



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CAPACITACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN
DE LA CALIDAD EN LAS MICROEMPRESAS DEL MERCADO 2 DE
MAYO, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2022**

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

AUTOR

**SANCHEZ DE LA CRUZ WILLIAM ALEXANDER
ORCID: 0000-0001-9364-0338**

ASESORA

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**CHIMBOTE – PERÚ
2022**

1.- Título de la tesis

CAPACITACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA
GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICROEMPRESAS DEL
MERCADO 2 DE MAYO, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2022

2.- Equipo de trabajo

AUTOR

Sánchez De la Cruz, William Alexander

ORCID: 0000-0001-9364-0338

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

ASESORA

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

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

Jurados de Investigación

Presidente Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID ID 0000-0002-1003-0372

Miembro Mgtr. Patiño Niño Víctor Helio

ORCID ID 0000-0002-4660-9490

Miembro Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID ID 0000-0002-7575-3571

3.-Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID ID 0000-0002-1003-0372

Presidente

Mgtr. Patiño Niño Víctor Helio

ORCID ID 0000-0002-4660-9490

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID ID 0000-0002- 6174-4754

Miembro

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Asesora

4.-Hoja de agradecimiento y dedicatoria

AGRADECIMIENTO

A dios por haberme dado la vida, forjar mi camino y ser quien guía mi destino de vida.

A mis padres por su apoyo incondicional en mi formación profesional, a mis hermanos y sobrinas por su apoyo constante.

A mi asesora de tesis, mis compañeros de taller y la universidad Uladech por todo lo que aprendí de ellos.

DEDICATORIA

A dios por su infinito amor, a mis padres, hermanos, sobrinas y demás familiares.

Al entrañable cariño de mi madre, que, gracias a sus esfuerzos y enseñanzas soy una persona de bien.

A todas aquellas personas que me enseñaron a no rendirme a pesar de las circunstancias y que siempre estuvieron conmigo en las buenas y en las malas.

5.-Resumen y abstract

El presente estudio de investigación Capacitación como factor relevante para la Gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022; tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote,2022. Se empleo la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de estudio transversal. El universo de estudio fue de 800 microempresas, con una muestra de 260 mediante el muestreo probabilístico, aplicándose la fórmula de tipo muestreo aleatorio simple para población finita. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Siendo sus principales resultados con respecto a capacitación: El 100 % de los entrevistados manifestaron que no recibieron capacitación al momento de ingresar a trabajar, el 88 % señalaron que el clima laboral en su trabajo es positivo; y con respecto a la gestión de la calidad: El 100 % de los entrevistados señalaron que, si consideran tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de la calidad, el 92 % señalaron que si ha mejorado su productividad laboral. Siendo sus principales conclusiones: La totalidad de microempresarios señalaron que no recibieron retroalimentación, que no cuentan con un plan de contingencia. La totalidad de microempresarios señalaron que no cuentan con una política de calidad, que el cliente si está satisfecho con los productos que ofrece.

Palabras Claves: Capacitación, Gestión de la calidad, Mypes

ABSTRACT

The present research study Training as a relevant factor for Quality Management in microenterprises in the May 2 market, Chimbote district, 2022; Its general objective was to determine the characteristics of training as a relevant factor for quality management in microenterprises in the May 2 market, Chimbote district, 2022. The methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design and cross-sectional study was used. The universe of study was 800 micro-enterprises, with a sample of 260 through probabilistic sampling, applying the simple random sampling type formula for a finite population. The survey technique was used and the questionnaire as an instrument. Being its main results regarding training: 100% of the interviewees stated that they did not receive training at the time of entering work, 88% indicated that the work environment in their work is positive; and with respect to quality management: 100% of the interviewees indicated that, if they consider having good results in their work with good quality management, 92% indicated that their work productivity has improved. Being its main conclusions: All microentrepreneurs indicated that they did not receive feedback, that they do not have a contingency plan. All microentrepreneurs indicated that they do not have a quality policy, that the client is satisfied with the products offered.

Keywords: Training, Quality management, Mypes

6.-CONTENIDO

1.-Título de la tesis.....	i
2.-Equipo de Trabajo.....	ii
3.-Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4.-Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5.-Resumen y abstract.....	vi
6.-Contenido.....	viii
7.- Índice de tablas.....	x
I.-INTRODUCCIÓN.....	1
II.-REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
III-HIPÓTESIS.....	31
IV.-METODOLOGÍA.....	32
4.1.-Diseño de la investigación.....	32
4.2.-Población y muestra.....	32
4.3.-Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	34
4.4.-Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.5.-Plan de análisis.....	36
4.6.-Matriz de consistencia.....	37
4.7.-Principios éticos.....	38
V.-RESULTADOS.....	39
5.1.-Resultados.....	39
5.2.-Análisis de los resultados.....	42
VI.-CONCLUSIONES.....	47
Aspectos Complementarios.....	48

Referencias bibliográficas.....	49
ANEXOS.....	57
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	57
Anexo 2: Presupuesto.....	58
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.....	59
Anexo 4: Consentimiento informado.....	61
Anexo 5: Constancia de validación de expertos.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.-Características de la capacitación.....39

Tabla 2.-Características de la gestión de la calidad.....40

**Tabla 3.-Propuesta de mejora de capacitación y gestión de la
calidad.....41**

I.-INTRODUCCIÓN

En América Latina, la capacitación corporativa y la capacitación en el trabajo reducen la rotación de empleados, los costos de contratación y las lesiones en el lugar de trabajo. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el 36% de las empresas de América Latina dice que les resulta difícil cubrir las vacantes porque los candidatos no cuentan con la formación profesional adecuada. En África subsahariana, esta tasa desciende al 22%. Rosa Angélica Torras Contreras, especialista en reclutamiento y consultora en desarrollo organizacional del gobierno de Estados Unidos, particularmente en México, explica que "no siempre el problema es la falta de oportunidades laborales y que los empleados a veces no están capacitados, es bueno tomar la posición de que son." Ama Global, una organización dedicada al desarrollo directivo. En América Latina, solo uno de cada nueve trabajadores recibe algún tipo de capacitación cada año. La proporción promedio de países que establecen la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es la mitad del número de empleados.

En la actualidad, debido a las dificultades económicas que enfrentan algunos países de América Latina, muchas organizaciones están cancelando sus planes de negocios y/o eliminando gradualmente sus sistemas de gestión debido a la necesidad de reducir costos para mantener su negocio.; Sin embargo, puede significar que la calidad de su producto o servicio está en riesgo, porque al eliminar la gestión, se estaría eliminando algunas capacidades de planificación. La gestión de la calidad en las empresas del mundo es una herramienta primordial para el desarrollo económico, no solo para las organizaciones afines que aplican su sistema de gestión, sino también para el sector al

que pertenece y las asociaciones a las que apoya. La calidad en la gestión es la clave de éxito para todas las empresas, que le permiten reducir la improvisación dentro de sus procesos, llevando así estos procesos con planificación para actuar con total funcionamiento normal ante situaciones imprevistas.

En el Perú las micro y pequeñas empresas, representan mayoría en la industria textil nacional, todos sus representantes cuentan con características diferentes en cuanto a su perfil empresarial, de negocio y del empleo. Para entender su situación del 2020 es muy importante apreciar los atributos de negocio de la industria textil y de esta forma constituir los datos de medida que permiten su constitución y rendimiento. En cuanto a las características de los empresarios de las micro y pequeñas empresas, los dueños de una mype son mujeres constituyendo un 51 %, y en edades están de 43 a 44 años. De un total de microempresarios encuestados, el 49 % representan ser los jefes de familia, de todo esto representaría que estos dependen de las ganancias y rentabilidad del negocio en un 100%. (COMEXPERÚ-2020)

En las regiones del país las actividades económicas se trasladan a ritmos extraordinarios. En el 2021, Ancash fue una de las once regiones en lograr la superación de su nivel de productividad en comparación al 2019, esto significa que Ancash ocupó el segundo lugar en región con un alto crecimiento nacional. Ancash en el 2021 en su economía en comparación al 2019 tuvo un incremento de 7.4%, subiendo en promedio nacional de 0.9%.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), determinó que los sectores que más influyen en la economía nacional, siendo estos: la minería representa el

45.5 % del PBI, la manufactura representa el 9.1 %, la construcción y comercio representan ambos el 5.3 %. Aquí el sector minero se extendió en 4.1. % en comparación al 2019. El resultado anterior se identifica por la gran cantidad de extracción del cobre, zinc, plata y oro. Sin embargo, se reconoció un menor porcentaje en la producción del molibdeno y plomo. En Ancash el sector minero es importante a nivel nacional. En el 2021, la región Ancash se posiciono en el primer lugar de producción de cobre (20.2 % de productividad nacional), el zinc registro un 37.8 % y plata solo un 19.7 %, mientras que el plomo en producción solo un 8.9 % y molibdeno un 6.5% ocupando un quinto lugar. No obstante, el sector manufacturero en Ancash respecto al 2019, creció en un 19.6 %. Este avance se conectaría al incremento de la manufactura no primaria, que en su crecimiento se le atribuye primordialmente a la gran cantidad de productividad de los productos siderúrgicos. En el sector de la manufactura primaria, se identificó un incremento en la productividad de la harina, aceite de pescado, conservas y productos congelados de pescado. En el sector de la construcción, se identificó un incremento de 44.5% gracias a la participación en inversión de los gobiernos: nacional, regional y local, en las diferentes obras de infraestructura. En el sector comercio se identificó un crecimiento de 0.3 %, con este resultado se concluiría que se restableció la movilización de los pobladores y el desarrollo de las actividades económicas con normalidad. Además, hubo otros sectores en Ancash que en el 2021 se expandieron como la pesca con un 10.6 %, telecomunicación con un 17.4 %, agropecuario con un 14.0 %, la administración pública con un 10.5 % y la electricidad con un 5.0 %. No obstante, en comparación al 2019 el sector de transporte identifico una contracción del -15.7 %. Sin embargo, que la actividad de transporte se extendió en referencia a los niveles del 2020, su expansión

no fue relevante para mejorar los porcentajes del año prepandemia. (Instituto peruano de economía-IPE,2022)

La mayoría de mypes en el Perú, nacen en la central de abastos (mercado), que es una unidad comercial de distribución de productos alimenticios, que proporciona a la población servicios de abastecimiento de productos básicos al mayoreo, a través de instalaciones que permiten concentrar los productos provenientes de diferentes centros de producción, para después surtir de éstos a los comerciantes detallistas. Luego de 20 años, se puede tener información estadística sobre todos los mercados (centro de abastos) en el país, que en el registro del Ministerio de la Producción se permite informar sobre el Directorio Nacional de Mercado de Abastos con la información adecuada, permitiendo seleccionar planes de acción para la modernización del sistema de abastecimiento de los hogares en el Perú. Con toda esta información del censo se va poder hacer un diagnóstico presente sobre las infraestructuras de los mercados de abastos peruanos, y así poder determinar las características de la infraestructura, con el objetivo de plantear políticas que dejen posicionarse como plataformas de alimentos que brinden los productos y de servicios de calidad, y con esta situación tener el posicionamiento en mejora en la cadena de abastecimiento y entrega nacional. (CENAMA-Censo Nacional de Mercados de abastos-2016)

Las microempresas dentro de los mercados en todo el territorio deben contar con una buena gestión de la calidad en la prestación de sus productos o servicios, y esto se logra gracias a la capacitación constante que deben tener. PRODUCE, El Ministerio de la Producción impulso la modernización y competitividad en los de los mercados

de abastos públicos y privados a nivel nacional, de manera descentralizada, y ha publicado la correcta implementación de once guías de modernización normativa. Por todo ello, han participado 194 miembros de las juntas directivas de 44 mercados de abastos de La Libertad, Lambayeque, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca y Piura. La labor de PRODUCE se relaciona con la implementación de la “Hoja de Ruta para la Modernización de los Mercados de Abastos”, teniendo como objetivo fortalecer el rol de los comerciantes en el proceso alimentario y desarrollar el ámbito económico, social y ambiental del país. Dicho trabajo se llevó acabo de manera continua con las demás entidades públicas, como Senasa e Indecopi, quienes se unen a las capacitaciones de los comerciantes junto a los gobiernos locales encargados de la administración de los mercados”, sostuvo el ministro Jorge Luis Prado. (Produce-07-12-21)

A raíz de la pandemia el Ministerio de la producción aprobó manuales de gestión para los mercados de abastos minoristas, para contribuir a una cultura de calidad en atención al cliente. Estos manuales fueron para diversos giros de productos, a fin de contribuir a una cultura de calidad e innovación en la atención al consumidor, como son: a) Manual Especializado de Gestión para el Giro de Abarrotes, b) para el giro de carnes y pollo, c) para el giro de pescados y mariscos, d) para el giro de alimentos preparados y e) para el giro de frutas y verduras. Asimismo, se ha establecido que los manuales de gestión específicos de líneas de productos para contratos competitivos de suministro minorista aprobados en la norma tienen carácter orientativo y facultativo, ya que tienen por objeto fortalecer la gestión de los contratos minoristas de suministro. Estos manuales sirven como una herramienta de gestión

complementaria que proporciona una guía específica de buenas prácticas para cada componente del mercado de suministro minorista.

En la provincia del Santa, se cuenta con 67 mercados de abastos, distribuidos en 8 distritos, los cuales son: Cáceres del Perú, Chimbote, Coishco, Moro, Nepeña, Nuevo Chimbote, Samanco, Santa.

El presente lugar de estudio de la investigación fue en el mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, región Ancash. Este mercado es un centro de abastecimiento zonal de tipo Mixto (minorista/mayorista) que inició actividades en el año 2009, con 13 años de existencia lo convierte en un mercado tradicional en su comunidad. El mercado 2 de mayo, desde la pandemia viene recibiendo capacitación para su gestión de calidad, a través de la municipalidad provincial del santa, siendo el responsable el Órgano Desconcentrado de Salud Pública de la MPS, en coordinación con la Gerencia de Desarrollo Económico Local. Por ejemplo, una de las capacitaciones fue sobre manipulación de alimentos a delivery, cumpliendo con el protocolo sanitario a fin de evitar contagios del Covid-19.

Por todo ello el enunciado del problema fue ¿Cuáles son las características de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022? Tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022. Mientras que los objetivos específicos fueron: a) Identificar las principales características de la capacitación en las microempresas del mercado 2 de mayo, b)

Determinar las principales características de la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, y c) Elaborar la propuesta de mejora de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo.

La presente investigación se justificó de manera práctica porque el estudio en mención se hizo con la finalidad de determinar la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, también porque existía la necesidad de elaborar la propuesta de mejora en las microempresas del mercado 2 de mayo. Además, se justificó de forma teórica porque se tuvo el propósito de aportar al conocimiento existente sobre la capacitación y la gestión de la calidad como factores relevantes en las microempresas del mercado 2 de mayo, asimismo, sirvió como antecedentes y bases teóricas para otros estudios posteriores a ser realizado por los estudiantes de administración de la universidad. Finalmente se justificó de manera metodológica porque se proporcionó un instrumento (cuestionario) para el recojo de información y de resultados, de forma precisa y ordenada.

La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental- estudio transversal, con una población de estudio de 800 microempresas, con una muestra de 260 microempresas que fue determinado mediante el muestreo probabilístico, aplicándose la fórmula de tipo muestreo aleatorio simple para población finita; se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.

Los principales resultados en cuanto a capacitación fueron: El 100 % de los entrevistados manifestaron que no recibieron capacitación al momento de ingresar a trabajar, el 88 % señalaron que el clima laboral en su trabajo es positivo, el 100 % señalaron que no recibe retroalimentación, el 100 % manifestó que no cuentan con un plan de contingencia. Los principales resultados en cuanto a gestión de la calidad fueron: El 100 % de los entrevistados señalaron que, si consideran tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad, el 92 % señalaron que, si ha mejorado su productividad laboral, el 100 % señalaron que no cuentan con una política de calidad, asimismo el 93 % señalaron que el cliente si está satisfecho con los productos que ofrece.

Las principales conclusiones en cuanto a capacitación fueron: Se identificó que la totalidad de microempresarios no recibieron capacitación al momento de ingresar a trabajar, la mayoría considera que el clima laboral en su trabajo es positivo, la totalidad señalaron que no recibieron retroalimentación y la totalidad señalo que no cuentan con un plan de contingencia. Con respecto a la Gestión de la calidad, fueron: Se determinó que la totalidad de los microempresarios consideran tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad, la mayoría considero que ha mejorado su productividad laboral, la totalidad señalo que no cuentan con una política de calidad y la mayoría considero que no ha mejorado la venta de sus productos.

II.-REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.-Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Puert (2018) en su investigación *Capacitación tributaria para comerciantes de abarrotes con régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE) en el mercado municipal de Esmeraldas (Ecuador)*, con objetivo general de elaborar un programa de capacitación tributaria para los comerciantes de abarrotes del mercado municipal de la ciudad de Esmeraldas inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), con metodología no experimental de carácter transeccional con alcance de tipo descriptivo y enfoque cuali-cuantitativo. Con resultados se tuvieron que los comerciantes no emiten los comprobantes de ventas a los consumidores y no han realizado cursos tributarios por lo que no conocen la normativa tributaria. En conclusiones se tuvo que es necesario desarrollar un programa de capacitación tributaria en este grupo de comerciantes que facilite el conocimiento y cumplimiento correcto de las obligaciones tributarias.

Tapia (2019) en su investigación *Propuesta de un programa de capacitación para la manipulación conservación de alimentos en el mercado municipal del cantón Pimampiro Provincia de Imbabura (Quito-Ecuador)*. Con objetivo general de diseñar un programa de capacitación para la manipulación y conservación de alimentos en el mercado municipal del cantón Pimampiro Provincia de Imbabura, con metodología de trabajo investigativo aplicado cualitativa y cuantitativa. En resultados se tuvo que la importancia del agua en la industria alimentaria es indispensable, ya que, un establecimiento dedicado a actividades alimentarias cuente con el servicio de agua,

además asegure óptimas condiciones en especial aquella que va a entrar en contacto directo con alimentos, los escasos de agua pueden reflejar características apropiadas para el consumo y sus escasos en el sector alimentario ocasionaría enfermedades. Con conclusiones se tuvo que la recopilación de información fue de gran importancia para la investigación, llegando a puntualizar los aspectos relevantes para el desarrollo del proyecto, mediante el estado del arte se pudo identificar actividades claves que se llevan a cabo en el mercado.

Camba & Paguay (2019) en su investigación *Importancia de la estrategia de capacitación en el área comercial para el desarrollo de las pymes del cantón Milagro (Ecuador)*. Con objetivo general importancia de la estrategia de capacitación en el área comercial para el desarrollo de las pymes del cantón Milagro, con metodología de tipo investigación descriptiva. En resultado se tuvo que el 89% de las empresas considera importante capacitar para impulsar el negocio, mientras el 7,5% cree que no es necesario recibir capacitación, tomando en cuenta que el 3,5% expresa que tal vez es importante capacitar de los encuestados. Con conclusiones se tuvo que la gestión de las pymes depende de varios factores para poder surgir como empresa y mantenerse en el mercado, por tal razón se propone capacitaciones con financiamientos de empresas perteneciente al estado con el GAD municipal y entidades financieras con el propósito de poder mejorar y fortalecer el nivel de conocimientos de las empresas en el área comercial.

Contento (2018) en su investigación *Modelo de Gestión para mejorar las condiciones de comercialización del mercado municipal Gran Colombia de la ciudad de Loja, en el periodo 2016*. Con objetivo general diseñar un Modelo de Gestión Estratégico de acuerdo a la situación actual del mercado municipal Gran Colombia. Con metodología necesaria a través de la aplicación de instrumentos de investigación como; la observación directa, encuesta dirigida a los comerciantes y entrevista a las autoridades administrativas del mercado municipal Gran Colombia. Con resultados se determinó que la falta de atención se ve reflejada en un 33% por comerciantes de 46 a más años de edad, la infraestructura con la que cuenta el mercado no es adecuada según el 79.55% de los comerciantes encuestados. Con conclusiones se propone elaborar un modelo de gestión enfocado a mejorar la organización del personal operativo por la inadecuada distribución de los puestos comerciales en las manzanas, atendiendo las ideas y opiniones sobre la carencia de servicios necesarios.

García (2018) en su investigación *Propuesta del modelo de gestión por procesos mercados más limpios y sustentables para los mercados municipales del Distrito metropolitano de Quito (Ecuador)*, con objetivo general crear una propuesta de un modelo de gestión por procesos en los mercados más limpios y sustentables para los mercados municipales del Distrito Metropolitano de Quito que conlleve al mejoramiento social. Con resultados se tiene que la mayoría de encuestados manifiesta que los productos adquiridos si los encuentran como ellos esperan. Con conclusiones, se pretende que mediante las normas y procedimientos expuestos en el trabajo de investigación pueden aportar para mejorar resultados en la gestión de limpieza y desinfección de los mercados municipales de la ciudad de Quito.

Caicedo (2018) en su investigación *Análisis del modelo de gestión - administrativo del mercado municipal de frutas, hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa (Ecuador)*, con objetivo general analizar el modelo de gestión administrativo del mercado municipal de frutas hortalizas, granos y cereales del cantón Jipijapa, y el impacto en el mercado municipal. Con metodología del método analítico para determinar las deficiencias y debilidades en el manejo y administración del mercado municipal, y sus procesos y transformaciones, además de emplear el método deductivo porque se partió de un todo en la gestión administrativa, habrá mayor control y organización en las actividades y sobre el mercado municipal de Jipijapa. Con conclusiones el mercado municipal del cantón Jipijapa no cuenta con un modelo de gestión administrativo adecuado, todas las actividades que referencian la administración están basadas en una ordenanza municipal.

Antecedentes Nacionales

Ayosa (2018) en su investigación *Caracterización de la capacitación y competitividad de las mypes comerciales rubro confecciones, mercado de Piura, año 2018*. Con objetivo general determinar qué características tiene la capacitación y competitividad de las mypes comerciales rubro confecciones, del mercado de Piura, año 2018. Con metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, el recojo de información se realizó con la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario, que fue validado por expertos realizando 15 preguntas por cada variable dando un total de 30 preguntas, su escala de la pregunta es nominal y ordinal. Se concluyó que las características de la capacitación son en el periodo en que se lleva a cabo, beneficios que les con lleva invertir tiempo dinero en su personal

que laborar y que se siente identificados formando parte de la mype, con respecto a las características de la competitividad, los clientes tienen posicionado ya que por ellos mismo se ha podido saber de qué se siente cómodos ya que satisfacen sus gustos y preferencias de una clientela exigente.

Casimiro Arana & Olivares Espinoza (2020) en su investigación *Capacitación tributaria para incrementar la formalización de los comerciantes del sector abarrotes del mercado Moshoqueque-2018 (Pimentel-Chiclayo)*. El objetivo general fue proponer talleres de capacitación en cultura tributaria para incrementar la formalización de los comerciantes sector abarrotes del mercado Moshoqueque, empleándose la metodología descriptiva y diseño no experimental. Con resultado se tiene que es la falta de información la que no permite poder formalizarse y que existe carencia de conciencia tributaria. Con conclusiones se identificó que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes con respecto al tema de formalización es deficiente y que debido a que debido a que las tasas tributarias son muy altas prefieren ser informales.

Mazuelos (2021) en su investigación *Influencia de un programa de capacitación para mejorar el conocimiento y manejo de residuos sólidos en los comerciantes del mercado mayorista Grau de Tacna, 2020*. Con objetivo general de evaluar la influencia de un programa de capacitación para mejorar el conocimiento y el manejo de residuos sólidos en los comerciantes del Mercado Mayorista Grau de Tacna, 2020. Con metodología empleada de tipo básica, con un diseño experimental y longitudinal, y de nivel explicativo, dirigido a una población de 1050 comerciantes, y

cuya muestra calculada fue de 281 comerciantes, empleando como técnica la encuesta y observación e instrumento el cuestionario y ficha de cotejo. Con conclusiones que con la implementación un programa de capacitación se logró mejorar el conocimiento y el manejo de residuos sólidos en los comerciantes del mercado mayorista grau de Tacna, 2020. Por ello, con la ejecución del programa de capacitación las cifras de un adecuado manejo de residuos, logró mejorías en gran parte de comerciantes, y ello debido al mayor manejo de información.

Cerda & Luna & Porta (2018) en su investigación *Gestión de la calidad de servicio en el comercio tradicional, caso mercado el bosque, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*. Con objetivo general de proponer un plan de mejora en gestión de calidad de servicio en el comercio tradicional en el mercado el bosque, con metodología de trabajo de tipo cuantitativo, cualitativo y mixto. Con resultados de que los clientes vinculan la calidad como un servicio libre de errores. Con conclusiones de que la implementación del plan de mejora plantea el mejoramiento de la calidad de servicio, a través de la reducción de los gaps identificados y mediante la integración de todos los actores involucrados en la entrega del servicio.

Fiestas (2021) en su investigación *Gestión de calidad y liderazgo en las mypes rubro abarrotes mercado mayorista del Distrito Veintiséis de octubre, Piura, año 2021*. Teniendo como objetivo general identificar las características que tiene la gestión de calidad y Liderazgo en las mypes rubro abarrotes mercado mayorista del distrito Veintiséis de octubre. El desarrollo de la metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. Con resultado se tiene que

en las mypes se práctica el liderazgo participativo, y el compromiso con su puesto de trabajo, resolución de conflictos, motivación y cumplimiento de actividades. Como conclusión se detalla que en la relación a los principios de calidad existe una mejora en la atención al cliente, a pesar que la minoría de colaboradores no utilizan estrategias para solucionar el problema de la atención según el orden de llegada.

Navarro (2022) en su investigación *Gestión de calidad y estrategias del marketing en las micro y pequeñas empresas del rubro tiendas de abarrotes del mercado modelo del distrito de Sullana, año 2020*. Con objetivo general se tiene el de describir las características de la gestión de calidad y las estrategias del marketing en las micro y pequeñas empresas del rubro tiendas de abarrotes del mercado modelo, el desarrollo de la metodología fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo y con diseño no experimental. Con resultados se obtuvo que el 100% se desempeña como dueño de las muro y pequeñas empresas del rubro abarrotes, lo cual coincide con Mamani (2020) en cuya investigación obtuvo que el 100% se desempeña como dueño del negocio. Con conclusiones en este trabajo se encontró que los representantes se caracterizan por ser personas adultas cuyas edades oscilan entre los 31 a 50 años, de género masculino, y cumplen el cargo de dueño de la micro empresa desde hace 4 a 6 años.

Antecedentes Regionales

Gutiérrez (2018) en su investigación *Cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Virgen de Fátima, rubro bazar de Huaraz año 2017*. Con objetivo general determinar como la cultura tributaria incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Virgen de Fátima, rubro bazar de Huaraz en el año 2017. Con metodología de investigación de enfoque cuantitativo, diseño descriptivo simple no experimental de corte transversal. La población fue de 40 propietarios, con instrumento del cuestionario y técnica de la encuesta. Con resultados del 50% afirmaron tener una educación tributaria consolidada, el 50% de contribuyentes afirmaron que se socializaban con la informalidad. Con conclusiones del 50% no están económicamente preparados para realizar pagos a la sunat, el 83% indicaron que las sanciones influyen a que no haya formalidad por parte de los contribuyentes.

Campos (2019) en su investigación *Cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz ,2017*. Con objetivo general determinar la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017. Con metodología de investigación cuantitativo - descriptivo y un diseño no experimental. Con una población de 15 comerciantes de abarrotes, se aplicó una encuesta con 17 preguntas cerradas. Con resultados el 47% de los encuestados no realiza el pago de tributos a la sunat de manera voluntaria, el 73% manifiesta no estar de acuerdo con las medidas optadas por la sunat para hacer cumplir con la recaudación de los impuestos. Con conclusiones la mayoría de los comerciantes se resisten a

realizar aportaciones de manera voluntaria e incurren en evasión al no emitir los comprobantes.

Saucedo (2020) en su investigación *La capacitación en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de productos agropecuarios, ciudad de Chimbote, 2019*. Con objetivo general de determinar las principales características de la capacitación en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de productos agropecuarios, con metodología de diseño de investigación fue no experimental. Con resultados de que, respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 58.8% tiene una edad promedio de 41 a más años, el 82.4% son de sexo masculino, el 41% tienen secundaria completa. En conclusiones la mayoría relativa de los representantes entrevistados dedicados a la venta minorista de productos agropecuarios de la ciudad de Chimbote, 2019, son de edad adulta, tienen una edad promedio de 41 a más años, la mayoría absoluta es de sexo masculino, la mayoría tiene grado de secundaria, así mismo la mayoría absoluta es dueño de su propio negocio, y la mayoría relativa tiene 5 años a más desempeñando el cargo.

Carranza (2019) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, mercado modelo, distrito de Chimbote, 2018*. Con objetivo general fue definir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, mercado modelo. El desarrollo de la metodología fue diseño no experimental transversal- descriptivo. Con resultado se tuvo que un buen uso del Benchmarking que permite a la empresa ser eficiente, el 60% de los representantes de las micro pequeñas empresas manifestaron que un buen uso del Benchmarking les ayuda a ser eficientes. Obteniéndose como conclusiones que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, la mayoría de los encuestados tienen una edad entre 18 a 30 años, desempeñan el cargo de dueños y la minoría tienen estudios secundarios y tienen de 7 años a más en el cargo.

Villanueva (2019) en su investigación *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de abarrotes, mercado la perla, distrito Chimbote, año 2018*. Con objetivo general de describir las principales características de Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, el desarrollo de la metodología fue no experimental transversal-descriptivo. Como resultados se obtuvo que El 53.49% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 a 50 años de edad, el 88.37% tiene más de 7 años en el rubro. Con conclusión de que la mayoría de los representantes no conoce el termino gestión de calidad, utilizan la lluvia de ideas, del mismo modo aseguran que

el personal tiene poca iniciativa, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la observación, y no opinan con respecto así la gestión de calidad mejorar el rendimiento de la empresa.

Maceda (2019) en su investigación *Gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotes en el mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018*. Con objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el mercado buenos aires, Nuevo Chimbote, 2018. Con metodología de tipo descriptivo, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal. Se utilizó una muestra de 25 micro y pequeñas empresas, de una población de 27, aplicando una encuesta de 17 preguntas. Con resultados referente con la gestión de calidad: 72% no tiene conocimiento, 76% no conoce ninguna técnica de gestión, 80% no recibió capacitación antes de la apertura del negocio. Con conclusiones se tiene que la mayoría desconoce de gestión de calidad y sus técnicas; no han recibido capacitación, una gran mayoría considera la capacitación como una inversión y mejora la rentabilidad de sus empresas y la mayoría le gustaría ser capacitado en ventas.

2.2.-Bases teóricas de la investigación

CAPACITACIÓN:

Definición

R. Wayne Mondy (2010) menciona que es una actividad para otorgar las herramientas en conocimientos y habilidades en el desempeño laboral del trabajador.

Gary Dessler (2015) menciona que es el proceso donde los trabajadores aprenden nuevas habilidades para su rendimiento laboral.

Características

Es un proceso promovido por la empresa, denominada capacitación empresarial, siendo una técnica de formaciones y aprendizajes para los trabajadores.

Importancia

La capacitación permite un factor importante para lograr el desarrollo de tareas y proyectos, ya que es el proceso por lo cual todos los trabajadores obtienen los conocimientos, habilidades y actitudes para relacionarse en el ámbito laboral.

Ventajas: Clima laboral

(4par-mexico)

1.-Eficiencia. – Se logran resultados satisfactorios.

2.-Mejor clima laboral. –Se logra un ambiente laboral motivado.

3.-Crecimiento. –Se logra la superación en el trabajo.

4.-Mínima supervisión. –Se logra un mejor monitoreo en el desarrollo de las funciones.

5.-Manejo de crisis. –Se logra tomar buenas decisiones ante alguna crisis empresarial.

Desventajas

StuDocu-universidad del valle de México

- 1.- El estado de obsolescencia del conocimiento, ya que a veces no se puede brindar las herramientas necesarias, evitando así el cumplimiento de las labores encomendadas.
- 2.-Se puede sufrir un accidente.
- 3.-Se imposibilita los desarrollos en las actividades al largo plazo de la empresa.

Factores: Retroalimentación

(Alejandra Osorio, Gerente de Training & Consulting de Adecco)

- 1.-Tener un plan de acción
- 2.-Generar interés en los trabajadores
- 3.-Reforzar los conocimientos adquiridos
- 4.-Evaluación post 3 meses
- 5.-Medir el retorno de inversión

Tipos:

- 1.-Capacitación para el trabajo.** –Para cumplir las funciones.
- 2.- Capacitación en el trabajo.** –Para tener oportunidades de logros.
- 3.-Capacitación promocional.** –Para lograr ascensos dentro de la empresa.
- 4.-Capacitación dentro de la empresa.** –Para buscar el crecimiento profesional.
- 5.-Capacitación vivencial.** – Para tener una buena convivencia laboral.
- 6.-Capacitación formal.** –Para satisfacer las necesidades de los trabajadores.
- 7.-Capacitación preingreso.** –Para el proceso de selección de personal.
- 8.-Capacitación conductual.** – Para los más altos cargos de la empresa.

Dimensiones

González & Patiño (2011)

1.-Dimensión necesidad. -Se basa en el desarrollo y programas a través de un diagnóstico de necesidades del trabajador. Parra (2015)

2.-Dimensión ejecución. -Se basa en la realización y desarrollo de la actividad. Escudero (2016)

3.- Dimensión evaluación. - Se basa en tomar decisiones mediante un juicio de valor a través de informaciones sobre resultados. Núñez (2011, pág. 2)

Indicadores

1. Tiempo para el aprendizaje. -Mide la eficiencia de la capacitación.

2. Retención de conocimientos y habilidades. -Los conocimientos y habilidades obtenidas ayudan a evaluar la eficacia.

3. Transferencia de la formación. -La capacitación busca transformar los conocimientos en habilidades.

4. Impacto en las métricas de rendimiento de la organización. -La capacitación se basa en la formación, que es la clave para mejorar el rendimiento de los trabajadores.

5. Compromiso de los empleados. -La capacitación busca la responsabilidad emocional del empleado hacia la empresa.

6. Net Promoter Score. -Se basa en la satisfacción del cliente dentro de la empresa, permitiendo a los clientes calificar -en una escala de 1 a 10- la probabilidad de que sugieran o recomienden tus servicios a amigos y compañeros en función de su experiencia.

7. Satisfacción de las partes interesadas. -La capacitación busca la satisfacción del trabajador y empresa.

GESTIÓN DE LA CALIDAD

Definición

Philip B. Crosby, menciona que, con la gestión de la calidad, el cliente puede salir satisfecho al cumplir ciertos requisitos desde la primera vez y todas las veces que el cliente realice transacciones con una empresa. También tiene el pensamiento que la calidad es gratis, satisfacer las necesidades del cliente, para que pueda cumplir cero defectos.

Es el conjunto de acciones y herramientas que ayudan a no cometer errores o desviaciones en los procesos de la producción de productos. (ISO 9001:2015)

Euston96, define a la gestión de la calidad, como el grupo de herramientas y acciones capaces de permitir evitar los errores en los procesos de la producción de los productos.

Características

- Su objetivo es buscar la mejora de los productos, bienes o servicios que se le ofrece al cliente.
- Está presente en todas las empresas que se encarguen de la producción de productos, o servicios.
- Busca medir la productividad a través de las hojas de control y la estratificación. (Euston96)

Importancia

Permite mantener el negocio organizado, planificando las actividades para que las operaciones sean eficientes, teniendo un mayor control de los productos.

Ventajas: Desempeño

- 1.-La empresa logra el buen funcionamiento y desarrollo de sus objetivos.
- 2.-Permite el desarrollo cualitativamente de las actividades.
- 3.-Permite cómo organizarse para hacer el trabajo mejor y más sencillo. Centro Nacional de Información de la Calidad (AEC ASOCIACION)

Desventajas

- Cuando se necesiten suficientes recursos, se podrían generar altos gastos.
- Alcanzar las metas requiere mucho esfuerzo y tiempo.
- Mayores esfuerzos en la organización y cambios en la cultura de la organización.

Elementos

(Softgrade) , hay_nueve elementos centrales de un sistema de gestión de calidad.

1.-Objetivos de calidad. -La creación de objetivos de calidad es un requisito común de las normas SGC, incluida la ISO 9001.

2. Manual de calidad. -Es la documentación del sistema de gestión de calidad.

3. Estructura organizativa y responsabilidades. -Debe incluir un modelo claro y actualizado de la estructura de la organización.

4. Gestión de datos. -Los datos están en el corazón de los métodos modernos de la de gestión de la calidad total.

5. Procesos. -Tiene un proceso para el control y la garantía de la calidad.

6. Satisfacción del cliente con la calidad del producto. -El componente central de un sistema de gestión de calidad es el requisito de que una organización controle la satisfacción del cliente para determinar si se están logrando los objetivos de calidad.

7.-Mejora continua. -La mejora continua y la adaptación son necesarias para que las organizaciones se beneficien del sistema de gestión de la calidad y mantengan la satisfacción del cliente.

8.- Instrumentos de calidad. -Controlar y calibrar las herramientas utilizadas para medir la calidad es una parte integral del éxito de un sistema de gestión de la calidad.

9. Control de documentos. -La definición de documento en una organización impulsada por la calidad es amplia, según ISO. Incluye todos los registros de:

- Comunicaciones
- Evidencia
- Conformidad SGC
- El intercambio de conocimientos

Tipos

La familia de normas ISO 9000 se basa en ocho principios citados en la norma ISO 9000:2005 los cuales se mencionan a continuación:

1.-Enfoque en el cliente. -El cliente es el primero, él tiene la razón.

2.-Liderazgo. -Debe haber líderes que hagan que se logre alcanzar las metas organizacionales.

3.-Participación del Personal. -La participación de los empleados y el compromiso de estos, ayudan a cumplir los propósitos de la organización y los beneficios trazados.

4.-Enfoque de operación. -Definir y gestionar las operaciones logrando los objetivos trazados.

5.-Enfoque a Sistema. -Definir, comprender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema que contribuye a la eficacia y eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.

6.-Mejora Continua. -Definir los objetivos continuos en la organización a través de los desempeños laborales.

7.-Decisiones basadas en hechos. -Definir el análisis de datos e información para tomar las buenas decisiones.

8.-Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores. -Tener una buena relación laboral con los proveedores ayuda a la capacidad de mejora para tener valor empresarial.

Dimensiones

(Tarí & García, 2009)

a) Planificación estratégica. -Implica identificar necesidades y expectativas del cliente a la hora de elaborar los productos y sus procesos para mejorar las necesidades esperadas de los clientes. (Lloréns y Fuentes, 2001)

b) Gestión de procesos. -Implica identificar y gestionar muchas actividades interrelacionadas. (Davenport, 1993)

c) Empowerment (empoderamiento)

Según Pérez (2009). El empoderamiento implica otorgar a los empleados más poder para usar su conocimiento de los procesos que administran y de los clientes. (Hartmann y Patrickson, 1998).

d) Bechmarking

Ahire, Golhar y Waller (1996, citado en Albacete, 2010).

La evaluación comparativa implica conocer los distintos productos y procesamientos de los representantes de la industria o empresas con liderazgo en otras industrias con procesos semejantes. La empresa necesita utilizar este conocimiento para mejorar sus productos, servicios y operaciones.

e) Mejora continua

Albacete (2010). Se define como una práctica en la gestión de la calidad, determinando que la mejora continua surgió por la década de 1990 como un aspecto importante de la gestión de la calidad, también en el diseño organizacional (Choi, 1995; Grant, Shani y Krishnan, 1994), en la medida en que algunos consideraban la búsqueda de esta mejora continua en los diferentes puntos de la organización, para que sea la más importante en la gestión de la calidad (Chang y Sun, 2007).

f) Orientación al cliente

Nilsson, Johnson y Gustafsson (2001). El propósito es buscar la total satisfacción al cliente, pues gracias a ella se logra la rentabilidad de la empresa.

Indicadores: Productividad

Pau Sisternas (2019)

- 1. Satisfacción del cliente.** -Se basa en la percepción del cliente sobre el producto o servicio, cuando se les tiene contentos en la satisfacción de sus necesidades.
- 2. La cobertura.** -Se basa en la oferta y la demanda de los productos o servicios.
- 3. Volumen de ventas.** -Se basa en la productividad del bien o servicio.
- 4. Eficacia.** -Se basa en la relación entre el producto y el grado de satisfacción del cliente. Si la relación es positiva significa que el producto es muy eficiente.
- 5. Competitividad.** -Se basa cuando la empresa es capaz de hacer frente a la competencia a través de sus productos y servicios de buena calidad.

TEORÍA DE MYPES

A. -Definición de Mype

El Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo (MTPE), según el Art.2 de la ley 28015 (2003), la Micro y Pequeña Empresa la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios.

B.-Características de las Mypes

Las Mypes pueden ser constituidas por personas naturales o jurídicas (empresas), bajo cualquier forma de organización empresarial. Según la ley, para poder acogerse a los beneficios de los que gozan las Mypes en el Perú, éstas deben cumplir con ciertos requisitos concernientes a su número de trabajadores y sus volúmenes de ventas.

Microempresa

- Abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.
- Cuenta con un nivel de ventas hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa

- Abarca de uno (1) hasta cien (100) trabajadores.
- Cuenta con un nivel de ventas de 151 UIT hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

C.-Importancia de las mypes

Carlos Guzmán (2018)

- Según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), en el Perú, las mypes aportan, aproximadamente, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno)
- Generan el 47% del empleo en América Latina.
- En el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que contribuyen al desarrollo de la economía.
- Según cifras del Ministerio de la Producción (Produce) al término del 2017, en el Perú existen 1 millón 270.000 de mypes lideradas por mujeres. 6. Créditos mypes
- Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) colocaron S/ 11,831 millones a las mypes al mes de enero de 2018.
- Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) colocaron S/ 11,831 millones a las mypes al mes de enero de 2018.

2.3.-Marco conceptual

a) Calidad

La calidad es medir la satisfacción de un producto o servicio en características cualitativas por parte del cliente. (Deming, 2013)

b) Capacitación

la capacitación es el desarrollo de actividades con el objetivo de mejorar el rendimiento del trabajador. (Dolan, 2021)

c) Desempeño laboral

es el nivel de ejecución alcanzado por el trabajador en el logro de sus metas dentro de la empresa, en un periodo establecido. (Bohórquez, 2007)

d) Factor relevante

un factor es un elemento que influye en algo. Relevante es algo que es importante o significativo, sobresaliente o destacado sobre algo. (Ferrer, 2014)

e) Gestión de la Calidad

Gestión de la calidad es el proceso que todas las empresas llevan a cabo para el mejoramiento de sus productos, bienes o servicios. (Ramos, 2014)

f) Mejora continua

Es la manera ordenada de mejorar todos los procesos, identificando los problemas y alternativas de solución. (Gutiérrez, 2010)

g) Microempresas

Son una organización donde conviven un individuo con un grupo de ayudantes. (Pomar y Rivera, 1998)

h) Proceso

Es el conjunto de acciones o etapas para realizar las actividades asignadas. (Reyes, 2022)

i) Propuesta de mejora

Es el conjunto de cambios, que permiten tener nuevos resultados. (González, 2021)

III.-HIPÓTESIS

Las hipótesis son explicaciones tentativas del objeto a investigar, es decir las guías que se precisan hacia el problema a investigar. (Sampieri, 2014)

En la presente investigación: “Capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022”, no se planteó hipótesis porque fue una investigación de tipo descriptivo.

IV.-METODOLOGÍA

4.1.-Diseño de la investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo porque se llevó a cabo con la recopilación de datos, análisis de la información adquirida y también porque se utilizó resultados numéricos, cuadros estadísticos, entre otros.

El nivel de la investigación fue descriptivo porque se buscó describir las características de las variables en estudio, capacitación y gestión de la calidad en las microempresas.

El diseño de la investigación fue no experimental porque en los resultados que se obtuvieron, no se manipularon de manera deliberada ninguna de las dos variables en estudio. También fue de estudio transversal porque los resultados y datos se obtuvieron en un solo momento establecido y detallado.

4.2.-Población y muestra

La población fue un total de 800 microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote (Microempresas que están haciendo vida comercial actualmente).

La muestra fue determinada mediante el muestreo probabilístico, se aplicó la fórmula de tipo muestreo aleatorio simple para población finita. (Se obtuvo 260 microempresas)

Muestreo probabilístico. - Es el método donde todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

Muestreo aleatorio simple (Para población finita)

La muestra aleatoria simple de tamaño n de una población finita de tamaño N es una muestra seleccionada de manera que cada posible muestra de tamaño n tenga la misma probabilidad de ser seleccionada.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

(Reyes, 2011)

Donde:

n =Tamaño de la muestra = ¿?

N=Población = 800

Z= Nivel de confianza = (95% = 1.96)

p= Variabilidad positiva = (50%=0.5)

q= Variabilidad negativa = (50%=0.5)

e= Precisión o error = (5%=0.05)

Reemplazando valores:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{800 * (1.96)^2 * (0.5 * 0.5)}{(0.05)^2 * (800-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{800 * (3.8416) * (0.25)}{(0.0025) * (799) + (3.8416) * (0.25)}$$

$$n = \frac{768.32}{1.9975 + 0.9604} = \frac{768.32}{2.9579} = 259.7518 = 260$$

La muestra aleatorio simple fue de 260 microempresas.

4.3.-Definición y Operacionalización de las variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
1	CONCEPTUAL			
CAPACITACIÓN	La capacitación es una actividad para otorgar las herramientas en conocimientos y habilidades en el desempeño laboral del trabajador. (R. Wayne Mondy ,2010)	CLIMA LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> -Eficiencia -Mejor clima laboral -Crecimiento -Mínima supervisión -Manejo de crisis 	Nominal
		RETROALIMENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> -Tener un plan de acción -Generar interés en los trabajadores -Reforzar los conocimientos adquiridos -Evaluación post 3 meses -Medir el retorno de inversión. 	Nominal

Nota: Elaboración propia

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
2	CONCEPTUAL			
Gestión de la Calidad	Es el conjunto de acciones y herramientas que ayudan a no cometer errores o desviaciones en los procesos de la producción de productos.	DESEMPEÑO	-La empresa logra el buen funcionamiento y desarrollo de sus objetivos. -Permite el desarrollo cualitativamente de las actividades. -Permite cómo organizarse para hacer el trabajo mejor y más sencillo.	Nominal
	(ISO 9001:2015)		PRODUCTIVIDAD	-Satisfacción del cliente -La cobertura -Volumen de ventas -Eficacia -Competitividad

Nota: Elaboración propia

4.4.-Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para realizar la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta. Esta encuesta permitió recopilar la información de datos en la población de estudio.

El instrumento de recolección de datos que se aplicó fue el cuestionario, con el listado de preguntas a plantearse sobre las variables capacitación y gestión de la calidad. En la variable capacitación se realizó 10 preguntas y en la variable gestión de la calidad solo 8 preguntas.

4.5-Plan de análisis

Para realizar la presente investigación se utilizaron los programas Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, el programa Turnitin. Para la recolección de datos se hizo la tabulación correspondiente presentándose en gráficos, teniendo en cuenta cada variable con sus dimensiones cada una.

4.6.-Matriz de consistencia

CAPACITACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICROEMPRESAS DEL MERCADO 2 DE MAYO, DISTRITO DE CHIMBOTE,2022				
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y Dimensiones	Metodología
	<p>Objetivo general:</p> <p>1.-Determinar las características de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote,2022.</p>			<p>Tipo: -Cuantitativo</p> <p>Nivel: -Descriptivo</p> <p>Diseño: -No experimental -Estudio Transversal</p>
<p>Problema general</p> <p>a) ¿Cuáles son las características de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote,2022?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>1.-Identificar las principales características de la capacitación en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote,2022.</p> <p>2.-Determinar las principales características de la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote.</p> <p>3.-Elaborar la propuesta de mejora de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote,2022.</p>	<p>No aplico hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.</p>	<p>Variable 1 Capacitación</p> <p>✓ Clima laboral ✓ Retroalimentación</p> <p>Variable 2 Gestión de la calidad</p> <p>✓ Desempeño ✓ Productividad</p>	<p>Población: 800 microempresas</p> <p>Muestra: 260 microempresas (Se aplico la fórmula de muestreo aleatorio simple)</p> <p>Técnica: -Encuesta</p> <p>Instrumento: -Cuestionario</p>

Nota: Elaboración propia

4.7.-Principios éticos

En la presente investigación se tomó en cuenta el código de ética para la investigación de la universidad católica Los Ángeles de Chimbote. Se utilizó la versión 004 Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021.

a.-Principio de Protección a las personas. -En la presente investigación a los microempresarios del mercado 2 de mayo que representan la población de estudio, se les protegió su identidad, se evitó mencionar sus datos personales. Ya que al inicio se les hizo conocer sobre la protección de identidad como primer principio ético en materia de investigación.

b.-Principio de Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. –Se cuidó las instalaciones del lugar de estudio que fue el mercado 2 de mayo, evitando contaminar su medio ambiente.

c.-Principio de Libre participación y derecho a estar informado. –Se les solicitó su apoyo a los microempresarios del mercado 2 de mayo para el desarrollo de las encuestas. También se les informó sobre los objetivos y beneficios de la presente investigación.

d.-Principio de Beneficencia no maleficencia. – Se les mencionó a los microempresarios que su participación en el desarrollo de esta investigación sería voluntaria. También se les hizo saber sobre los posibles riesgos que podría traer esta investigación, en el desarrollo de los resultados finales.

e.-Principio de Justicia. –Se les pidió a los microempresarios su transparencia y honestidad en el desarrollo de la actividad de la investigación (llenado de encuestas). Se desarrolló con amabilidad, respeto y cordialidad en beneficio de ellos.

f.-Principio de Integridad científica. – Los microempresarios participaron con estándares de liderazgo, al final de los resultados de la investigación, recibieron los datos verídicos que hicieron cumplir los objetivos de la investigación.

V.-RESULTADOS

5.1.-Resultados

Objetivo específico 1: Identificar las principales características de la capacitación en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022.

TABLA 1

Características de la capacitación

CATEGORÍA	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
¿Recibió capacitación al momento de ingresar a trabajar?	0	0	260	100%	260	100%
¿El clima laboral en su trabajo es positivo?	230	88%	30	12%	260	100%
¿Considera que en su centro de trabajo le permiten desarrollarse profesionalmente?	239	92%	21	8%	260	100%
¿Usted recibe retroalimentación?	0	0	260	100%	260	100%
¿Cuenta con un plan de contingencia?	0	0	260	100%	260	100%
¿Cuenta con un plan de capacitación anualmente?	260	100%	0	0	260	100%
¿Recibe incentivos y reconocimientos en su trabajo?	12	5%	248	95%	260	100%
¿Considera que ha mejorado su satisfacción como colaborador?	240	92%	20	8%	260	100%
¿Recibe capacitación y evaluación constante?	0	0	260	100%	260	100%
¿Siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación?	250	96%	10	4%	260	100%

Nota: Cuestionario aplicado

Interpretación:

El 100 % de los entrevistados manifestaron que no recibieron capacitación al momento de ingresar a trabajar, el 88 % señalaron que el clima laboral en su trabajo es positivo, el 92 % considera que en su centro de trabajo le permiten desarrollarse profesionalmente, el 100 % señalaron que no recibe retroalimentación, el 100 % manifestó que no cuentan con un plan de contingencia, asimismo el 100 % manifestó que cuenta con un plan de capacitación anualmente, mientras que el 95 % manifestó que no recibe incentivos y reconocimientos en su trabajo, por otro lado el 92 % considera que ha mejorado su satisfacción como colaborador, también el 100 % manifestó que no recibe capacitación y evaluación constante, y finalmente el 96 % siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación.

Objetivo específico 2: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022.

TABLA 2

Características de la gestión de la calidad

CATEGORÍA	SI		NO		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
¿Considera tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad?	260	100%	0	0	260	100%
¿Considera que ha mejorado su productividad laboral?	238	92%	22	8%	260	100%
¿Cuenta con una política de calidad?	0	0	260	100%	260	100%
¿Considera que el cliente está satisfecho con los productos que ofrece?	241	93%	19	7%	260	100%
¿Considera que la oferta y demanda de sus productos ha crecido?	181	70%	79	30%	260	100%
¿Considera que ha mejorado la venta de sus productos?	33	13%	227	87%	260	100%
¿Los productos que ofrece han cumplido con la satisfacción de sus clientes?	214	82%	46	18%	260	100%
¿Los productos que ofrece, le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias?	210	81%	50	19%	260	100%

Nota: Cuestionario aplicado

Interpretación:

El 100 % de los entrevistados señalaron que si consideran tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad, el 92 % señalaron que si ha mejorado su productividad laboral, el 100 % señalaron que no cuentan con una política de calidad, asimismo el 93 % señalaron que el cliente si está satisfecho con los productos que ofrece, mientras que el 70 % si considera que la oferta y demanda de sus productos ha crecido, por otro lado el 87 % señalaron que no ha mejorado la venta de sus productos, también el 82 % si considera que los productos que ofrece han cumplido con la satisfacción de sus clientes y finalmente el 81 % considera que los productos que ofrece le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias.

Objetivo específico 3: Elaborar la propuesta de mejora de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo.

TABLA 3

Propuesta de mejora de capacitación y gestión de la calidad

Variable	Indicador de las dimensiones de la variable	Problema	Posibles Causas	Propuesta (Acción de Mejora)	Objetivo	Meta	Indicador de medición de la actividad	Presupuesto	Tiempo estimado	Responsable
C A P A C I T A C I Ó N	EFICIENCIA	No se ha capacitado al 100% de los microempresarios al momento de ingresar a trabajar	Desconocimiento y poco presupuesto	Capacitar al 100% de microempresarios en un corto tiempo.	Capacitar a los microempresarios para alcanzar los objetivos del negocio.	Ejecutar la capacitación planificada	Colaboradores eficientes	S/. 200.00	2 meses	Propietario
	MINIMA SUPERVISIÓN	No se hace una retroalimentación a los microempresarios	Desconocimiento y falta de interés	Procurar que todos los integrantes de la empresa reciban comentarios y críticas constructivas de su trabajo	Implementar la retroalimentación como una práctica habitual	Ejecutar la retroalimentación total	Colaboradores óptimos que evitan errores	S/. 200.00	1 mes	Propietario
	MANEJO DE CRISIS	No se cuenta con un plan de contingencia	Desconocimiento y falta de interés	Suministrar una solución inmediata para poder continuar con las funciones fundamentales de la microempresa, cuando estas son interrumpidas por algún tipo de siniestro.	Tener un plan de contingencia para dar respuesta rápida a las emergencias que puedan presentarse.	Elaborar un plan de contingencia	Enfrentar situaciones inesperadas	S/. 200.00	1 mes	Propietario
	GENERAR INTERÉS EN LOS TRABAJADORES	Falta de incentivos y motivación	Genera desmotivación y, en consecuencia, baja en la productividad y alza en los conflictos.	Brindar incentivos y/o reconocimientos a los empleados, que implementen la gestión de calidad dentro de la empresa de manera positiva.	Crear incentivos como el empleado del mes, el empleado más productivo y brindar premios.	Realizar incentivos y reconocimientos con más frecuencia.	Colaboradores motivados	S/. 200.00	2 meses	Propietario
	EVALUACIÓN POST 3 MESES	La capacitación no es constante	Desconocimiento y poco presupuesto	Ejecutar capacitación constante	Capacitar con mayor frecuencia	Realizar la capacitación constante	Colaborares que conocen su puesto de trabajo	S/. 200.00	3 meses	Propietario
GESTIÓN DE LA CALIDAD	PERMITE COMO ORGANIZARSE PARA HACER EL TRABAJO MEJOR Y MÁS SENCILLO	No cuenta con una política de calidad	Desconocimiento y poco presupuesto	Contar con una política de calidad	Tener la política de calidad a corto plazo	Elaborar la política de calidad	Productos con la calidad necesaria para los clientes	S/. 300.00	1 mes	Propietario
	VOLUMEN DE VENTAS	Bajo volumen de ventas	Falta de marketing	Mejorar las ventas	Incrementar las ventas a corto plazo	Realizar estrategias de marketing	Ganancias a corto plazo	S/. 300.00	3 meses	Propietario

5.2.-Análisis de los resultados

Objetivo específico 1: Identificar las principales características de la capacitación en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022.

En la tabla 1, se observa que el 100% de los entrevistados señalaron que no recibieron capacitación al momento de ingresar a trabajar, resultado similar a Tapia (2019) quien señala el 16.66% no recibió capacitación en ningún tema, así mismo Ayosa (2018) difiere que el 100% de entrevistados si fue capacitado al momento de ingresar a trabajar. La capacitación es de gran ayuda para mejorar la eficiencia de los microempresarios.

Asimismo, con respecto a mejorar el clima laboral, el 88% de entrevistados señalaron que el clima laboral en su trabajo es positivo, resultado similar a Ayosa (2018) quien señala que el 100% logro beneficios con la capacitación (un buen clima laboral). Se puede deducir que el clima laboral mejora el desempeño laboral de los microempresarios.

Mientras que el 92% de los entrevistados considera que, si le permiten desarrollarse profesionalmente, resultado similar a Ayosa (2018) quien señala que el 75% de entrevistados si cumple con un nivel organizado en el área en el que se desempeña. Se puede deducir que la totalidad de microempresarios se sienten desarrollados profesionalmente en sus centros de trabajo.

Por otro lado, el 100% de los entrevistados señalaron que no recibieron retroalimentación, resultado diferente a Tapia (2019) quien señala que el 72.72% si realiza una mínima supervisión en su centro de trabajo. Tener una retroalimentación en las microempresas hace que los colaboradores obtengan el mejoramiento continuo en sus funciones.

También el 100% de los entrevistados señalaron que no cuentan con un plan de contingencia, resultado diferente a Ayosa (2018) quien señala que el 100% si cuenta con una capacitación organizada (manejo de crisis). Contar con un plan de contingencia permitirá a los microempresarios actuar de manera óptima ante situaciones de cualquier tipo de desastre.

Asimismo, el 100 % de los entrevistados señalaron que, si cuenta con un plan de capacitación anualmente, resultado diferente a Casimiro & Olivares (2020) quienes señalaron que el 90% de entrevistados no ha recibido capacitaciones por parte de instituciones públicas. Una capacitación al año permitirá una mayor especialización en las tareas de los microempresarios.

Mientras que el 95% señalaron que no recibe incentivos y reconocimientos en su trabajo, resultado diferente a Ayosa (2018) quien refiere que el 70% no dispone o tiene acceso a internet (incentivos y/o reconocimientos). La falta de incentivos y reconocimientos en el trabajo hace que los colaboradores tengan un menor rendimiento en sus puestos de trabajo.

Por otro lado, el 92% de los entrevistados considera que ha si mejorado su satisfacción como colaborador. Resultado similar a Ayosa (2018) quien señala que el 70 % está muy de acuerdo en que el cliente con su satisfacción se siente satisfecho. Cuando el colaborador se siente satisfecho en el trabajo hace que tenga un mayor compromiso con su jefe.

También el 100% de los entrevistados señalaron que no recibe capacitación y evaluación constante, resultado diferente a Tapia (2019) quien señala el 9.09% si son capacitados de 3 a 4 veces al año en la venta de alimentos. Con una buena capacitación constante se podrá tener el conocimiento para llevar a cabo todas las actividades de la manera más adecuada posible.

Finalmente, el 96% de los entrevistados señalaron que, si siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación, resultado similar a Ayosa (2018) quien refiere que el 80% está muy de acuerdo con contar con talleres de mejoramiento para tener un buen desempeño laboral. La capacitación al microempresario lo ayudara a tener un buen desempeño laboral y así poder cumplir sus tareas principales.

Objetivo específico 2: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022.

En la tabla 2, se observa que el 100% de los entrevistados señalaron que, si consideran tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad, resultado diferente a Maceda (2019) quien refiere el 72% no tiene conocimiento sobre gestión de calidad, asimismo Fiestas (2021) señala que el 81% si considera que ofrecen una buena atención al cliente. Contar con una gestión de la calidad nos permite llevar a cabo los objetivos de las microempresas a mediano y largo plazo.

Asimismo, el 92 % de los entrevistados señalaron que, si ha mejorado su productividad laboral, resultado similar a Fiestas (2021) quien refiere que el 76% si ha mejorado la atención al cliente, es decir que desarrollan actividades con la gestión de la calidad. El colaborador con una buena productividad laboral será muy eficiente y eficaz.

Mientras que, el 100 % de los entrevistados señalaron que no cuenta con una política de calidad, resultado diferente a Navarro (2022) quien refiere que solo el 26% tiene plenamente identificadas las áreas de la empresa. Contar con una política de calidad permitirá a los microempresarios comprometerse a seguir teniendo productos de la mejor calidad para ofrecer a sus clientes.

Por otro lado, se observa que el 93% de los entrevistados señalaron que si considera que el cliente está satisfecho con los productos que ofrece, resultado similar a Maceda (2019) quien refiere que el 100% utiliza estrategias para fidelizar al cliente, y con ello darles productos los satisfaga.

También que el 70% de los entrevistados considera que la oferta y demanda de sus productos si ha crecido, resultado similar a Fiestas (2021) quien concluye que el 68% sabe que existe mejora en los productos. La oferta y demanda en el mercado siempre van impactar en los precios de los productos, y con ello en la venta de los productos.

Mientras, el 87 % de los entrevistados considera que no ha mejorado la venta de sus productos. Con respecto a los demás antecedentes para el análisis y discusión de resultados, no se encontraron antecedentes similares ya que el autor no tomo en cuenta el indicador. Mejorar las ventas es a base de estrategias como por ejemplo vender los beneficios de los productos en el mercado.

También el 82 % de los entrevistados señalaron que, si considera que los productos que ofrecen han cumplido con la satisfacción de sus clientes, resultado similar a Navarro (2022) quien refiere que el 17% considera que el producto si cumple con los estándares de calidad para los clientes. El cliente solo busca que el producto sea de buena calidad y satisfaga sus necesidades respecto a él.

Finalmente, el 81% de los entrevistados señalaron que los productos que ofrecen si le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias, resultado similar a Navarro (2022) quien refiere que el 73.33% practican valores y principios éticos, por ello ofrecen productos que los diferencia y así pueden tener ventajas diferenciadoras de la competencia.

VI.-CONCLUSIONES

Se identificó que la totalidad de microempresarios no recibieron capacitación al momento de ingresar a trabajar, la mayoría considera que el clima laboral en su trabajo es positivo, la mayoría considera que si le permiten desarrollarse profesionalmente, la totalidad señalaron que no recibieron retroalimentación, la totalidad señalo que no cuentan con un plan de contingencia, la mayoría señalaron que cuentan con un plan de capacitación anualmente, la mayoría menciona que no reciben incentivos y reconocimientos en su trabajo, la mayoría considera que ha mejorado su satisfacción como colaborador, la totalidad señalo que no reciben capacitación y evaluación constante, la mayoría siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación.

Se determinó que la totalidad de los microempresarios consideran tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad, la mayoría considero que ha mejorado su productividad laboral, la totalidad señalo que no cuentan con una política de calidad, la mayoría señalo que el cliente si está satisfecho con los productos que ofrece, la mayoría considero que la oferta y demanda de sus productos ha crecido, la mayoría considero que no ha mejorado la venta de sus productos, la mayoría considero que los productos que ofrecen si han cumplido con la satisfacción de sus clientes y finalmente la mayoría considero que los productos que ofrecen si le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias.

Se elaboro la propuesta de mejora para que los microempresarios la puedan desarrollar en sus negocios, sirva de apoyo, mejoramiento y para obtener mejores resultados del servicio de las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote.

Aspectos Complementarios

Recomendaciones

Capacitar con más frecuencia a los microempresarios del mercado 2 mayo, implementando capacitaciones en temas específicos al rubro que tienen, seguir mejorando el clima laboral, brindar retroalimentación oportuna para incrementar la motivación de los colaboradores para mejorar su desempeño, contar con un plan de contingencia para poder controlar y dar respuesta rápida a las emergencias que puedan presentarse, dar los incentivos y reconocimientos necesarios para aumentar el compromiso laboral y así estimular, recompensar y premiar los esfuerzos llevados a cabo por los colaboradores.

Seguir teniendo una buena gestión de calidad para tener buenos resultados en el trabajo y así formar la fidelidad y mejorar la satisfacción del cliente, seguir mejorando la productividad laboral para crecer más rápido en la economía y enfrentar la competencia, contar con una política de calidad para saber los procesos y procedimientos necesarios para la planificación y la ejecución de los productos, ofrecer productos de muy buena calidad para satisfacer las necesidades de los clientes, aplicar técnicas de marketing para mejorar las ventas y ofrecer productos con un valor agregado para poder enfrentar a la competencia.

Ejecutar la propuesta de mejora realizada para el buen desarrollo de las actividades y donde se capacite con más frecuencia a los microempresarios para que sean más eficientes, lo cual permitirá un buen desempeño laboral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andina/Difusión. (6 de julio del 2021). Aprueban manuales de gestión para mercados de abastos minoristas. Obtenido en:

<https://andina.pe/agencia/noticia-peru-exhibira-oferta-artesania-y-orfebreria-expoalimentaria-2017-680542.aspx/noticia-aprueban-manuales-gestion-para-mercados-abastos-minoristas-852177.aspx>

Ayosa Chumacero C.F. (2018) *Caracterización de la capacitación y competitividad de las mype comerciales rubro confecciones, mercado de Piura, año 2018*. Obtenido en:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15172/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_AYOSA_CHUMACERO_CYNTIA_FIORELA.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Basantes, M. Definición de microempresa. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/document/467782325/Definicion-de-microempresa>

Bohórquez (2007). Concepto de Desempeño Laboral. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/doc/172846241/Concepto-de-desempeno-laboral>

Briceño V., Gabriela. (2021). Gestión de la calidad. Recuperado el 13 mayo, 2022, de Euston96. Obtenido de:

<https://www.euston96.com/gestion-de-la-calidad/>

Caicedo Vargas M.G. (2018) *Análisis del modelo de gestión - administrativo del mercado municipal de frutas, hortalizas, granos y cereales del cantón jipijapa (Ecuador)*.

Recuperada de:

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1370/1/UNESUM-ECUADOR-ADM.EMP-2018-07.pdf>

Camba Rocha. W. & Paguay Lema. A. (2019) *Importancia de la estrategia de capacitación en el área comercial para el desarrollo de las PYMES del cantón Milagro*. Obtenido en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4925/1/2.%20%20IMPORTANCIA%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20DE%20CAPACITACION%20EN%20EL%20AREA%20COMERCIAL.pdf>

Campos Pimentel Y.V. (2019). *Cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz, 2017*. Recuperada de:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/20431/COMERCIANTES_CULTURA_TRIBUTARIA_CAMPOS_PIMENTEL_YONI_VICTOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Características de la capacitación laboral (29 de diciembre del 2021). Obtenido de

<https://acirh.com/caracteristicas-de-la-capacitacion-laboral/>

Cardeñas. Y. (2018). Dimensiones de la capacitación. Obtenido de:

<https://1library.co/article/dimensiones-de-la-capacitaci%C3%B3n-marco-te%C3%B3rico.yeer747y>

Carranza García Y.D. (2019) *Gestión de calidad bajo el enfoque del benchmarking en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas, mercado modelo, distrito de Chimbote, 2018*. Recuperada de:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23990/CALIDAD_GESTION_CARRANZA%20_GARCIA_YANELA_%20DANIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Casimiro Arana. F. & Olivares Espinoza. A. (2020). *Capacitación tributaria para incrementar la formalización de los comerciantes del sector abarrotes del mercado Moshoqueque-2018*. Obtenido en:

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6690/Casimiro%20Arana%20Fiorella%20%26%20Olivares%20Espinoza%20Analy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cerda Jara E.E, Luna Huaccachi O.A., Porta Manrique, B.D. (2018). *Gestión de la calidad de servicio en el comercio tradicional. caso mercado el bosque, distrito de San Juan de Lurigancho* Recuperada de:

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12161/Cerda%20Jara_Luna%20Huaccachi_Porta%20Manrique_Gesti%c3%b3n_calidad_servicio1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Contento Puga J.C. (2018). *Modelo de Gestión para mejorar las condiciones de comercialización del Mercado Municipal Gran Colombia de la Ciudad de Loja, en el periodo 2016*. Recuperada de:

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20353/1/Juan%20Carlos%20Contento%20Puga.pdf>

Coaquira, C. (2017). Dimensiones de la gestión de la calidad. Obtenido de:

<https://1library.co/article/dimensiones-gesti%C3%B3n-calidad-gesti%C3%B3n-calidad.qmj439wq>

Dolan, S. (2021). Capacitación. Recuperado de:

<https://sgwebdigital.com/es/capacitaci%C3%B3n/>

Félix Tapia. L.E. (2019). *Propuesta de un programa de capacitación para la manipulación y conservación de alimentos en el mercado municipal del cantón Pimampiro Provincia de Imbabura*. Recuperada de:

<https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/356/1/2.TESIS%20FINAL.pdf>

Ferrer (2014). Significado de Relevante. Recuperado de:

<https://www.significados.com/relevante/>

Fiestas Morales. M.E. (2021) *Gestión de calidad y liderazgo en las mype rubro abarrotes mercado mayorista del distrito veintiséis de octubre, Piura – año 2021*. Recuperada de.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24672/GESTION_CALIDA_D_FIESTAS_MORALES_MIRIAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Cedeño W.O. (2018) *Propuesta del modelo de gestión por procesos mercados más limpios y sustentables para los mercados municipales del distrito metropolitano de Quito (Ecuador)*. Recuperada de:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14868/TESIS%20OMAR%20GARCIA%20CEDE%20C3%91O.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, J. (27 de julio de 2021). Definición y selección de propuestas de mejoras. Obtenido de:

<https://www.clubensayos.com/Negocios/DEFINICI%C3%93N-Y-SELECCI%C3%93N-DE-PROPUESTAS-DE-MEJORAS/5336097.html>

Gutiérrez, (2010). ¿Qué es la mejora continua según autores? Recuperado de:

<https://mejoracontinua.net/que-es-la-mejora-continua-segun-autores>

Gutiérrez Castillo H.R. (2018) *Cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado “Virgen de Fátima” rubro bazar de Huaraz, año 2017*. Recuperada de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/4842/CULTURA_TRIBUTARIA_COMERCIANTE_GUTIERREZ_CASTILLO_HECTOR_RAUL.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Guzmán, C. (10 de abril 2018). Mypes: Porque son importantes para la economía peruana.

Obtenida de:

<https://pqs.pe/actualidad/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana/>

Hernández, R. (24 de noviembre de 2014). Metodología Hernández Sampieri las hipótesis.

Obtenida de:

<https://www.buenastareas.com/ensayos/Metodolog%C3%ADa-Hern%C3%A1ndez-Sampieri-Las-Hip%C3%B3tesis/64231396.html>

Indicadores de capacitación: Importancia y ejemplos (4 de abril del 2022). Obtenido de:

<https://tudashboard.com/indicadores-de-capacitacion/>

IPE. Instituto peruano de economía. (5 de abril del 2022). Obtenido de:

<http://incoreperu.pe/portal/index.php/noticias/item/188-en-2021-economia-de-ancash-crecio-7-4-respecto-al-2019>

Las micro y pequeñas empresas en el Perú. Resultados en 2020. Obtenido de:

<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Los 5 factores más importantes para planificar una capacitación corporativa (2018).

INFOCAPITALHUMANO. Obtenido de:

<https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/los-5-factores-mas-importantes-para-planificar-una-capacitacion-corporativa/>

Maceda Cruzado J.C. (2019) *Gestión de calidad en la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de abarrotos en el mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote, 2018*. Recuperada de:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/9257/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_MACEDA_CRUZADO_JULIO_CESAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mata, R. (15 de junio del 2021). 9 elementos importantes de un sistema de gestión de calidad.

Obtenido de:

<https://www.headsem.com/sistema-de-gestion-de-calidad/>

Mateo Rafael José. (2010, marzo 3). *Sistemas de Gestión de la Calidad*. Recuperado de

<https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

Mazuelos Sandoval R.E. (2021) *Influencia de un programa de capacitación para mejorar el conocimiento y manejo de residuos sólidos en los comerciantes del mercado mayorista grau de Tacna, 2020*. Recuperada de:

<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1921/Mazuelos-Sandoval-Ricardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Méndez Rosey Julio César. (2013, mayo 10). *Calidad, concepto y filosofías: Deming, Juran,*

Ishikawa y Crosby. Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>

Mercados en la provincia de Santa. DePeru.com (Portal de internet). Obtenido de:

https://www.deperu.com/mercados/provincia_santa_ancash.html

Mercado 2 de Mayo.DePeru.com (Portal de internet). Obtenido de:

https://www.deperu.com/mercados/mercado-2-de-mayo_chimbote_68.html

Ministerio de la producción (2019). Censo Nacional de Mercados de abastos

(CENAMA),2016. Obtenido de:

<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/censos-y-encuestas/mercado-de-abasto>

Ministerio de la producción. Nota de prensa. Produce capacita a comerciantes de 44 mercados

de abastos a nivel nacional. Obtenido en:

<https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/568264-produce-capacita-a-comerciantes-de-44-mercados-de-abastos-a-nivel-nacional>

Moreno, M. (2021). Cuáles son las ventajas y desventajas de la capacitación, para el personal

y para la organización o el empleador. Obtenido de:

<https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-del-valle-de-mexico/psicologia/cuales-son-las-ventajas-y-desventajas-de-la-capacitacion/22375286>

Mx Aenolastname (14 de noviembre 2018). ¿Existe capacitación laboral en América Latina?

Obtenido de:

<https://www.americaeconomia.com/articulos/notas/existe-capacitacion-laboral-en-america-latina>

Navarro Mendoza, A. (2022) *Gestión de calidad y estrategias del marketing en las micro y*

pequeñas empresas del rubro tiendas de abarrotes del mercado modelo del distrito de Sullana, año 2020. Recuperada de:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26801/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_NAVARRO_MENDOZA_ASTRIDE_LOS_MILAGROS.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Padilla Gabriel. (2002, febrero 3). Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>

Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo. La importancia de la capacitación para las y los trabajadores (13 de junio del 2018). Obtenido de: <https://www.gob.mx/profedet/es/articulos/la-importancia-de-la-capacitacion-para-las-y-los-trabajadores?idiom=es>

Puert Cagua L.E. (2018) Capacitación tributaria para comerciantes de abarrotes con régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE) en el mercado municipal de Esmeraldas (Ecuador). Recuperada de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1507/1/PUERTA%20CAGUA%20%20LORELY%20ELIZABETH.pdf>

Qué es una Central de Abasto (Conocimientosweb.net). Obtenido de: <https://conocimientosweb.net/dcmt/ficha12821.html>

Ramírez, M. (2014). Ventajas y desventajas de un sistema de gestión de calidad. Obtenido de: <https://llibrary.co/article/ventajas-desventajas-sistema-gestion-calidad.q5rjx3z>

Ramos, G. (2014) Edición #15 de Enciclopedia Asigna. Definición de Gestión de Calidad. Recuperado en: <https://enciclopedia.net/gestion-de-calidad/>

Reyes, Emmanuel. (15 de enero del 2022). Definición de proceso según autores. Obtenido de: <https://www.emprendedorinteligente.com/definicion-de-proceso-segun-autores/>

Reyes, E. (14 de abril del 2022). Definición de capacitación. Obtenido de: <https://www.emprendedorinteligente.com/definicion-de-capacitacion-segun-autores/>

Saucedo Torres P.A. (2020) *La capacitación en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas dedicadas a*

la venta minorista de productos agropecuarios, ciudad de Chimbote, 2019.

Recuperada de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/17671/REPRESNTANTES_CAPACITACION_SAUCEDO_%20TORRES_PEDRITO%20_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sisternas, P. (2019). 5 indicadores de gestión de calidad en tu empresa. Recuperado de:

<https://www.emprendepyme.net/indicadores-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa.html>

Teoría De Las Mypes (2003). Obtenido de:

<https://www.monografias.com/docs/Teoria-De-Las-Mypes-F3JZTNCBZ>

Tipos de capacitación: Clasificación e importancia. (2022) Cofide. Obtenido de

<https://www.cofide.mx/blog/tipos-de-capacitacion-clasificacion-e-importancia>

Universidad de América (6 de diciembre del 2019). La gestión de la calidad y su efecto en la competitividad de las organizaciones. Obtenido de:

<https://www.uamerica.edu.co/interes/la-gestion-de-la-calidad-y-su-efecto-en-la-competitividad-de-las-organizaciones/>

Ventajas de los sistemas de gestión de calidad (AEC-Asociación española para la calidad)

Obtenido de:

https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=0fed9322-3dea-4211-b748-a1e041a60b01&groupId=10128

Villanueva Guerrero W.P. (2019) *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de abarrotes, mercado la perla, distrito Chimbote, año 2018.* Obtenida de:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/11952/CALIDAD_%20VILLANUEVA_GUERRERO_WILFREDO_PAUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

4par (2022). Las ventajas de la capacitación. Obtenido de:

<https://4par.com.mx/ventajas-de-capacitacion.html>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
Nº	ACTIVIDADES	AÑO								AÑO							
		SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II			
		JULIO				AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de investigación											X					
12	Redacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de investigación													X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X		
15	Redacción de artículo científico															X	X

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DE DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
CATEGORÍA	BASE	% O NÚMERO	TOTA (S/.)
Suministros			
. Impresiones			50
. Fotocopias			30
. Empastado			
. Papel bond A-4 (500 hojas)			20
Servicios			
. Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			200.00
Gastos de viaje			
. Pasajes para recolectar información			50
Sub total			50
Total, de presupuesto desembolsable			250

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS MICROEMPRESARIOS DEL MERCADO 2 DE MAYO, DISTRITO DE CHIMBOTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO APLICADO A LOS MICROEMPRESARIOS

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación “CAPACITACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICROEMPRESAS DEL MERCADO 2 DE MAYO, DISTRITO DE CHIMBOTE, 2022”

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

Marque con una (X) la respuesta que crea conveniente:

I.-GENERALIDADES

1.-GÉNERO

- a) Masculino b) Femenino

2.-EDAD

- a) 18-30 años b) 31-50 años c) 51 años a más

3.-GRADO DE INSTRUCCIÓN

- a) Primaria b) Secundaria c) Técnico d) Superior

4.-TIEMPO DE PERMANENCIA EN SU NEGOCIO

- a) 0-2 años b) 3- 5 años c) 6-10 años d) 10 años a más

5.-NÚMERO DE TRABAJADORES

- a) 1—5 trabajadores b) 5—10 trabajadores c) 11 a más

6.- TIPO DE NEGOCIO

- a) Persona natural b) Persona jurídica


II.-CAPACITACIÓN

	ÍTEM	SI	NO
1	¿Recibió capacitación al momento de ingresar a trabajar?		
2	¿El clima laboral en su trabajo es positivo?		
3	¿Considera que en su centro de trabajo le permiten desarrollarse profesionalmente?		
4	¿Usted recibe retroalimentación?		
5	¿Cuenta con un plan de contingencia?		
6	¿Cuenta con un plan de capacitación anualmente?		
7	¿Recibe incentivos y reconocimientos en su trabajo?		
8	¿Considera que ha mejorado su satisfacción como colaborador?		
9	¿Recibe capacitación y evaluación constante?		
10	¿Siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación?		

III.- GESTIÓN DE LA CALIDAD

	ÍTEM	SI	NO
1	¿Considera tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad?		
2	¿Considera que ha mejorado su productividad laboral?		
3	¿Cuenta con una política de calidad?		
4	¿Considera que el cliente está satisfecho con los productos que ofrece?		
5	¿Considera que la oferta y demanda de sus productos ha crecido?		
6	¿Considera que ha mejorado la venta de sus productos?		
7	¿Los productos que ofrece han cumplido con la satisfacción de sus clientes?		
8	¿Los productos que ofrece, le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias?		

Anexo 4.- Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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: **"Capacitación como factor relevante para la Gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022"** y es dirigido por el estudiante Bachiller en administración de empresas Sánchez De la Cruz William Alexander, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará siete (07) 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 del WhatsApp 935256173. Si desea, también podrá escribir al correo williamsanchez25virgo@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: Margarita De La Cruz
Fecha: 22/08/22 Correo electrónico: _____

Firma del participante: Margarita De La Cruz

Firma del investigador: William Sánchez

Anexo 5: Constancia de validación de expertos



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo Yupanqui Acosta Antonio, identificado con DNI 32779749, con CLAD N° 1887.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del cuestionario, elaborado por el estudiante Br. Adm. SÁNCHEZ DE LA CRUZ WILLIAM ALEXANDER, para efecto de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado “Capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022”, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por lo cual firmo y sello la presente.

Yupanqui Acosta Antonio

DNI N°: 32779749

CLAD N°: 1887



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Yupanqui Acosta Antonio
- 1.2. **Grado Académico:** Maestría
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Cesar Vallejo
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. **Autor del instrumento:** Sánchez De la Cruz William Alexander
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: Capacitación

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Clima Laboral							
1.- Eficiencia							
¿Recibió capacitación al momento de ingresar a trabajar?	X		X		X		
2.- Mejor clima laboral							
¿El clima laboral en su trabajo es positivo?	X		X		X		
3.- Crecimiento							
¿Considera que en su centro de trabajo le permiten desarrollarse profesionalmente?	X		X		X		
4.- Mínima supervisión							
¿Usted recibe retroalimentación?	X		X		X		
5.- Manejo de crisis							
¿Cuenta con un plan de contingencia?	X		X		X		
Dimensión 2: Retroalimentación							
1.- Tener un plan de acción							

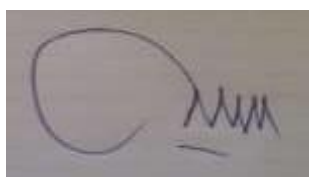
¿Cuenta con un plan de capacitación anualmente?	X		X		X		
2.- Generar interés en los colaboradores							
¿Recibe incentivos y reconocimientos en su trabajo?	X		X		X		
3.- Reforzar los conocimientos adquiridos							
¿Considera que ha mejorado su satisfacción como colaborador?	X		X		X		
4.- Evaluación post 3 meses							
¿Recibe capacitación y evaluación constante?	X		X		X		
5.- Medir el retorno de inversión							
¿Siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Gestión de la Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Desempeño							
1.- La empresa logra el buen funcionamiento y desarrollo de sus objetivos.							
¿Considera tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad?	X		X		X		
2.- Permite el desarrollo cualitativamente de las actividades.							
¿Considera que ha mejorado su productividad laboral?	X		X		X		
3.-Permite cómo organizarse para hacer el trabajo mejor y más sencillo.							
¿Cuenta con una política de calidad?	X		X		X		
Dimensión 2: Productividad							
1.- Satisfacción del cliente							
¿Considera que el cliente está satisfecho con los productos que ofrece?	X		X		X		
2.- La cobertura							

¿Considera que la oferta y demanda de sus productos a crecido?	X		X		X		
3.- Volumen de ventas							
¿Considera que ha mejorado la venta de sus productos?	X		X		X		
4.- Eficacia							
¿Los productos que ofrece han cumplido con la satisfacción de sus clientes?	X		X		X		
5.- Competitividad							
¿Los productos que ofrece, le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Aplique la encuesta, buenos éxitos.



Yupanqui Acosta Antonio

DNI N°: 32779749

CLAD N°: 1887

Nota: Se adjunta el proyecto de investigación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo Poémape Cobián Carlos Hernán, con DNI 32779749, con CLAD N^o 6202. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (os) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por el estudiante Br. Adm. Sanchez De la Cruz William Alexander, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado “Capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022”, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por lo cual firmo y sello la presente.

Poémape Cobián Carlos Hernán

DNI N^o: 32809352

CLAD N^o: 6202



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Poémape Cobián Carlos Hernán
- 1.2. Grado Académico: Maestría
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente con cargo Administrativo
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Sánchez De la Cruz William Alexander
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: Capacitación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Clima laboral							
1.- Eficiencia							
¿Recibió capacitación al momento de ingresar a trabajar?	X		X		X		
2.- Mejor clima laboral							
¿El clima laboral en su trabajo es positivo?	X		X		X		
3.- Crecimiento							
¿Considera que en su centro de trabajo le permiten desarrollarse profesionalmente?	X		X		X		
4.- Mínima supervisión							
¿Usted recibe retroalimentación?	X		X		X		
5.- Manejo de crisis							
¿Cuenta con un plan de contingencia?	X		X		X		
Dimensión 2: Retroalimentación							
1.- Tener un plan de acción							

¿Cuenta con un plan de capacitación anualmente?	X		X		X		
2.- Generar interés en los colaboradores							
¿Recibe incentivos y reconocimientos en su trabajo?	X		X		X		
3.- Reforzar los conocimientos adquiridos							
¿Considera que ha mejorado su satisfacción como colaborador?	X		X		X		
4.- Evaluación post 3 meses							
¿Recibe capacitación y evaluación constante?	X		X		X		
5.- Medir el retorno de inversión							
¿Siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Gestión de la Calidad

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Desempeño							
1.- La empresa logra el buen funcionamiento y desarrollo de sus objetivos.							
¿Considera tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad?	X		X		X		
2.- Permite el desarrollo cualitativamente de las actividades.							
¿Considera que ha mejorado su productividad laboral?	X		X		X		

3.-Permite cómo organizarse para hacer el trabajo mejor y más sencillo.							
¿Cuenta con una política de calidad?	X		X		X		
Dimensión 2: Productividad							
1.- Satisfacción del cliente							
¿Considera que el cliente está satisfecho con los productos que ofrece?	X		X		X		
2.- La cobertura							
¿Considera que la oferta y demanda de sus productos a crecido?	X		X		X		
3.- Volumen de ventas							
¿Considera que ha mejorado la venta de sus productos?	X		X		X		
4.- Eficacia							
¿Los productos que ofrece han cumplido con la satisfacción de sus clientes?	X		X		X		
5.- Competitividad							
¿Los productos que ofrece, le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Las preguntas corresponden a sus dimensiones.



Poémape Cobián Carlos Hernán

DNI N°: 32809352

CLAD N°: 6202

Nota: Se adjunta el proyecto de investigación



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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo Cerna Izaguirre Julio César, con DNI 06453403, con CLAD N° 5720. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (os) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por el estudiante Br. Adm. Sanchez De la Cruz William Alexander, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación denominado “Capacitación como factor relevante para la gestión de la calidad en las microempresas del mercado 2 de mayo, distrito de Chimbote, 2022”, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por lo cual firmo y sello la presente.



Mtro Lic. Adm. Julio C. Cerna Izaguirre
Reg. Unico de Colegación: N° 5720
DNI N°: 06453403

Cerna Izaguirre Julio César
DNI N°: 06453403
CLAD N°: 5720



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Cerna Izaguirre Julio César
- 1.2. Grado Académico: Maestría
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: ADEC ATC
- 1.5. Cargo que desempeña: Consultor de Pymes
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Sánchez De la Cruz William Alexander
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: Capacitación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Clima laboral							
1.- Eficiencia							
¿Recibió capacitación al momento de ingresar a trabajar?	X		X		X		
2.- Mejor clima laboral							
¿El clima laboral en su trabajo es positivo?	X		X		X		
3.- Crecimiento							
¿Considera que en su centro de trabajo le permiten desarrollarse profesionalmente?	X		X		X		
4.- Mínima supervisión							
¿Usted recibe retroalimentación?	X		X		X		
5.- Manejo de crisis							
¿Cuenta con un plan de contingencia?	X		X		X		
Dimensión 2: Retroalimentación							
1.- Tener un plan de acción							

¿Cuenta con un plan de capacitación anualmente?	X		X		X		
2.- Generar interés en los colaboradores							
¿Recibe incentivos y reconocimientos en su trabajo?	X		X		X		
3.- Reforzar los conocimientos adquiridos							
¿Considera que ha mejorado su satisfacción como colaborador?	X		X		X		
4.- Evaluación post 3 meses							
¿Recibe capacitación y evaluación constante?	X		X		X		
5.- Medir el retorno de inversión							
¿Siente que su desempeño ha mejorado con la capacitación?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Gestión de la Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Desempeño							
1.- La empresa logra el buen funcionamiento y desarrollo de sus objetivos.							
¿Considera tener buenos resultados en su trabajo con una buena gestión de calidad?	X		X		X		
2.- Permite el desarrollo cualitativamente de las actividades.							
¿Considera que ha mejorado su productividad laboral?	X		X		X		

3.-Permite cómo organizarse para hacer el trabajo mejor y más sencillo.							
¿Cuenta con una política de calidad?	X		X		X		
Dimensión 2: Productividad							
1.- Satisfacción del cliente							
¿Considera que el cliente está satisfecho con los productos que ofrece?	X		X		X		
2.- La cobertura							
¿Considera que la oferta y demanda de sus productos a crecido?	X		X		X		
3.- Volumen de ventas							
¿Considera que ha mejorado la venta de sus productos?	X		X		X		
4.- Eficacia							
¿Los productos que ofrece han cumplido con la satisfacción de sus clientes?	X		X		X		
5.- Competitividad							
¿Los productos que ofrece, le otorgan una ventaja sobre sus demás competencias?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Julio C. Cerna Izaguirre
 Mtro Lic. Adm. Julio C. Cerna Izaguirre
 Reg. Unico de Colegacion N° 5720

Cerna Izaguirre Julio César

DNI N°: 06453403

CLAD N°: 5720

Nota: Se adjunta el proyecto de investigación