observó que el 100% se considera las necesidades de los clientes para el desarrollo de la MYPE. Que coincide con Herrera (2018) concluye que para la realización de los productos y servicios se requiere la planificación de la realización de los mismos, del conocimiento de los requisitos y especificaciones de cada uno de ellos, así como del control de su realización mediante la medición, el análisis y la mejora se demuestra la conformidad de los productos y servicios a través de auditorías, de la identificación y atención de los clientes, del seguimiento y medición de los procesos y servicios. A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que con el fin de conocer los requerimientos y exigencias del cliente para implementar los elementos necesarios que permitan cumplir dichos requerimientos y exigencias en relación a la satisfacción del cliente.

Del mismo modo el 100% nos dice que se realizan evaluaciones continuas para permitir conocer las habilidades y debilidades de la empresa. Que concuerda con Palma (2016)

que concluyo que es necesario utilizar el método de la observación para medir el rendimiento de su personal, del mismo modo asegurar que la rotación de personal le para realizar una buena gestión de calidad, y que la capacitación le ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad. A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que como sistema sin duda la evaluación de desempeño será capaz de medir de manera objetiva la productividad, rendimiento y conducta de los colaboradores de la empresa así definir claramente su rendimiento, y nivel de productividad.

En la tabla 2 y figura 3 denominadas elementos de gestión de calidad, aplicada a los trabajadores, se observó que el 100% de los trabajadores consideran que el propietario, cuenta con la habilidad y capacidad para ejercer el liderazgo dentro de la empresa. Lo que coincide con Ugarte (2018) que concluyo que en la actualidad se tiene que aplicar una gestión de calidad total de modo que la empresa tiene que cuidar el conocimiento y la calidad de sus trabajadores y todos los agentes que intervengan en la cadena hasta que el producto llegue a su consumidor final, el cual será satisfecho si se garantizó la calidad en los demás eslabones de la cadena.

A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que tener muy claro lo que la empresa requiere conseguir para poder liderarla, siendo el liderazgo un conjunto de características y habilidades que permiten a un individuo ejercer tareas como líder, estas mismas habilidades llevaran al líder a lograr una eficiencia en la gestión de calidad.

En la tabla 3 y figura 4 denominadas elementos de gestión de calidad, para el cliente, se observó que el 73% de los clientes consideran que la empresa si cumplen sus necesidades y requerimientos, mientras que el 27% menciona que no los cumple. Que coincide con Herrera (2018) concluye que para la realización de los productos y servicios se requiere la planificación de la realización de los mismos, del conocimiento de los requisitos y especificaciones de cada uno de ellos, así como del control de su realización mediante la medición, el análisis y la mejora se demuestra la conformidad de los productos y servicios a través de auditorías, de la identificación y atención de

los clientes, del seguimiento y medición de los procesos y servicios. A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que con el fin de conocer los requerimientos y exigencias del cliente para implementar los elementos necesarios que permitan cumplir dichos requerimientos y exigencias en relación a la satisfacción del cliente.

Al mismo tiempo que el 70% consideran que la atención que reciben en la empresa es de su entera satisfacción, no obstante, el 30% consideran que no. por lo que Herrera (2018) nos dice que la calidad de los servicios depende directamente del recurso humano, no se podrá exigir a la gente que realice bien su trabajo, si no se le proporciona la infraestructura y ambiente de trabajo adecuado para lograrlo. A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que indica que la gestión de calidad lo componen todos los elementos que le aseguran un rendimiento elevado a la organización a fin de adecuarse de manera excelente para sus clientes. Evitando cambios que estén fuera de los planeado. Del mismo modo el sistema permitirá implementar nuevos procesos necesarios para mejorar la calidad.

Por otra parte, el 83% confirma que a pesar de que la empresa satisface sus requerimientos, esta misma puede mejorar los productos que ofrece, mientras el 17% consideran que no. Que coincide con Herrera (2018) Para la realización de los productos y servicios se requiere la planificación de la realización de los mismos, del conocimiento de los requisitos y especificaciones de cada uno de ellos, así como del control de su realización mediante la medición, el análisis y la mejora se demuestra la conformidad de los productos y servicios para el perfeccionamiento de los mismos. A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que este puede definir el enfoque para mejorar los procesos a través de una revisión de las operaciones, problemas y reducción de costos.

Finalmente, el 77% concuerda que la empresa tiene productos que llenan completamente sus expectativas de calidad, mientras que el 23% dice que esto no es así. Que coincide con Herrera (2018) concluyo que es importante que una empresa cuide no sólo la calidad del producto y del proceso, sino el conocimiento y la calidad

de sus trabajadores y todos los agentes que intervengan en la cadena hasta que el producto llegue a su consumidor final. A su vez concuerda con Herrera (2018) menciona que este puede definir el enfoque para mejorar los procesos a través de una revisión de las operaciones, problemas y reducción de costos.

5.2.1.2. Identificar los principios de la gestión de calidad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

En la tabla 4 figura 5 denominada principios de la gestión de calidad, aplicada a los propietarios, se observó que el 100% de los propietarios la empresa se esfuerza en brindar la mejor atención al cliente. Que coincide con Ozejo (2018). Que concluyo que las empresas deben preocuparse por mejorar los servicios que presta ya que esto les ayudara a tener más clientes, ventas mayores, mayor competitividad y por tanto mayores ganancias. A su vez concuerda con García (2018) menciona que es un conocimiento general con el que cuentan, tanto gerentes, empleados y clientes que, entienden la importancia que este significa tanto para los clientes como para la empresa se esta manera se busca nuevas estrategias que permitan resolver la pregunta de quién ira dirigida la calidad.

Al mismo tiempo el 100% de los propietarios considera que sus trabajadores están calificados para resolver los distintos problemas que se pueden llegar a dar en la empresa, por lo que Ugarte (2018) concluye que es importante que una empresa cuide no sólo la calidad del producto y del proceso, sino el conocimiento y la calidad de sus trabajadores y todos los agentes que intervengan en la cadena hasta que el producto llegue a su consumidor final, el cual será satisfecho si se garantizó la calidad en los demás eslabones de la cadena. A su vez concuerda con García (2018) menciona que los clientes estarán guiados por las experiencias satisfactorias que la empresa les ha ofrecido a través de sus distintas áreas, por lo que será necesario ser más eficiente ya sea en las actividades como los resultados en búsqueda de una mejora continua, evidenciando beneficios de ambas partes.

Del mismo modo el 100% de los propietarios aseguran que plantean una toma de decisiones para poder realizar cualquier situación, en donde Héctor (2018) concluyo que el líder acto de una empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la mismo, en donde si no se toma en cuenta un correcto procedimiento de compras de productos conllevará a un alto grado de deficiencia. A su vez concuerda con García (2018) menciona que a través del monitoreo y la medición de las actividades que una organización lleva todos los días, donde cada miembro de la organización, tiene que estar capacitado para brindar tanto servicios como productos de calidad.

En la tabla 5 figura 6 denominada principios de la gestión de calidad, aplicada a los clientes, se observó que el 77% que la atención que la empresa les brinda es de su agrado y comodidad, mientras que el 23% no siente la atención de ese modo. Que coincide con Herrera (2018) que concluyo que la calidad de los servicios depende directamente del recurso humano, no se podrá exigir a la gente que realice bien su trabajo, si no se le proporciona la infraestructura y ambiente de trabajo adecuado para lograrlo a través de auditorías, de la identificación y atención de los clientes, del seguimiento y medición de los procesos y servicios, del control de las no conformidades, del análisis y síntesis de los datos, de la mejora continua. A su vez concuerda con García (2018) menciona que todo el sistema de gestión de la calidad busca aumentar el enfoque al cliente, con el fin de incrementar la satisfacción del mismo. Por ende, esto tiene que quedar muy claro para toda la organización y en los propietarios ya que si quieren tener un mejor desarrollo y progreso de su empresa tendrán que seguir cada uno de sus procesos, procedimientos y actividades que esté realizando la empresa.

Así mismo nos indica que el 63% los clientes nos dicen que están comprometidos con el mejoramiento de la calidad de los servicios que ofrecen a los clientes en la empresa, y el 37% no están comprometidos que contrasta con la respuesta dada a los clientes. Que coincide con Herrera (2018) que concluyo que la calidad de los servicios depende directamente del recurso humano, no se podrá exigir a la gente que realice bien su

trabajo, si no se le proporciona la infraestructura y ambiente de trabajo adecuado para lograrlo. A su vez concuerda con García (2018) menciona que ofrecer una buena calidad en sus servicios, de manera que los clientes estarán guiados por las experiencias satisfactorias que la empresa les ha ofrecido a través de sus distintas áreas, por lo que será necesario ser más eficiente ya sea en las actividades como los resultados en búsqueda de una mejora continua, evidenciando beneficios de ambas partes.

Se observó que el 60% de los clientes nos dicen que están comprometidos con el mejoramiento de la calidad de los servicios que ofrecen a los clientes en la empresa y el 40% no. Que coincide con Herrera (2018) que concluyo que la calidad de los servicios depende directamente del recurso humano, no se podrá exigir a la gente que realice bien su trabajo, si no se le proporciona la infraestructura y ambiente de trabajo adecuado para lograrlo. A su vez concuerda con García (2018) menciona que ofrecer una buena calidad en sus servicios, de manera que los clientes estarán guiados por las experiencias satisfactorias que la empresa les ha ofrecido a través de sus distintas áreas, por lo que será necesario ser más eficiente ya sea en las actividades como los resultados en búsqueda de una mejora continua, evidenciando beneficios de ambas partes.

Así mismo el 57% de clientes nos dice que la empresa aplica constantemente estrategias para asegurar el mejoramiento de los servicios y productos que ofrece y el 43% no aplican. Lo que coincide con Rivero (2020) señala que para la implementación de un sistema de gestión de calidad se debe de tener un carácter permanente, se requiere de seguimiento continuo, así como la medición y control de su cumplimiento. A su vez concuerda con García (2018) menciona que mediante estrategias se podrán encontrar las fallas que debilitan a la organización, las cuales podrán ser corregidas, cabe resalta que toda organización siempre tendrá debilidades, por lo que crear una cultura en la organización, permitirá resolver cualquier problema a largo y corto plazo.

Así mismo nos indica que el 53% los clientes nos dicen que están comprometidos con las mejoras continuas que perciben los clientes para satisfacer sus necesidades, y el 47% no están comprometidos que contrasta con la respuesta dada a los clientes. Que

coincide con Herrera (2018) que concluyo que las mejoras continuas son muy importantes y adecuados con la calidad de los servicios depende directamente del recurso humano, no se podrá exigir a la gente que realice bien su trabajo, si no se le proporciona la infraestructura y ambiente de trabajo adecuado para lograrlo. A su vez concuerda con García (2018) menciona que ofrecer una buena calidad en sus servicios, de manera que los clientes estarán guiados por las experiencias satisfactorias que la empresa les ha ofrecido a través de sus distintas áreas, por lo que será necesario ser más eficiente ya sea en las actividades como los resultados en búsqueda de una mejora continua, evidenciando beneficios de ambas partes.

5.2.2. Competitividad

5.2.2.1. Describir las ventajas de la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

En la tabla 6 figura 7 denominada ventajas de la competitividad aplicada a los trabajadores, Que el 100% de trabajadores nos dice que los servicios que brinda a los clientes resaltan para que este mismo pueda sentirse satisfecho. Que coincide con Lima (2019) la competitividad de una empresa empieza dentro de ella por lo que es necesario que la dirección y las líneas ejecutoras (gerencias y direcciones) estén enfocadas al cliente. A su vez concuerda con Porter (2017) menciona que se basa en la diferenciación del producto o servicio en torno a que este se representa como algo único en el mercado en el que se mueve la empresa, siendo esta diferencia, una barrera que se superponga, sobre la competencia en el mercado, que a su vez permite que el precio de este producto único.

En la tabla 7 figura 8 denominada ventajas de la competitividad, aplicada a los clientes se observó que el 77% de los clientes nos dice que los costos de productos y servicios que se ofrecen se adecuan para que la MYPE pueda tener una ventaja respecto a su competencia, y el 23% nos dice que no se adecuan los costos de productos y servicios. Que coincide con Huamán (2020) que nos dice que la estrategia de competitividad que consideran la más importante según los encuestados es la Atención al cliente, para estos

los propietarios deben invertir en publicidad, promociones, capacitación a su personal con el fin de ser más competitivos y buscar siempre que el cliente este satisfecho. A su vez concuerda con Porter (2017) menciona que Mantener un costo bajo frente a los competidores es esencial, en la búsqueda de atraer a los clientes, logrando un volumen más alto en las ventas, por lo tanto, tanto el servicio, la calidad y la reducción de costos mediante mayor experiencia que idea mejores estrategias, que permiten controlar el control de costos así mismo, se observó que el 63% de los clientes afirma que están satisfechos con los precios de los productos que la MYPE, el 37% nos dice que no están satisfechos ofrece la MYPE. Lo cual coincide con Huamán (2020) que concluye que el factor de competitividad que consideran más importante los encuestados es la calidad, una cifra muy importante que indica que las MYPE deben de buscar la mejor materia prima para obtener un producto final de calidad, que pueda satisfacer las necesidades de los clientes A su vez concuerda con Porter (2017) menciona que si la empresa tiene una posición de costos bajos, se espera que esto la conduzca a obtener utilidades por encima del promedio de la industria. Los competidores menos eficientes serán los primeros en sufrir las presiones competitivas Implementar una estrategia de costo bajo podría implicar grandes inversiones de capital en tecnología de punta.

Para finalizar el 53% de los clientes considera que la empresa ofrece productos y servicios que marquen la diferencia frente a sus competidores y el 47% no. Que coincide con Lima (2019) que concluyo que el cliente es uno de los activos más importantes de la empresa. Los productos y servicios deben de cumplir con las expectativas del cliente, el trato y la relación con el cliente debe de generar confianza por parte del mismo para que sea leal a la compañía, los procesos deben de ser lo más rápidos y sencillos posible A su vez concuerda con Porter (2017) menciona que la concentración de un grupo específico de clientes clave, siendo la premisa el cumplimiento de los requerimientos y exigencias de un grupo específico de clientes, donde se pueden cumplir de manera más eficiencia las exigencias de ese grupo de clientes, con respecto a los competidores, como resultado, la empresa se diferencia por la satisfacción de un pequeño segmentó del mercado en específico.

Para finalizar el 57% de los clientes considera que la empresa está especializada al momento de ofrecer productos y servicios a sus clientes y el 43% de los clientes consideran que no están especializados. Que coincide con Lima (2019) que concluyo que el cliente es uno de los activos más importantes de la empresa. Los productos y servicios deben de cumplir con las expectativas del cliente, el trato y la relación con el cliente debe de generar confianza por parte del mismo para que sea leal a la compañía, los procesos deben de ser lo más rápidos y sencillos posible A su vez concuerda con Porter (2017) menciona que la concentración de un grupo específico de clientes clave, siendo la premisa el cumplimiento de los requerimientos y exigencias de un grupo específico de clientes, donde se pueden cumplir de manera más eficiencia las exigencias de ese grupo de clientes, con respecto a los competidores, como resultado, la empresa se diferencia por la satisfacción de un pequeño segmentó del mercado en específico.

5.2.2.2. Determinar los factores que determinan la competitividad de las MYPE rubro panadería de Huaraz Áncash 2022.

En la tabla 8 figura 9 denominada factores que determinan la competitividad, aplicada al propietario, se observó que el 100% de los propietarios afirma que los insumos que utilizan cuentan con estándares altos de calidad. Que coincide con Huamán (2020) quien concluyo que las MYPE deben de buscar la mejor materia prima para obtener un producto final de calidad, que pueda satisfacer las necesidades de los clientes, la estrategia de competitividad que consideran la más importante según los encuestados es la Atención al cliente. A su vez concuerda con Ávalos (2016) menciona que Las empresas siempre buscan alcanzar lugares más elevados dentro del mercado, pero esto puede resultar en la reducción de los precios, junto a la calidad y sus productos, por ello las empresas tienen que buscar ganar terrenos que la competencia no lleguen, por lo que es necesario optar por darle la mejor calidad a los clientes.

De igual manera el 100% de los propietarios nos dice promueve dentro de la MYPE capacitaciones, en caso de la necesidad de cumplir con pedidos dirigidos a la

exportación. Que coincide con Cuenca Y Pérez (2017) donde concluyo que La tendencia registrada en los años recientes y las perspectivas positivas para el futuro inmediato respecto al crecimiento económico mundial y decrecimiento de las exportaciones e importaciones mundiales de productos de madera, constituye un escenario favorable para la expansión de la industria y renovar el equipamiento, mejorar la calidad de sus acabados y de diseño, etc. A su vez concuerda con Ávalos (2016) menciona que otro factor para lograr la competitividad en una empresa, vendría a ser la expansión a distintos mercados, aportando ventajas, principalmente en las ventas de manera notoria frente a otras empresas, cabe resaltar, que, para lograr posicionarse en estos mercados nuevos, es necesaria una constante investigación y análisis, ya que cada mercado, tiene distintos requerimientos para poder lograr el éxito.

En la tabla 9 figura 10 denominada factores que determinan la competitividad, aplicada al trabajador nos indica que el 88% de los trabajadores están actos para interactuar con la tecnología con la que la MYPE trabaja, mientras que el 13% nos dice que no están capacitados o se están por capacitar para interactuar con la tecnología que la MYPE trabaja. Que coincide con Cuenca y Pérez (2017) donde concluyo que el entorno económico y político nacional genera un ambiente favorable para el negocio y las inversiones que puede ser aprovechado por los agentes en la industria nacional de muebles de madera para invertir en mejorar su capacidad de planta, renovar el equipamiento, mejorar la calidad de sus acabados y de diseño, etc. A su vez concuerda con Ávalos (2016) menciona que en la actualidad el uso de las tecnologías que permitan innovar los productos y servicios es muy necesaria, ya que les permiten a las empresas estar preparadas ser más preparadas, productivas, sobresaliendo competitivamente, este resultado se dará, si el uso de la tecnología se da tanto interna como externamente en a la empresa, estas herramientas modernas, permiten un manejo más eficiente tanto de la información, producción, procesos, distribución, y comunicación con el cliente objetivo.

En la tabla 10 figura 11 denominada factores que determinan la competitividad, aplicada al cliente, se observó que el 77% de los clientes considera los precios que la empresa ofrece se adecuan correctamente con los productos y servicios de la misma y el 23% de los clientes no está adecuado correctamente. Lo que coincide con Morales (2017) quien concluyo que las estrategias que utilizan, las formas de pago, los acuerdos comerciales con los intermediarios, de tal manera que se puedan identificar las necesidades que tiene el consumidor, la capacidad de pago del comprador y por otro lado establecer una vía de pago que permita cubrir los costos de la empresa y obtener utilidad, así como también genere un beneficio para el comprador a través del financiamiento. A su vez concuerda con Ávalos (2016) menciona sobre el precio bajo siendo Este factor es uno de los más usados por la empresa ya que genera competitividad, principalmente en las primeras etapas en donde una empresa busca asentarse en un mercado, siendo que, si este es continuo, puede verse negativamente en los ingresos de las empresas, por lo que se recomienda ser versátil en cuanto a la reducción de los costos.

Así mismo, se observó que el 63% de los clientes nos indica que establecen que en la Mype se realizan innovaciones que permiten una creatividad para mejorar los estándares actuales de calidad de productos y servicios y el 37% nos indica no. Que coincide con Lima (2019) concluyo que los productos y servicios deben de cumplir con las expectativas del cliente, el trato y la relación con el cliente debe de generar confianza por parte del mismo para que sea leal a la compañía, los procesos deben de ser lo más rápidos y sencillos posible (llenado de formatos, levantamientos de pedidos, creación de cuentas, procesos de cobranza y facturación). A su vez concuerda con Ávalos (2016) menciona que implementar estas estrategias conlleva un riesgo, pues recurrir a nuevos métodos, podría llevar a los clientes a ver la empresa de forma negativa, por lo tanto, la investigación continua tiene que ser primordial, para que los nuevos métodos, tengan un gran nivel de aceptación y la empresa sea más rentable.

Así, mismo para finalizar se observa que el 53% de los clientes afirma que la tecnología está muy presente para el mejoramiento de la general de la empresa y el 47% no dijo que no. Que coincide con Calderón (2017) quien concluyo que la mayoría de estudios que abarcan la diversificación productiva y el incremento de la participación en las herramientas de tecnología de la información y comunicación y el beneficio económico de la competitividad. A su vez concuerda con Ávalos (2016) menciona que la innovación es un factor de gran relevancia para la competitividad de la empresa, este punto se referirá tanto a productos, la forma en que estos se ofrecen, la distribución, etc. Siendo que implementar estas estrategias conlleva un riesgo, pues recurrir a nuevos métodos, podría llevar a los clientes a ver la empresa de forma negativa, por lo tanto, la investigación continua tiene que ser primordial.

VI. CONCLUSIONES

En cuanto a los elementos de la gestión de la calidad basados en las habilidades que poseen los líderes dentro del negocio, estos líderes son conscientes de los requisitos para la prosperidad empresarial, este es un conjunto de planificación basado en objetivos y estrategias y evaluaciones para lograr esos objetivos teniendo en cuenta la forma más adecuada de satisfacer las metas demandadas por el mercado.

Los principios relativos a la gestión de la calidad se materializan principalmente en la forma de compromiso que existe dentro de la empresa, es decir, el cumplimiento de sus actividades, dando efectivamente valor a los productos y servicios que son directamente percibidos por los usuarios. El cliente, de la misma manera, comprar sabiamente será una inversión para brindarle al cliente un producto de calidad, lo que le obliga a permanecer fiel al negocio.

En cuanto a las ventajas de competitividad, estas se lograrán a través de la gestión de costos, permitiéndole mantener una ventaja comercial en los mercados en los que opera sin comprometer la calidad de los productos y servicios que ofrece a sus clientes, los clientes pueden ganar valor agregado al enfocarse para productos que los clientes creen que son propiedad exclusiva de la empresa.

En cuanto a los factores que determinan la competitividad, estos estarán basados en la percepción que tiene el cliente del negocio en general, incluyendo precio, calidad de los insumos, como el servicio que se brinda de principio a fin, por lo que se requiere de capacitación continua para gestionar todas las posibilidades que se presenten. tanto dentro como fuera del negocio y producir resultados favorables en el corto y largo plazo.

En cuanto a las características de la gestión de calidad y competitividad del rubro panadería, se puede decir que las características de las variables son complementarias ya que son fundamentales para la marcha de cualquier negocio ya que ambas buscan una mejor integración en la operación de los integrantes de la MYPE. la planificación y el compromiso, el conocimiento y la aceptación del mercado que se está desarrollando están íntimamente relacionados con la inmediata y futura satisfacción plena de las necesidades del cliente.

VII. Aspectos complementarios: Recomendaciones

Dentro de la MYPE se realizan evaluaciones permanentes del desempeño, detectando defectos que puedan afectarlo, lo que generará una tendencia a percibirlo mal, aplicando así estrategias de mejora continua, dando como resultados positivos para las metas propuestas.

Se debe prestar más atención a los servicios prestados a los clientes para que los clientes perciban estos servicios como positivos o negativos en primer lugar. Mantener constantemente la calidad del producto, es decir, en el tiempo, esta calidad se mantiene y generará valor agregado en el mercado en el que se desarrolle.

La capacitación constante siempre es necesaria porque factores como las nuevas tecnologías afectan en gran medida la efectividad y productividad del mercado actual.

Investigue constantemente el mercado a medida que cambia para que los clientes tiendan a perder interés e ignoren los productos y servicios que una vez cubrieron sus necesidades.

VIII. Referencias Bibliográficas

- RRP noticias (2020). *Coronavirus en Perú: Así estaría afectando el Covid-19 a la economía peruana*. Recuperado: <https://rpp.pe/economia/economia/coronavirus-en-peru-asi-estaria-afectado-el-covid-19-a-la-economia-peruana-noticia-1253118?ref=rpp>
- Económica, E. (2020). Enciclopedia Económica. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/factores-internos/>
- Guzmán. (2018) *Mype: por qué son importantes para la economía peruana*. 2018. Universidad de Otavalo, director de la carrera Administración de Empresas, Ecuador, Obtenido de <https://pqs.pe/actualidad/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana/>
- Gobierno regional de Áncash. (2021): Presenta plan articulado regional para la reactivación económica en Áncash, Obtenido de <https://regionancash.gob.pe/noticias.php?id=542>
- Economía verde coalición Perú (2020). *Covid 19 en el Perú: El impacto en las Mype*, Obtenido de <https://economieverde.pe/covid-19-en-el-peru-el-impacto-en-las-mypes/>
- El peruano (2021). *Ministros de Economía y de la Producción inician diálogo con gremios de las Mype*, obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/126486-ministros-de-economia-y-de-la-produccion-inician-dialogo-con-gremios-de-las-mype>
- Comex Perú (2020). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú y su realidad ante Informe anual de diagnóstico y evaluación acerca de la actividad empresarial de las MYPES en el Perú, y los determinantes de su capacidad formal*: obtenido de: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>
- Comex Perú (2019). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú y el estudio de caso. soluciones tecnológicas para la competitividad MYPE*: Obtenido de: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>
- RRP noticias (2022). *Este verano cerraron 200 panaderías ante alto precio del trigo*. Recuperado: <https://rpp.pe/economia/economia/este-verano-cerraron-200-panaderias-ante-alto-precio-del-trigo-noticia-1389544>.

El tiempo. (2019). *Mype en el Perú. Obtenido de www.mypes en el Perú*

El comercio (2017). *El 25% de las panaderías ya incluye el servicio de cafetería como parte de su negocio.* Recuperado: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/25-panaderias-sumado-servicio-cafeteria-buscando-mejorar-rentabilidad-negocio-426101-noticia/>

La gestión (2021). *Las estrategias a las que apuestan las panaderías ante el alza de insumos.* Recuperado: <https://gestion.pe/economia/las-nuevas-estrategias-que-buscan-las-panaderias-ante-el-alza-de-insumos-importados-noticia/>

ASEP. (2017). *¿Qué está estancando el emprendimiento peruano? 2017.* obtenido de <https://asep.pe/index.php/esta-estancando-emprendimiento-peruano/>

La República. (2020). *la república.* Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2020/10/16/piura-anuncian-rehabilitacion-de-vias-centrales-de-castilla-lrnd/>

González, Rodríguez y Simiti (2019). *Gestión de la calidad en la Panadería Isabel ubicada en el municipio de la Trinidad, departamento de Estelí, en el primer semestre del año 2019. En la universidad nacional autónoma de Nicaragua, Managua. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial- esteli.* Recuperado: <https://repositorio.unan.edu.ni/11473/1/19961.pdf>

Silva Campozano (2019). *Diseño de Sistema de Gestión de Calidad Norma ISO 15189:2012 en Laboratorio Anatomía Patológica Hospital General Docente Calderón. Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Bioquímico Clínico.* Carrera de Bioquímica Clínica. Quito: UCE. 237 p.

Triviño Barría (2019). *Propuesta de mejora de la gestión de la calidad y distribución de planta para las futuras instalaciones de la empresa inoxservicios. En la universidad austral de chile. Tesis para optar al título profesional de Ingeniero Civil Industrial.* Universidad austral de chile. Recuperado: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2019/bpmt841p/doc/bpmt841p.pdf>

- Pacheco, B. (2021). *Implementación de un sistema de gestión de calidad aplicando la norma ISO 9001:2015 para mejorar la gestión administrativa de la Empresa Naylamp Ingenieros S.A.C. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial, Universidad Continental, Lima, Perú.* Recuperado: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9441/4/IV_FIN_108_TE_Pacheco_Rodriguez_2021.pdf
- Palomino Benites (2021). *gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro panaderías del distrito de Gregorio Albarracín lanchipa, Tacna – 2021. para optar el título profesional de licenciada en administración. Piura: universidad católica los Ángeles de Chimbote uladech.* Recuperado: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24680/PRODUCTIVIDAD_MYPE_PALOMINO_BENITES_KARINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rache sosa (2018). *“Sistema de Gestión de Calidad aplicando ISO 9001-2015 para Incrementar la Satisfacción de los Clientes de Transportes San Felipe S.A., Trujillo-2018”. para obtener el título profesional de ingeniera industrial. Universidad cesar vallejo. Trujillo.* Recuperado: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25958/Rache_SKY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Iparraguirre Ramírez (2021). *Gestión de calidad en la capacitación de estrategias de promoción en las micro pequeñas empresas, rubro panaderías: caso empresa Salazar s.r.l. – en la ciudad de Huaraz, 2020. Para optar el título profesional en licenciada en administración. Huaraz.* Recuperado: file:///C:/Users/user/Downloads/CAPACITACION ESTRATEGIAS DE PROMOCION_IPARRAGUIRRE_RAMIREZ_RUT_ABIGAIL.pdf
- Torres Dextre (2018). *Gestión de calidad bajo la norma sanitaria para la elaboración de productos de panificación en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015. Para optar el título profesional en licenciado en administración. Huaraz.* Recuperado: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/3441/GESTION_DE_CALIDAD_NORMA_SANITARIA_TORRES_DEXTRE_JUDITH_ESPERANZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Albino urbano (2020). *Gestión de calidad con el uso del mix promocional y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro fabricación de pan y otros productos de panadería frescos en la ciudad de Huaraz, 2018. Para optar el título profesional en licenciada en administración. Huaraz. Recuperado: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23731/GESTION DE CALIDAD MICRO Y PEQUENAS EMPRESAS ALBINO URBANO AL EJANDRO MARCELINO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23731/GESTION_DE_CALIDAD_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_ALBINO_URBANO_AL_EJANDRO_MARCELINO.pdf?sequence=1&isAllowed=y).*
- Delgado Villacís, K. (2019). *Competitividad aérea en la operación turística de Ecuador Caso Quito -Guayaquil. Trabajo de titulación para la obtención del Título de Licenciado en Turismo Ecológico. Carrera de Turismo Ecológico. Quito: UCE. 75 p.*
- Velázquez Sánchez (2018). *Análisis de la Competitividad del Sector Financiero de la Ciudad de Manizales. Proyecto de titulación para optar al título de MBA en Administración en la Universidad Nacional de Colombia. Recuperado: <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/68679/30238391.2018.PDF?sequence=1&isAllowed=y>.*
- García grueso (2020). *Formulación de estrategias para competitividad ganadera en el contexto de la revolución industrial 4.0 tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Universidad nacional Medellín. Recuperado: https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/6366/T_MA_454.pdf?sequence=2&isAllowed=y.*
- Álvarez y Chacón (2020). *Competitividad de las MYPES del Sector Panadería del Distrito de Trujillo – 2020. Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración. Trujillo: universidad cesar vallejo. Recuperado: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/71540/%c3%81lvarez_CJP-Chac%c3%b3n_MM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.*
- Alejos Villanueva y Ríos Ríos (2019). *Competitividad y los factores que influyen en las exportaciones de cacao de Perú. Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Lima. Recuperado: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625705/AlejosV_L.pdf?sequence=4&isAllowed=y*
- Gallardo Sullon (2019). *Caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE, rubro panificación del centro de talara (Piura) año 2019. para optar el título*

profesional de licenciada en administración. Piura. Recuperado: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/12111/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_GALLARDO_SULLON_SELENE_SHESIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Jara Vásquez (2018). *Competitividad bajo el enfoque de las estrategias genéricas de Porter en las micro y pequeñas empresas rubro, restaurante de la ciudad de Huaraz, 2017. Para optar el título profesional licenciado en administración. Huaraz.* Recuperado: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21141/CLIENTE_COMPETITIVIDAD_JARA_VASQUEZ_SEBASTIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López Bernuy (2021). *Potencial turístico y competitividad del sector turístico de la provincia de pomabamba, región Áncash, 2021. para optar el título profesional de licenciado en turismo. Huaraz.* Recuperado: http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/4860/T033_46310881_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chipillo Barba (2019). *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro farmacias del distrito de Huaraz, 2018. Para optar el título profesional de licenciada en administración. Huaraz.* Recuperado: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14697/GESTION_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_CHIPILLO_BARBA_BETTY_ESTRELLITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

IX. ANEXOS

Anexo 01: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario dirigido al propietario



¡Buen día!, tenga usted un saludo cordial. Para informarle que me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la GESTION DE CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO PANADERIA DE HUARAZ – ÁNCASH 2022, por ello hemos acudido a Ud. con el fin de que responda unas preguntas sencillas marcando con una (X) la alternativa que Ud. considere más conveniente, su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decir si tuviera alguna inquietud o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación los resultados se publicarán en el repositorio de la Universidad ULADECH. Su participación es muy valiosa para dicha investigación, se le agradece por todo.

Gestión de calidad	SI	NO
1. ¿Los responsables de la empresa tienen claro lo que se necesita para liderar un negocio?		
2. ¿La planificación que se realiza dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa?		
3. ¿Se formulan y documentan las estrategias para lograr los objetivos de la empresa?		
4. ¿Se considera las necesidades del cliente, para el desarrollo de la empresa?		
5. ¿Se realiza evaluaciones continuas para conocer las habilidades y debilidades de la empresa?		
6. ¿La empresa se esfuerza en brindar una buena atención al cliente?		
7. ¿Usted cree que sus colaboradores son aptos para tomar decisiones y dar solución a cualquier problema que se presente en la empresa?		
8. ¿Antes de tomar una decisión analiza la situación?		
9. ¿Los insumos que se utilizan para la creación de sus productos cuentan con estándares altos de calidad?		
10. ¿La empresa promueve Capacitación para hacerle frente a pedidos dirigidos a la exportación?		

Cuestionario dirigido al trabajador.



¡Buen día!, tenga usted un saludo cordial. Para informarle que me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍA DE HUARAZ – ÁNCASH 2022, por ello hemos acudido a Ud. con el fin de que responda unas preguntas sencillas marcando con una (X) la alternativa que Ud. considere más conveniente, su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decir si tuviera alguna inquietud o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación los resultados se publicarán en el repositorio de la Universidad ULADECH. Su participación es muy valiosa para dicha investigación, se le agradece por todo.

Gestión De Calidad Basada En La Competitividad	Si	No
1 ¿El responsable de la empresa cuenta con la capacidad y habilidad para ejercer el liderazgo?		
2 ¿El servicio que se brinda puede considerarlo resaltante para la satisfacción del cliente?		
3 ¿Usted está capacitado para interactuar a la perfección con la tecnología que la empresa cuenta?		

Cuestionario dirigido a los clientes.



¡Buen día!, tenga usted un saludo cordial. Para informarle que me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍA DE HUARAZ – ÁNCASH 2022, por ello hemos acudido a Ud. con el fin de que responda unas preguntas sencillas marcando con una (X) la alternativa que Ud. considere más conveniente, su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decir si tuviera alguna inquietud o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación los resultados se publicarán en el repositorio de la Universidad ULADECH. Su participación es muy valiosa para dicha investigación, se le agradece por todo.

Gestión De Calidad Basada En La Competitividad	Si	No
1 ¿Se encuentra satisfecho sus necesidades y requerimientos?		
2 ¿La atención a sus peticiones que le ofrece la empresa precisa de su entera satisfacción?		
3 ¿La calidad que se ofrece en los productos de la empresa se puede mejorar?		
4 ¿La empresa cuenta con algún producto que llene completamente sus expectativas de calidad?		
5 ¿La atención que le brindan la empresa a sus colaboradores resulta de su agrado y comodidad?		
6 ¿Los colaboradores están comprometidos con el trabajo para el mejoramiento de los procesos en la empresa?		
7 ¿Esta comprometido a mejorar la calidad del servicio que ofrece?		
8 ¿Los responsables de la empresa aplican constantemente, estrategias para el mejoramiento de sus servicios y productos?		
9 ¿Las mejoras continuas que usted percibe en la empresa son adecuadas para satisfacer sus necesidades?		
10 ¿Los costos de los productos y servicios que ofrece, le dan una ventaja sobre la competencia?		
11 ¿están satisfechos con los precios de los productos que ofrece la empresa?		
12 ¿La empresa ofrece productos que marquen una diferencia frente sus competidores?		
13 ¿La empresa se ha especializado en los productos y servicios que ofrece?		
14 ¿Usted cree que los precios de los productos que ofrecen están acordes con la calidad de sus productos y servicios?		
15 ¿Percibe usted que la empresa realiza innovaciones y creatividad para mejorar los estándares de calidad?		
16 ¿El uso de tecnología para el mejoramiento de productos y servicios, se encuentra presente en la empresa?		

Anexo 2: Matriz indicador pregunta

Título	Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Alternativas de respuesta	Fuente
Gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Áncash 2022	Gestión de calidad	Elemento	Liderazgo	1. ¿Los responsables de la empresa tienen claro lo que se necesita para liderar un negocio?	Si No	Propietario
				2. ¿El responsable de la empresa cuenta con la capacidad y habilidad para ejercer el liderazgo?	Si No	Trabajador
			Planificación	3. ¿La planificación que se realiza dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa?	Si No	Propietario
				4. ¿Se formulan y documentan las estrategias para lograr los objetivos de la empresa?	Si No	Propietario
			Apoyo y operación	5. ¿Se considera las necesidades del cliente, para el desarrollo de la empresa?	Si No	Propietario
				6. ¿Se encuentra satisfecho sus necesidades y requerimientos?	Si No	Cliente
			Evaluación de desempeño	7. ¿Se realiza evaluaciones continuas para conocer las habilidades y debilidades de la empresa?	Si No	Propietario

				8 ¿La atención a sus peticiones que le ofrece la empresa precisa de su entera satisfacción?	Si No	Cliente
		Mejora continua		9 ¿La calidad que se ofrece en los productos de la empresa se puede mejorar?	Si No	Cliente
				10 ¿La empresa cuenta con algún producto que llene completamente sus expectativas de calidad?	Si No	Cliente
			Enfoque al cliente		11 ¿La empresa se esfuerza en brindar una buena atención al cliente?	Si No
					12 ¿La atención que le brindan la empresa a sus colaboradores resulta de su agrado y comodidad?	Si No
		Compromiso de la persona		13 ¿Los colaboradores están comprometidos con el trabajo para el mejoramiento de los procesos en la empresa?	Si No	Cliente
					14 ¿Está comprometido a mejorar la calidad del servicio que ofrece?	Si No
		Principios	Toma de decisión	15 ¿Usted cree que sus colaboradores son aptos para tomar decisiones y dar solución a cualquier problema que se presente en la empresa?	Si No	Propietario

				16 ¿Antes de tomar una decisión analiza la situación?	Si No	Propietario
			Mejora continua	17 ¿Los responsables de la empresa aplican constantemente, estrategias para el mejoramiento de sus servicios y productos?	Si No	Cliente
				18 ¿Las mejoras continuas que usted percibe en la empresa son adecuadas para satisfacer sus necesidades?	Si No	Cliente
		Ventajas	Liderazgo en costos	19 ¿Los costos de los productos y servicios que ofrece, le dan una ventaja sobre la competencia?	Si No	Cliente
				20 ¿Están satisfechos con los precios de los productos que ofrece la empresa?	Si No	Cliente
			Diferenciación	21 ¿La empresa ofrece productos que marquen una diferencia frente sus competidores?	Si No	Cliente
				22 ¿El servicio que se brinda puede considerarlo resaltante para la satisfacción del cliente?	Si No	Trabajador
		Competitividad	Enfoque	23 ¿La empresa se ha especializado en los productos y servicios que ofrece?	Si No	cliente

		Factores	Precios bajos	24 ¿Usted cree que los precios de los productos que ofrecen están acordes con la calidad de sus productos y servicios?	Si No	Cliente
			Buena calidad	25 ¿Los insumos que se utilizan para la creación de sus productos cuentan con estándares altos de calidad?	Si No	Propietario
			Innovación	26 ¿Percibe usted que la empresa realiza innovaciones y creatividad para mejorar los estándares de calidad?	Si No	Cliente
			Uso de la tecnología	27 ¿El uso de tecnología para el mejoramiento de productos y servicios, se encuentra presente en la empresa?	Si No	cliente
				28 ¿Usted está capacitado para interactuar a la perfección con la tecnología que la empresa cuenta?	Si No	Trabajador
			Internacionalización	29 ¿La empresa promueve Capacitación para hacerle frente a pedidos dirigidos a la exportación?	Si No	Propietario

Anexo 03: Validación del instrumento de recolección datos.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CESAR HERNAN NORABUENA MENDOZA, identificado con DNI 43278157, MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (MBA):

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: cuestionario, elaborado por la estudiante HEIDA COLLAZOS BOBADILLA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: “GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍA DE HUARAZ – ÁNCASH 2022”, que se encuentra realizando.

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

Huaraz, 24 de abril del 2022.



Acti
Ve a

FICHA DE VALIDACION

Ítems relacionados con variable: GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Los responsables de la empresa tienen claro lo que se necesita para liderar un negocio?	X			X		X		X
2. ¿El responsable de la empresa cuenta con la capacidad y habilidad para ejercer el liderazgo?	X			X		X		X
3. ¿La planificación que se realiza dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
4. ¿Se formulan y documentan las estrategias para lograr los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
5. ¿Se considera las necesidades del cliente, para el desarrollo de la empresa?	X			X		X		X
6. ¿Se encuentra satisfecho sus necesidades y requerimientos?	X			X		X		X
7. ¿Se realiza evaluaciones continuas para conocer las habilidades y debilidades de la empresa?	X			X		X		X
8. ¿La atención a sus peticiones que le ofrece la empresa precisa de su entera satisfacción?	X			X		X		X
9. ¿La calidad que se ofrece en los productos de la empresa se puede mejorar?	X			X		X		X
10. ¿La empresa cuenta con algún producto que llene completamente sus expectativas de calidad?	X			X		X		X
11. ¿La empresa se esfuerza en brindar una buena atención al cliente?	X			X		X		X
12. ¿La atención que le brindan la empresa a sus colaboradores resulta de su agrado y comodidad?	X			X		X		X
13. ¿Los colaboradores están comprometidos con el trabajo para el mejoramiento de los procesos en la empresa?	X			X		X		X
14. ¿Está comprometido a mejorar la calidad del servicio que ofrece?	X			X		X		X
15. ¿Usted cree que sus colaboradores son aptos para tomar decisiones y dar solución a cualquier problema que se presente en la empresa?	X			X		X		X
16. ¿Antes de tomar una decisión analiza la situación?	X			X		X		X
17. ¿Los responsables de la empresa aplican constantemente, estrategias para el mejoramiento de sus servicios y productos?	X			X		X		X
18. ¿Las mejoras continuas que usted percibe en la empresa son adecuadas para satisfacer sus necesidades?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!



FICHA DE VALIDACIÓN



Ítems relacionados con variable: COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1 ¿Los costos de los productos y servicios que ofrece, le dan una ventaja sobre la competencia?	X			X		X		X
2 ¿Están satisfechos con los precios de los productos que ofrece la empresa?	X			X		X		X
3 ¿La empresa ofrece productos que marquen una diferencia frente sus competidores?	X			X		X		X
4 ¿El servicio que se brinda puede considerarlo resaltante para la satisfacción del cliente?	X			X		X		X
5 ¿La empresa se ha especializado en los productos y servicios que ofrece?	X			X		X		X
6 ¿Usted cree que los precios de los productos que ofrecen están acordes con la calidad de sus productos y servicios?	X			X		X		X
7 ¿Los insumos que se utilizan para la creación de sus productos cuentan con estándares altos de calidad?	X			X		X		X
8 ¿Percibe usted que la empresa realiza innovaciones y creatividad para mejorar los estándares de calidad?	X			X		X		X
9 ¿El uso de tecnología para el mejoramiento de productos y servicios, se encuentra presente en la empresa?	X			X		X		X
10 ¿Usted está capacitado para interactuar a la perfección con la tecnología que la empresa cuenta?	X			X		X		X
11 ¿La empresa promueve Capacitación para hacerle frente a pedidos dirigidos a la exportación?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!



ivar Windows
Ve a Configuración para activar

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CRYSDER VALDIVIEZO SARAIVIA, identificado con DNI 00097128, MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: cuestionario, elaborado por la estudiante HEIDA COLLAZOS BOBADILLA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: “GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍA DE HUARAZ – ÁNCASH 2022”, que se encuentra realizando.

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

Huaraz, 25 de abril 2022.

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
DE CHIMBOTE - TACALLPA
Escuela Profesional de Administración

MBA. Crysther M. Valdiviezo Saravia
Docente Tutor Investigador


Acti
Ve a C

FICHA DE VALIDACIÓN



Ítems relacionados con variable: GESTIÓN DE CALIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Los responsables de la empresa tienen claro lo que se necesita para liderar un negocio?	X			X		X		X
2. ¿El responsable de la empresa cuenta con la capacidad y habilidad para ejercer el liderazgo?	X			X		X		X
3. ¿La planificación que se realiza dará paso a que se cumplan los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
4. ¿Se formulan y documentan las estrategias para lograr los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
5. ¿Se considera las necesidades del cliente, para el desarrollo de la empresa?	X			X		X		X
6. ¿Se encuentra satisfecho sus necesidades y requerimientos?	X			X		X		X
7. ¿Se realiza evaluaciones continuas para conocer las habilidades y debilidades de la empresa?	X			X		X		X
8. ¿La atención a sus peticiones que le ofrece la empresa precisa de su entera satisfacción?	X			X		X		X
9. ¿La calidad que se ofrece en los productos de la empresa se puede mejorar?	X			X		X		X
10. ¿La empresa cuenta con algún producto que llene completamente sus expectativas de calidad?	X			X		X		X
11. ¿La empresa se esfuerza en brindar una buena atención al cliente?	X			X		X		X
12. ¿La atención que le brindan la empresa a sus colaboradores resulta de su agrado y comodidad?	X			X		X		X
13. ¿Los colaboradores están comprometidos con el trabajo para el mejoramiento de los procesos en la empresa?	X			X		X		X
14. ¿Está comprometido a mejorar la calidad del servicio que ofrece?	X			X		X		X
15. ¿Usted cree que sus colaboradores son aptos para tomar decisiones y dar solución a cualquier problema que se presente en la empresa?	X			X		X		X
16. ¿Antes de tomar una decisión analiza la situación?	X			X		X		X
17. ¿Los responsables de la empresa aplican constantemente, estrategias para el mejoramiento de sus servicios y productos?	X			X		X		X
18. ¿Las mejoras continuas que usted percibe en la empresa son adecuadas para satisfacer sus necesidades?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!


 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
 DE CHIMBOTE
 Escuela Profesional de Administración

MBA. Crystber M. Valdiviezo Saravia
 Docente Tutor Investigador

FICHA DE VALIDACIÓN

Items relacionados con variable: COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1 ¿Los costos de los productos y servicios que ofrece, le dan una ventaja sobre la competencia?	X			X		X		X
2 ¿Están satisfechos con los precios de los productos que ofrece la empresa?	X			X		X		X
3 ¿La empresa ofrece productos que marquen una diferencia frente sus competidores?	X			X		X		X
4 ¿El servicio que se brinda puede considerarlo resaltante para la satisfacción del cliente?	X			X		X		X
5 ¿La empresa se ha especializado en los productos y servicios que ofrece?	X			X		X		X
6 ¿Usted cree que los precios de los productos que ofrecen están acordes con la calidad de sus productos y servicios?	X			X		X		X
7 ¿Los insumos que se utilizan para la creación de sus productos cuentan con estándares altos de calidad?	X			X		X		X
8 ¿Percibe usted que la empresa realiza innovaciones y creatividad para mejorar los estándares de calidad?	X			X		X		X
9 ¿El uso de tecnología para el mejoramiento de productos y servicios, se encuentra presente en la empresa?	X			X		X		X
10 ¿Usted está capacitado para interactuar a la perfección con la tecnología que la empresa cuenta?	X			X		X		X
11 ¿La empresa promueve Capacitación para hacerle frente a pedidos dirigidos a la exportación?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!



MBA. Crayber M. Valdovinos Saravia
Docente Tutor Investigador

Windows
Ve a Configuración para activa

Anexo 04: Protocolo de consentimiento informado.



**PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula "Gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Ancash 2022". y es dirigido por la asesora Mercedes Renee Palacios de Briceño, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Ancash 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 25 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo electrónico: heida1926@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

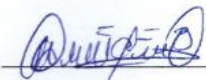
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Bertila cordova Hory

Fecha: 19-04-2022

Correo electrónico: Bertila_25@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula "Gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Áncash 2022". y es dirigido por la asesora Mercedes Renee Palacios de Briceño, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Áncash 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 25 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo electrónico: heida1926@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: ROBERTH PALMA FLORES

Fecha: 23-04-22

Correo electrónico: roberthpalma26@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula "Gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Áncash 2022". y es dirigido por la asesora Mercedes Renee Palacios de Briceño, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Áncash 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 25 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo electrónico: heida1926@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Brioso Loarte Daxthon Hans

Fecha: 21-04-22

Correo electrónico: briosodaxton@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Anexo 6. Evidencia de no adeudo

Vista Previa Constancia de No Adeudo

<https://erp.uladech.edu.pe/siia/cobranzas/reportes/constancianoadeudo.php?n=114775>

USER: 42173873

Nro: 162022-00005290
Fecha: 20-05-2022 09:35

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) COLLAZOS BOBADILLA HEIDA, con código de matrícula 0811111022, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

TRUJILLO, 20 DE MAYO DEL 2022.



V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

Anexo 5. Reporte de turnitin

Ocultar

Tablero del curso

Actualizar entregas

	Titulo de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
Ver recibo digital	turnitin completo heida collazos	1792269488	26/03/2022 18:14	8%	Entregar Trabajo   --