



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

COMPETITIVIDAD COMO FACTOR RELEVANTE PARA
LA GESTION DE CALIDAD DE LAS MICROEMPRESAS
DEL RUBRO ESTACIONES DE SERVICIO EN LA
PROVINCIA DE LEONCO PRADO - PERIODO 2020

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

YLLATOPA AQUINO, YADIT ROSITA

ORCID: 0000-0002-0518-4625

ASESOR

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID: 0000-0001-6079-2319

LIMA – PERU

2022

Título

**COMPETITIVIDAD COMO FACTOR RELEVANTE PARA
LA GESTION DE CALIDAD DE LAS MICROEMPRESAS
DEL RUBRO ESTACIONES DE SERVICIO EN LA
PROVINCIA DE LEONCO PRADO -PERIODO 2020**

Equipo de trabajo

AUTOR

YLLATOPA AQUINO, YADIT ROSITA

ORCID: 0000-0002-0518-4625

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

ASESOR

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Admiración, Chimbote, Perú

JURADOS

Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Mgtr. Patiño Niño Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-6174-4754

Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. Leon Vigo Maritza

PRESIDENTE

Mgtr.Patiño Niño Víctor Helio

MIEMBRO

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Angel

MIEMBRO

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ASESOR

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser apoyo y fortaleza en los momentos de debilidad y dificultad

Gracias a mis padres por ser los motores por guiarme ser los promotores de mis sueños y proyectos y creer en mis expectativas

Agradecer a mi asesora de tesis por haberme compartido sus conocimientos a lo largo de preparación de mi investigación

Dedicatoria

A Dios por ser el inspirador y dame fuerza para continuar en el proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, por su amor trabajo y sacrificio en todos estos años.

A mis padres por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años.

A todas las personas que me apoyaron e hicieron que la presente investigación se realice con éxito en especial aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo principal Describir las características de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio en la provincia de Leoncio Prado 2020. la metodología que se utilizo es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño No experimental-transaccional y descriptivo, Para la elaboración del ´presente trabajo se utilizó una muestra de 18 microempresas rubro estaciones de servicios, a quienes se les aplico un cuestionario de 13 preguntas obteniéndose los siguientes resultados: respecto al objetivo específico1: El 89% de los entrevistados señalaron que tienen de 5 a más años en el funcionamiento de sus empresas, así mismo el 100% de los entrevistados mencionan que la estructura de sus empresas es formal., mientras que el 83% de los entrevistados mencionan que cuentan de 1 a 5 trabajadores. Respecto al objetivo específico 2: El 100% de los entrevistados señalaron que, Si es importante la tecnología para ser competitivo, así mismo el 72% señalaron que mantener los costos bajos Si es una ventaja para sus empresas, mientras que el 100% consideran que contar con infraestructura limpia y ordenada Si ayuda ser competitivo. Respecto al objetivo específico 3: El 100% de los entrevistados señalaron que el mantenimiento y la definición de riesgos asociados Si han asegurado la operación de la empresa, asimismo el 89% señalaron que la estructura de las responsabilidades Si están bien definidos para tener una buena calidad de servicios, mientras Llegando a la conclusión que todas las MyPes con competitivas y cuentan con estrategias para hacer frente cualquier eventualidad

Palabras claves: Competitividad, Gestion de calidad. Micro y pequeñas empresas

Abstract

The main objective of this research work is to describe the characteristics of competitiveness as a relevant factor for the quality management of micro-enterprises in the service station category in the province of Leoncio Prado 2020. The methodology used is quantitative, level descriptive and Non-experimental-transactional and descriptive design. For the elaboration of the present work, a sample of 18 microenterprises in the service station category was used, to whom a 13-question questionnaire was applied, obtaining the following results: regarding the specific objective1: The 89% of the interviewees indicated that they have 5 or more years in the operation of their companies, likewise 100% of the interviewees mention that the structure of their companies is formal, while 83% of the interviewees mention that they have from 1 to 5 workers. Regarding specific objective 2: 100% of the interviewees indicated that, if technology is important to be competitive, likewise 72% indicated that keeping costs low is an advantage for their companies, while 100% consider that having a clean and orderly infrastructure If it helps to be competitive. Regarding specific objective 3: 100% of the interviewees indicated that the maintenance and definition of associated risks have ensured the operation of the company, likewise 89% indicated that the structure of responsibilities is well defined to have a good quality of services, while Concluding that all MyPes are competitive and have strategies to deal with any eventuality

Keywords: Competitiveness, Quality management. Micro and small companies

Contenido

Título	ii
Equipo de trabajo	iii
Hoja de firma del jurado y asesor	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Contenido	ix
Índice de Tablas	xi
I. Introducción	12
II. Revisión de literatura	20
2.1. Antecedentes de la investigación	20
2.2. Bases teóricas de la investigación	37
2.3. Marco Conceptual	62
III. Hipótesis	64
IV. Metodología	65
4.1. Diseño de la investigación	65
4.2. El universo y muestra	65
4.3. Definición y Operacionalización de variables	66
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	69
4.5. Plan de análisis	69
4.6. Matriz de consistencia:	70
4.7. Principios éticos	71
V. Resultados	73
5.1. Resultados	73
5.2. Análisis de resultados	79

VI. Conclusiones	85
6.1. Conclusiones	85
Aspectos Complementarios.....	88
Recomendaciones.....	88
Referencias Bibliográficas	89
Anexos.....	93
Anexo 1: Cronograma de actividades	94
Anexo 2: presupuesto	95
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	96
Anexo 4: Tabulación	99
Anexo 5: Consentimiento informado.....	100
Anexo 6: Evidencias.....	102
Anexo 7: Validación de Expertos	103

Índice de Tablas

Tabla 1: características de las microempresas.....	73
Tabla 2: características de la competitividad.....	74
Tabla 3: características de la gestión de calidad.....	76
Tabla 4: propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad.....	78

I. Introducción

En los últimos años España ha vivido una de las crisis más difíciles de toda su historia, esto ha elevado la tasa de paro a unas tasas enormes y puso en peligro el estado de estabilidad y bienestar social. Sin embargo, antes de esto la economía de España venía mostrando uno de los mayores crecimientos de Europa y del mundo, y el paro estaba en tasas mínimas de toda su historia, durante la primera década del siglo XXI. Entonces ¿qué paso? ¿Qué papel juega la competitividad en todo ello? ¿Podría decirse entonces que la economía española fue durante la década pasada una de las más competitivas? ¿Podría decirse que ahora ya no lo es? (Borja, 2017)

La Comisión Europea reconoció que España e Italia son las dos naciones que han perdido más competitividad en los mercados internacionales con el ingreso del euro, porque no pueden recurrir a devaluaciones de sus monedas para resolver los problemas de sus economías.

"Los países que, según la opinión general, han perdido competitividad desde la creación del euro son España e Italia, porque en estos momentos, al formar parte de la moneda única, ya no pueden proceder a devaluaciones, que eran el arma que utilizaban antes para resolver de forma fácil y artificial los males que sus economías pudiesen experimentar", dijo la portavoz de Asuntos Económicos del Ejecutivo comunitario, Amelia Torres

En sus previsiones económicas de primavera, Bruselas ya alertó de la baja competitividad de la economía española, que, a su juicio, es uno de los principales factores que explican el creciente déficit exterior, junto con el diferencial de inflación en comparación con el resto de socios comunitarios. La productividad sólo aumentará un 0,6% este año por la existencia de rigideces en el sector servicios y en los servicios

públicos. Torres admitió ayer que la "caída de la competitividad" ha sido el principal problema. (Economía, 2017)

El gran problema de la competitividad en México. Cuando hablamos de competitividad, sin tener lugar a la duda se tiene que hacer referencia a la pérdida de lugares en los diferentes rankings de competencia global, y como es de imaginar México no avanza. Algunos empresarios han tratado de competir, pero para poder lograrlo primero que nada hay que respetar las reglas para neutralizar. En México existen alrededor de 3 millones de empresas, de las cuales el 99.8% son micro, pequeñas y medianas (MiPymes) de acuerdo con el número de empleados y su presencia es de vital importancia para la economía nacional ya que aportan más de la mitad de la riqueza del país y generan más de 7 de cada 10 empleos formales. La competitividad de las empresas mexicanas no depende exclusivamente de su forma de gestión interna y externa o de su capacidad para entregar productos de alto valor agregado a sus clientes, sino que es resultado de la interacción de los diversos factores, que generan las condiciones de competitividad. (Plaza y Valdez 2014)

A nivel internacional, la demanda de calidad ha crecido y se ha vuelto más compleja y exigente. Muchas empresas quiebran a la edad de tres años, en gran parte debido a una mala gestión. El concepto de calidad se ha utilizado durante mucho tiempo; conceptos que exceden las limitaciones actuales, como el miedo al cambio y la importancia del cliente final.

Los productos y / o servicios deben actualizarse e integrarse con nuevas ideas, miedo al fracaso, eliminar barreras que hacen que la responsabilidad, creatividad, mejora continua y compromiso con el negocio. En la actualidad, la empresa con la mejor gestión de calidad es internacional, a diferencia de las pequeñas y medianas empresas. (Sanchez, 2019)

Según, Borawski (2006) resalta que las empresas hoy más que nunca deben preocuparse por la calidad porque se sabe que a medida que la competencia se hace más aguda, la empresa para aumentar la capacidad de ganar y mantener un mercado deberá elaborar un producto de calidad que justifique la aceptación del consumidor. Aunque, para una PYME la calidad simplemente debe significar “cumplir con los requerimientos”, negociados del producto o servicio, a un costo que represente valor para el cliente.

La preocupación por la competitividad ha crecido en los países de desarrollo en los últimos años, a pesar que la calidad de los factores productivos, la disponibilidad, la capacidad de organización y el nivel tecnológico son mejores en los países desarrollados. Sin embargo, si juzgamos por resultados, Perú presenta serios problemas de competitividad que deben ser absueltos para lograr el crecimiento económico del país. Hoy en día el Perú se encuentra en el puesto distante de ser un país competitivo a nivel mundial, esto se debe a la baja competitividad que cuentan las empresas exportadoras.

En los últimos años, el Perú ha experimentado una pérdida constante de competitividad empresarial, esto se traduce en una menor tasa de crecimiento de la productividad nacional, según el Reporte de la Competitividad Global 2017 – 2018, elaborado por el Foro Económico Mundial.

“Cada empresa tiene como compromiso lograr la eficiencia para tener más oportunidades de negocio a nivel nacional e internacional y la facturación electrónica es una de las herramientas que permite que las MyPes sean más competitivas”, comentó Cristian Castillo, ejecutivo de Efact, Operador de Servicios Electrónicos autorizado por la Sunat. (Andina, 2018)

Según el reciente ránking de competitividad mundial 2021, elaborado por el Institute for Management Development (IMD), el Perú se sitúa este año en el puesto 58

de un total de 64 economías en el ámbito global (su peor posición en los últimos cinco años). El año pasado, en tanto, se ubicó en el puesto 52.

Las brechas de competitividad del país no solo son evidentes al compararlo en un contexto internacional, sino también al analizar el desempeño de las distintas regiones que lo forman. En ese sentido, por noveno año consecutivo, el Instituto Peruano de Economía (IPE) presenta los resultados del Índice de Competitividad Regional (INCORE 2021), que ofrecen una lectura detallada sobre las diferencias en la capacidad que tiene cada una de las 25 regiones del país para crecer y mejorar su bienestar sostenidamente en el mediano y largo plazo.

“Perú es uno de los países con menor número de empresas certificadas en gestión de calidad” (Instituto nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual [Indecopi], 2012a). En 2013, el país contaba con alrededor de 1.200 empresas certificadas ISO 9001 (Centro de Desarrollo Industrial [CDI], 2013), solo doscientas más que el año anterior (Indecopi, 2012a). Esto significa que de 1.713.272 empresas existentes (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2013), solo un 0,071% estaba certificado.

Las empresas peruanas ya no tienen que lidiar con la serie de barreras al comercio internacional que antes enfrentaban. Ahora, se ven en la necesidad de mejorar sus procesos internos para ofrecer productos y servicios competitivos en el mercado mundial. Un medio básico para lograr esta mejora, como ya se ha indicado, es la obtención de reconocidas certificaciones de calidad. Para las empresas, “es importante tener una certificación, pues así puede demostrar a su cliente, sea consumidor local o extranjero, que puede producir siempre con la misma calidad”

Este es un aspecto importante en el contexto global, porque “está demostrado que aquellas empresas que cuentan con normas de calidad en sus procesos productivos

mejoran su desempeño, tanto en el mercado local como internacional, mostrando un incremento en sus ventas y exportaciones” (INDECOPI, 2012)

La región Huánuco se encuentra dentro de las 4 regiones menos competitivas del país, la cual retrocedió una posición en el pilar entorno económico y paso a ocupar el penúltimo lugar (P. 25) el bajo desempeño se debe en parte, a que Huánuco presenta el segundo menor PBI per cápita del país (S/ 6,027.00 constantes) solo por encima de Puno y se ha mantenido en dicha posición por 8 años consecutivos, nuestra región cuenta con los recursos necesarios para recortar la brecha de competitividad departamental, así como las desigualdades que ello propicia y está en la mano del gobernador hacer uso eficiente de los recursos para lograr el objetivo, muy lamentable que esto no se ha realizado. (CONEXPERU, 2021)

La falta de un modelo de gestión de calidad en el servicio al cliente para las empresas que se dedican a la compra y venta de combustibles en la ciudad de Tingo Maria repercute negativamente en el crecimiento, ya que, en la mayor parte de ellas, no se aplican el método de mejoramiento en la calidad, esto dificulta encaminarse hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes. (Gave, 2013)

Por las razones expuestas, el enunciado del problema de la investigación es el siguiente ¿Cuáles son las características de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las Microempresas del rubro estaciones de servicio en la provincia de Leoncio Prado-2020?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las características de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio en la provincia de Leoncio Prado 2020.

Para poder conseguir el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específico: Describir las características de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado periodo 2020., Describir las características de la competitividad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado – periodo 2020., Describir las características de la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia de Leoncio Prado – periodo 2020., Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las microempresas rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado -periodo 2020

La investigación se justificó de manera práctica, porque el estudio en mención se realizó con la finalidad de determinar la competitividad como factor relevante para gestión de calidad. Justificación teórica: El propósito es de aportar conocimiento existente sobre la competitividad y gestión de calidad como factores relevantes de microempresa, asimismo servirá como antecedentes y base teórica para futuros trabajos de investigación La justificación teórica va dirigida a la inquietud de nosotros como investigador por profundizar los enfoques teóricos que tratan el problema en explicar, con fin de avanzar en el conocimiento en una línea. Justificación metodológica: La investigación se justifica de manera metodológica porque proporciona un instrumento (cuestionario) para el recojo de información y resultados de forma ordenada y precisa. Cuando se propone o desarrolla un nuevo método o estrategia que permita obtener conocimiento válido o confiable. Justificación social: La justificación social podemos definir como los aportes de los trabajos de investigación de tesis brinda solución de las demandas de la sociedad, presentes y futuras para ser una fuente de una mejor calidad de vida de los moradores de la zona de estudio.

La metodología de la investigación a usar fue no experimental porque la información obtenida fue la que se encontró en el presente, descriptivo porque limita en la recolección de datos, bibliográficas porque se necesitó de información de los antecedentes internacionales, nacionales, regionales y locales.

Como resultado, según la encuesta aplicada El 100% de los entrevistados mencionan que la estructura de sus empresas es formal. El 100% de los entrevistados señalaron que, Si es importante la tecnología para ser competitivo, así mismo el 72% señalaron que mantener los costos bajos Si es una ventaja para sus empresas, mientras que el 100% consideran que contar con infraestructura limpia y ordenada Si ayuda ser competitivo El 100% de los entrevistados señalaron que el mantenimiento y la definición de riesgos asociados Si han asegurado la operación de la empresa, asimismo el 89% señalaron que la estructura de las responsabilidades Si están bien definidos para tener una buena calidad de servicios, mientras que el 100% señalaron que la planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta.

En conclusión, de acuerdo a los resultados obtenidos Se concluye que las empresas rubro estaciones de servicios ya están posesionados en el mercado con años de experiencia lo cual les da garantía para seguir incursionando en este rubro. La competitividad en las MYPES, es de suma importancia para el desarrollo y éxito que puedan tener, ya no solo en factores económicos, sino también en los recursos humanos, que, en mi punto de vista, una empresa se debe al capital humano, y de esta depende los objetivos que se puedan alcanzar. La calidad de las empresas rubro estaciones de servicios, uno de los puntos clave es permanecer en la preferencia de los consumidores, porque esta es la imagen que proyectan tanto como en la infraestructura, la limpieza el

ambiente laboral, la atención al cliente, etc. y es el punto decisivo en el cual los clientes se crean una opinión negativa o positiva de las empresas.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

Navarro (2018). En su investigación *La innovación como factor para el desarrollo de la competitividad en la micro y pequeña empresa- Cúcuta – Colombia*, cuyo objetivo principal fue consiste en analizar el papel de la innovación como un factor que ayude a desarrollar la competitividad en las micro y pequeñas empresas, la metodología que se usó en la investigación tuvo un enfoque mixto, alcance descriptivo – explicativo.

- Obtuvo los siguientes resultados: El 97.6% son microempresas, el 51.8% destaca la participación del personal que cuenta con educación básica (preescolar, primaria y secundaria), el 73.7% imparte capacitación a su personal, el 74.5% de las microempresas no usaron equipo de cómputo, el 38.4% de las empresas utilizaba un cuaderno o libreta de apuntes en el año de inicio de sus operaciones, el 66.8% del total de las empresas reportadas por la encuesta no aceptarían un crédito bancario, el 39.8%, accede al financiamiento, el 43.6% de las empresas medianas además de aplicar las medidas de solución ante problemas que se presentan en el proceso de producción y el 28.4% lo atribuyen a la inseguridad.
- Llego a las siguientes conclusiones: A lo largo de este trabajo se reconoció que la contribución de las Mypes en la generación de empleos, la obtención de ingresos y su papel como generadoras de riqueza es reconocida en todo el mundo. No obstante, estas empresas tienen serias dificultades para sobrevivir y desarrollarse en un mercado cada vez más competitivo y adicionalmente,

por sus características estructurales., suelen encontrarse en desventaja tanto en cursos como en capacidades en comparación con las grandes empresas.

Otero, S. y Taddei, C. (2018) en su estudio denominado *Competitividad de empresas familiares Guanajuato – México*. Tuvo como objetivo general describir las variables necesarias para evaluar el desempeño y competitividad de las empresas familiares, la metodología que se uso fue tipo cuantitativa.

- **Obtuvo** Los siguientes resultados: indican que una medición adecuada del desenvolvimientocompetitivo de un negocio familiar requiere considerar dos dimensiones: desempeño empresarial y desempeño familiar. De tal forma, el trabajo realizado demuestra la necesidad de considerar las dimensiones del desempeño competitivo, ya que, a nivel macro, permite explicar debidamente el comportamiento que toda empresa debe evidenciar. Así, este trabajo guarda estrecha relación con la presente investigación, ya que mide la competitividad de una empresa familiar, al igual que en Valex S.R.L, que busca optimizar su desempeño, a fin de lograr la fidelización de la clientela actual y aumentar la rentabilidad de la compañía a través de la captación de un mayor número de clientes.
- **Llego a las siguientes conclusiones:** La competitividad es un elemento determinante para el desarrollo de una empresa y, como lo evidencian los trabajos realizados sobre la misma, es resultado de la interacción de diversos factores, tanto externos como internos, que a su vez inciden en las actividades y dinámica propia de cada empresa. En el caso de la EF, el elemento familia es un factor interno de la mayor relevancia, como demuestra Belausteguigoitia (2003) al incorporar en su modelo de planeación para EF, a factores de incidencia de la familia propietaria. El enfoque de la competitividad

empresarial resulta conveniente para evidenciar y diferenciar la influencia e intervención de la familia en la gestión estratégica de la empresa.

Soledipsa (2018) en su trabajo de investigación *La calidad y su influencia en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador*. Tuvo por objetivo general: Determinar el nivel de influencia de la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador. El tipo de investigación fue descriptivo – correlacional alcance exploratoria, no experimental y cuantitativa.

- En cuanto los resultados estadísticos se manifiestan que la calidad tiene una influencia significativa en la competitividad de las empresas. De igual forma, los modelos de gestión de la calidad incluyen como un elemento fundamental a la planificación, que tiene un gran impacto en la competitividad que desarrollan las empresas de enlatados de atún, verificándose su alto grado de asociación, con los resultados alcanzados mediante el coeficiente de Chi cuadrado.
- Llego a las siguientes conclusiones: Al existir una relación directa positiva entre la calidad y competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador, en un alto nivel, se recomienda a las empresas la aplicación de sistemas de gestión de la calidad, puesto que se constituyen en factor de éxito para alcanzar competitividad, y así participar en forma exitosa en los mercados internos y externos. Al darse una influencia positiva directa y en un alto nivel entre la planificación y la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador, se recomienda a los empresarios de este sector consideren a la calidad en la planificación como política y estrategia institucional.

Perez, Noriega y Hernandez (2021) en su trabajo de investigación *Gestión de la calidad y su relación con la competitividad en el sector manufacturero: una revisión de la literatura en el periodo 2010-2021*. Barranquilla – Colombia. Tuvo como objetivo general: o identificar en la literatura los modelos de sistemas de gestión de la calidad y competitividad para su caracterización en las organizaciones, sintetizar y analizar los resultados de producción científica relacionada con los sistemas de gestión de la calidad y la competitividad, la metodología adoptada fue una revisión sistemática exploratoria, tipo cualitativa.

- **Obtuvo** Los siguientes resultados: La gestión de la calidad y su relación con la competitividad en el sector manufacturero, es muy limitado. Al realizar una gráfica acerca de la cantidad de artículos por años desde el 2010 al 2021, notamos que existe una elevada publicación en el año 2010 y 2016 y en el año 2012 no existen investigaciones realizadas. La gestión de la calidad tiene una gran relación con la competitividad en el sector manufacturero, al implantar la gestión de la calidad en este sector, esta genera distintas ventajas en cuanto al desarrollo competitivo.
- **Llego a las siguientes conclusiones:** Durante los últimos años se han venido implementando continuamente en las organizaciones sistemas de gestión de calidad, ha sido de gran importancia su implementación debido a que esta conduce a obtener grandes méritos empresariales, como la eficiencia en los procesos de la empresa, la satisfacción de los clientes por la calidad de los productos y/o servicios que se ofrecen, la reducción de costos y el desempeño organizacional, con esto se garantiza una ventaja competitiva en el mercado. Al realizar una revisión sistemática de la literatura en el periodo del 2010 al 2021, los artículos estudiados evidencian lo anteriormente dicho,

se pudo notar que en los últimos cinco años no se han realizado suficientes investigaciones.

Zavala y Veléz (2020) en su trabajo de investigación *La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador*. Tuvo como objetivo principal: analizar artículos científicos sobre la gestión de calidad, su relación con el servicio al cliente y detalla los efectos positivos que pueden manifestarse en las empresas con la implementación de estas variables como factores de competitividad. La metodología empleada está sustentada en el enfoque cualitativo para realizar exploración documental-bibliográfica sobre el tema.

- Obtuvo el siguiente resultado: expresan de forma clara y precisa como la gestión de calidad puede ser conceptualizada según la perspectiva de los autores como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad, entre otros.
- Llego a la siguiente conclusión: la gestión de la calidad en la actualidad se ha convertido en un instrumento indispensable para las empresas de servicio y para alcanzarla deben sortear obstáculos externos e internos para satisfacer las demandas de las personas y juega un rol preponderante en el mantenimiento de la organización en el mercado de los negocios de tal manera que se cree una filosofía de servicio que busque superar las perspectivas de los clientes

Saavedra, Camarena y Tapia (2017) en su trabajo de investigación *Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México*. Tuvo como objetivo principal: determinar la relación que existe entre estos dos factores en las PYME de la Ciudad de México. Se realizó un análisis descriptivo y correlacional, utilizando el método de chi cuadrado.

- Obtuvo el siguiente resultado: esta investigación señala la dependencia de la calidad para impulsar la competitividad en las PYME por lo que se hace necesario implementar programas de capacitación dirigidos a empresarios y trabajadores de este sector con el fin de que puedan tomar conciencia de realizar la adopción de esta herramienta para elevar su competitividad.
- Llego a la siguiente conclusión: refieren que aún hay mucho por hacer acerca de la implementación de sistemas de calidad en las PYME, el empresario de este sector se encuentra inmerso en la problemática del día a día y no mira hacia el largo plazo, no es consciente de un entorno cada vez más competitivo, donde el que manda es el cliente, donde las ventajas competitivas se adquieren no solo desde el interior de la organización sino también aprovechando las oportunidades del entorno, donde los encadenamientos productivos son importantes y para participar en estos esta la exigencia de contar con certificaciones de calidad.

2.1.2. Nacionales

Bach (2018) en su trabajo de investigación *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro centro estético, del distrito de huacho*. Tuvo como objetivo principal Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Centro Estético, del Distrito de Huacho, 2018. De la misma manera la presente investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y como diseño no experimental transversal.

- Obtuvo los siguientes resultados obtenidos fueron: el 62.5% son del género femenino, el 50.0% fluctúan entre 31 a 40 años de edad y 81.2%

cuentan con estudios Superior Técnico. El 75.0% tienen entre 1 a 4 años de funcionamiento, el 87.5% tienen de 1 a 4 años de antigüedad. El 62.5% casi siempre identifican a sus potenciales consumidores, el 43.8% casi siempre si emplean adecuadamente sus herramientas para mejorar su gestión, el 62.5 casi siempre evalúan sus resultados, el 56.2% algunas veces evalúan indicadores de gestión, rentabilidad, liquidez y solvencia, el 56.3% algunas veces han capacitado a sus empleados referente a la competitividad.

- Llego a las siguientes conclusiones: Se identificó que la competitividad es un problema que tiene en su gran mayoría las pequeñas y micro empresas, por no implementar adecuadamente programas de capacitación. Se concluyó en el siguiente trabajo de investigación que las micro y pequeñas empresas no ponen en ejecución los factores de competitividad, lo cual le permitan tener compromiso, enfocarse en el cliente y adicionar valor, para que puedan brindar una gestión de calidad acorde a las exigencias del mercado.

Magnolia (2019) en su trabajo de investigación que llevo por título “Marketing estratégico como factor relevante en gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro estaciones de servicio con gasocentro de GLP, en la ciudad de Chimbote”. Tuvo como objetivo principal: determinar las características del marketing estratégico como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas (MyPes) del sector comercio, rubro estaciones de servicio con gasocentro de GLP, en la ciudad Chimbote 2019. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo.

- Obtuvo los siguientes resultados : el 60 % de los representantes de las MyPes tienen más de 51 años, el 67 % son hombres, el 53 % tienen estudios superiores, el 100 % son gerentes y el 80 % viene laborando más de 7 años en el cargo, además el 80 % las MyPes tienen más de 7 años en el mercado, el 53 % crearon la MyPes para ser independientes, el 60 % cambia de personal operativo de 6 meses a 1 año, respecto al marketing estratégico como factor relevante en la gestión de calidad, el 53 % aplica gestión de calidad, el 67 % de la frecuencia de los clientes en los últimos años permaneció igual, el 87 % conoce la competencia, el 63 % a veces comunica a sus colaboradores sobre estrategias de marketing, el 73 % no cuenta con plan estratégico, el 60 % aplica marketing promocional, el 60 % algunas veces mide la satisfacción de los clientes.
- Llego a las siguientes conclusiones: que la mayoría de los representantes de las MyPes tiene más de 51 años, son varones, con estudios superiores y son dueños de las MyPes, pero todos tienen el cargo de gerente, tienen más de 7 años en el mercado, cambian de personal operativo entre 6 meses a 1 año, aplican gestión de calidad, pero el número de sus clientes permaneció igual en los últimos años. Las MyPes no tienen planes estratégicos de marketing, manejan un marketing tradicional, a veces comunican sobre sus estrategias de marketing y miden el nivel de satisfacción de sus clientes.

Calle, (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la octava y novena etapa de la urbanización pando, del distrito de san miguel, 2018*. Tuvo como objetivo

principal: Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro bodegas en la octava y novena etapa de la urbanización Pando, del distrito de San Miguel, 2018. La investigación fue tipo cuantitativa, nivel descriptivo.

- Obtuvo los siguientes resultados: Sobre la competitividad: 59% la empresa establece estrategias de posicionamiento, 53% establece políticas de atención de servicio en base de calidad, 47% casi siempre promueve estrategias de fidelización. Referente a gestión de calidad, 71% casi siempre se autoevalúa a nivel organizacional logra detectar sus avances y errores a corregir, planes de acción para su negocio, 53% siempre lleva el control de productos.
- Llego a las siguientes conclusiones: Los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad de las MYPE están en función de las siguientes dimensiones: Competencia directa, clientes, proveedores, productos sustitutos y competidores potenciales. La descripción de los factores relevantes de la competitividad está definida por la competencia directa: La cual se presenta en cuanto a las estrategias de posicionamiento que la mayoría de las empresas del estudio las elaboran. También establecen políticas de servicio en base a la calidad e incursionan en la tecnología de redes de mercadeo.

Puelles (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas, de la urbanización Cáceres, del distrito de Miraflores, provincia de Piura, departamento de Piura, 2018*. Tuvo como objetivo central Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector

comercio, rubro bodegas de la urbanización Cáceres del distrito de Miraflores provincia de Piura, 2018, se empleó la metodología de tipo cuantitativo de nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal.

- Obtuvo los siguientes resultados: el 60% de los encuestados tienen edad entre 31 y 50 años, así mismo, 60% son del género masculino, además el número de trabajadores que tienen las bodegas es de 6 a 10 con porcentaje de 40% y el 60% de empresas se crearon para generar ganancias. Referente a competitividad se puede decir que 40% de las MyPes siempre definen sus estrategias y además el 33.3% manifiestan que implementan estrategias.
- Llego a las siguientes conclusiones: la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro bodegas son las cinco fuerzas de Porter, estas son fuerzas trascendentes ya que ayudaran a descubrir nuevas formas de competir en el sector teniendo en cuenta que todo mercado es único y tiene su propia estructura. Se elaboró la propuesta de la competitividad como factor relevante de la mejora de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas, de la urbanización Cáceres, del distrito de Miraflores, provincia de Piura, departamento de Piura, 2018.

Ciro (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta de la mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artículos de limpieza de la avenida 25 de enero, distrito de San Martín De Porres, 2018*. Tuvo como objetivo general: como objetivo general: Proponer las mejoras de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artículos de limpieza de la Avenida 25 de enero del distrito de San

Martín de Porres, 2018, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal.

- Obtuvo los siguientes resultados: la gestión de calidad: El 100.0% de valores porcentuales del nivel de la gestión de calidad es medio. 92.9% están en un nivel medio de la planificación de la calidad. El 64.3% tienen un nivel medio de control de la calidad y 57.1% mejoran la calidad de sus productos constantemente
- Llego a los siguientes resultados: Se concluye que los factores relevantes de la competitividad para la mejora de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artículos de limpieza de la Avenida 25 de enero del distrito de San Martín de Porres 2018, son: Factor relevante 1: Los factores macroeconómicos de la competitividad son de nivel medio o moderado. Factor relevante 2: Los factores sectoriales de la competitividad son de nivel medio o moderado.

Tipismana (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta de mejora en la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la av. Víctor Raúl Benavides del distrito de pueblo nuevo provincia de chincha departamento de Ica, 2018*. Tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la Competitividad como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector comercio rubro Ferreterías de la Av. Víctor Raúl Benavides, del distrito de Pueblo Nuevo provincia de Chincha y Departamento de Ica, 2018, la investigación fue de tipo cuantitativo, descriptiva y transversal.

- Obtuvo los siguientes resultados: que 60.0% tienen una edad que oscila entre 31 a 50 años, y el 80.0% son de género masculino, mientras que 70.0% tienen

educación superior no universitaria y el 60.0% de los representantes de las MYPES son dueños; el 70.0% de las MYPE tienen 7 a más años de permanencia en el mercado; mientras que el 100% de las empresas cuenta de 1 a 5 trabajadores.

- Llego a las siguientes conclusiones: la competitividad: demuestra que en su mayoría tiene una buena comunicación con los distribuidores de la mercadería respetando los tiempos adecuados. La gestión de la calidad: Los representantes encuestados del rubro ferreterías reconoce que con un buen servicio de calidad mejorara la productividad También indica que los representantes encuestados del rubro ferreterías verifican la conformidad de su venta a los clientes y la satisfacción de su compra.

2.1.3. Local

Espinoza (2019) en su trabajo de investigación *Formalización y su incidencia en la competitividad de las MyPes - rubro panaderías de Tingo María - Leoncio Prado – Huánuco – 2019*. La investigación tuvo como propósito analizar la incidencia de la formalización en la competitividad de las MYPES rubro panaderías de Tingo María – Leoncio Prado – Huánuco– 2019. La investigación fue tipo cuantitativo, de nivel Correlacional y de diseño No experimental/ transversal.

- Obtuvo los siguientes resultados: El 40% de los encuestados resultan entre los 51 años de edad a más y el otro 35% se encuentran entre los 36 a 50 años de edad, y solamente el 25% están en edad de Propietarios y/o representantes legales de las MYPES son de 20 a 35 años de edad. Acerca del género de los empresarios MYPES, el 90% son mayormente varones y el 10% son mujeres. La formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, ayudándoles a posesionarse en el mercado. En la competitividad, la mayoría de las

MYPES no cuenta con un plan estratégico, conoce a sus competidores y percibe que es competitivo.

- Llego a las siguientes las conclusiones La investigación respecto a la formalización y su incidencia en la competitividad de las MYPES rubro panaderías se concluye Los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 40 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, esto da entender, que las empresas optan a contratar a adultos mayor mente por su experiencia de trabajo para aprovechar su potencial de fuerza de trabajo, personal con actitud innovadora, capaz de dar alternativas, solucionar problemas para poder cumplir los objetivo de la empresa, el 60% de los representantes legales de las MYPES encuestados son profesionales y el 90 % tiene como Objetivo primordial la subsistencia.

Albitres (2019). En su investigación *Gestión de calidad en la competitividad de las MyPes, rubro hostales de la provincia de Leoncio Prado, período 2019*. La investigación tuvo como objetivo general, conocer las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el rubro hostales en la Provincia de Leoncio Prado periodo –2019. La investigación fue cuantitativa-descriptiva.

- Obteniéndose los siguientes resultados: En su gran mayoría están siendo dirigidas por personas entre las edades de 30 a 50 años y tienen en su gran parte estudios universitarios, en su totalidad son MYPES formales y trabajan con tipo de financiamiento propio su objetivo como MYPES es maximizar sus ganancias. En cuanto a las características de la gestión de calidad se encargan en su gran mayoría en aumentar la presencia en el mercado, la herramienta que más utilizan es el plan de negocio, la política

de precios que tienen en consideración es la competencia y en cuanto a su satisfacción a calidad de servicio casi en su totalidad es bueno. Respecto a la competitividad. Las estrategias de competitividad es ampliar la cartera de clientes y en los niveles y factores de competitividad es el nivel alto, y como ventaja competitiva es el precio de sus competidores.

- Llegando a las siguientes conclusiones: Los representantes de las micro y pequeñas empresas según las características de la gestión de calidad piensan en su gran mayoría en aumentar la presencia en el mercado y las herramientas de gestión que utilizan son el plan de negocio y no aplican herramientas de gestión, los productos que utilizan para el servicio son adecuados que satisfacen a los clientes en este rubro, sus políticas de precios son en base a la competencia y tienen en cuenta las opiniones de los clientes. En cuanto a la satisfacción a calidad del servicio en su gran mayoría dicen que es bueno

Escalante (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles en la provincia de Leoncio Prado periodo 2017*. El presente trabajo de investigación ha tenido por objetivo la caracterización y gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas en el sector rubro – Hoteles en la provincia Leoncio prado, Periodo 2017. Investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativa.

- Obteniendo los siguientes resultados: Con respecto al perfil de los representantes legales de las MYPES el 62.5% de los encuestados están en la edad de 36 a 50 años y el 62.5% de los encuestados corresponden al género

masculino, y el 75% tiene el grado de instrucción universitaria completa. Con respecto a los perfiles de las MYPES 50% tiene más de 2 años en el mercado, el 100% de las MYPES son formales; el 63% tiene entre tres trabajadores eventuales y el 37% tiene trabajadores permanentes, el 100% se formó para subsistir. En cuanto a la gestión de calidad el 100% de las MYPES utilizan redes sociales para la atención de sus clientes, el 50% utilizan publicidad a través de los medios de las MYPES.

- Llegando a la siguiente conclusión Los empresarios encuestados manifestaron que respecto a la competitividad de las MYPES tienen las siguientes características: el 100% manifestó que la competitividad es buena para el buen desempeño de las MYPES, el 100% manifestaron que asesoran sus clientes, el 100% manifiesta que la entrega del servicio a los clientes es con la menor demora posible, el 100% manifiesta que responde a sus consultas o reclamos posteriores a su servicio de sus clientes.

Sullon (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, año 2017*. Tuvo como objetivo principal: determinar las principales características de la Gestión de calidad en la Competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Ferreterías de la ciudad de Tingo María, La investigación fue cuantitativa descriptiva.

- Obtuvo los siguientes resultados: las Micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio afirmaron que el 60% de las MYPES tiene más de 7 años de permanencia en el rubro; el 80% posee entre 1-5 trabajadores; el 100% de los trabajadores de las MYPES son familiares, el 50% de las MYPES ha sido creada para generar ganancia y el otro 50% para subsistencia. Un 50 % de los

representantes legales sí conoce sobre gestión de calidad; el 50% de los representantes legales no conoce técnicas modernas de la gestión de calidad, el 50% de los representantes encuentran otros tipos de dificultades para la implementación de la gestión de calidad,

- Llego a las siguientes conclusiones: Referente a la Gestión de Calidad y la competitividad Los representantes legales de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad, la gran mayoría no conoce ninguna técnica moderna de gestión de calidad, así como también encuentran otras dificultades para la implementación de la gestión de calidad, en su gran mayoría conoce la técnica de evaluación para medir el rendimiento, así mismo más de la mitad manifiesta que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Sabino (2018) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la ciudad de Tingo María, Año 2017*. Tuvo como objetivo general, Determinar la Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro y de pequeñas empresas en el rubro bodegas de la ciudad de Tingo María, año 2017. La investigación es del tipo descriptivo.

- Obtuvo los siguientes resultados: El 42% y para medir el rendimiento productivo utilizan la observación; los emprendedores por el tiempo de experiencia que llevan en la actividad económica, se interesan que su negocio esté enmarcado sobre los conceptos de la Gestión de la calidad. Los emprendedores entienden el significado de la competitividad en un 100%, creen que su negocio es competitivo en un 83%, afirman que conocen algunos de sus competidores en un 59%, con la misma magnitud conocen a

sus principales competidores y la forma de ser competitivo a través de la atención al cliente en un 58%.

- Llego a las siguientes conclusiones: Los micro empresarios tienen cierto conocimiento a la gestión de calidad aplican técnicas Benchmarking, Red corporativa y Empoderamiento miden su productividad del personal a través de la observación. Los que dirigen estos negocios creen que, en su mayoría, su aprendizaje es lento, tienen cierto conocimiento sobre la competitividad, afirmando en una alta porcentualidad que sus bodegas son competitivas, además expresan que la competitividad está orientada en la atención del cliente como sinónimo de satisfacción consumidor en relación a los precios bajos y a la calidad del producto.

Tuesta (2022) en su trabajo de investigación titulado *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro tiendas de ropas de la provincia de Leoncio Prado Tingo María, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro tiendas de ropas de la provincia de Leoncio Prado Tingo María, 2017. El diseño fue no experimental-trasversal-descriptivo.

- Obtuvo los siguientes resultados: el 67.71% casi siempre consideran que se resuelven sus dudas lo más pronto posible, el 58.33% a veces consideran que el personal ofrece una atención personalizada, el 64.71% rara vez manifiesta que conoce la misión y visión de la empresa, el 82.35% rara vez están involucrados en la formulación de estrategias de la empresa, el 70.59% a veces buscan mejora la calidad del servicio a través de la

atención personalizada.

- Llego a la siguiente conclusión: las micro y pequeñas empresas no cuentan con un plan de medidas correlativas, que permitan proveer detalles sobre las respuestas específicas a los problemas encontrados asegurando que los trabajadores siempre estén protegidos, y que haya mecanismos establecidos para responder a las dudas o quejas del cliente, por este motivo en ocasiones no se brinda un óptimo servicio al cliente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Teoría de la Competitividad

Cuando se ve el tema de competitividad es una definición no referente, no indica la ubicación de comparar las empresas, los sectores y países, manejando la medida de reseña.

Por la cual definimos que es significado o descripción en desarrollo, no determinado y dominado a definiciones y maneras de aproximación, determinando que el espacio a la que pertenece los procedimientos organizativos, utilizaremos tales iniciadores diferentes para medirla. (Pérez ,2008)

Se determinan una competitividad en el ámbito empresarial basado en dos factores: la competitividad externa y la competitividad interna.

Cuando hablamos de la competitividad interna nos enfocamos a la capacidad que tiene la empresa, en uso eficiente de sus recursos físicos, tecnológicos y humano para producir un producto o servicio. Mientras que la competitividad externa es las que está fuera de la empresa, es decir en el mercado. (Perez,2008)

Normalmente, cuando se toca el concepto de competitividad lo anexamos al término de una con otra que puede ser de manera individual o de manera más complejo. (Morales y Pech, 2000)

Los constantes cambios por lograr una competitividad en el mundo global, incrementó el requerimiento de tener una unión de lo estratégico y operativo entre las empresas, proveedores y su segmento de mercado, para lograr una competitividad. (Carlos, Pérez, y Liquidano, 2012)

La competitividad es aquel régimen de desempeño de una unidad productiva, que sería una industria, una empresa o la misma economía nacional, que permita hacer un balance de posición con relación a la competencia, y facilite la individualización de las fortalezas y debilidades. (Rodríguez ,2006).

Competitividad no sale naturalmente, sino se obtiene mediante un asunto de ilustración y de negociación por un conjunto de personas u empresas que determinan una dinámica de conducta organizativa, en la que actúan empleados, directivos, otros. (Morales ,2011).

Según Anzil (2008) define a la Competitividad como “La capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores”, pero que ésta depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado (párr. 1). En tal sentido, afirma que el concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, para mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que se desenvuelve. De acuerdo a Michael Porter quien desarrolló este método de análisis en el año de 1980 con el fin de descubrir qué factores determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas.

2.2.1.1. Ventaja Competitividad

La sociedad tiene una ventaja competitiva cuando tiene una diferencia única y llevadero con afinidad a sus competidores, satisfacción que permite conseguir mejores efectos que por lo tanto nos permita tener una mejor visión competitiva superior en el mercado.

Hay multitudes de información para resolver tipos de ventajas tenemos como ejemplo el establecimiento de la empresa, calidad y creaciones de productos que fabricamos.

Requerimiento para que la ventaja sea apreciada como ventaja competitiva, los siguientes requerimientos son:

Resultados: Estar informados quienes estamos delante de una efectiva ventaja competitiva es necesario obtener información de la empresa en las áreas de rentabilidad, clientes, otros.

Sostenible: Se determina que es de suma importancia que sea sostenible cada cierto tiempo para que se cumpla, tenemos que construir un verdadero puesto de empresa y por ningún suceso puntual.

Difícil de imitar: Si la ventaja está ligeramente presentada por una de las características, que son corridamente imitables por nuestra competencia, rápidamente serán copiados a corto plazo y dejaremos de corregir una ventaja sobre ellos. Así mismo que los mercados no son estáticos que están en constante Transformación. (Espinoza 2017)

2.2.1.2. Tipos de ventajas competitivas Pat Dorsey:

Activos intangibles: se refiere aquellos activos que no son considerados bienes como son las marcas, las licencias o patentes. Por cual estos activos intangibles ayudan a la empresa a poder contar con más posicionamiento y rentabilidad. (Lodeiro, F. 2013).

Costo de cambio: se refiere a sustituir un producto o servicio, que es mucho mejor el beneficio, por lo que se obtiene la fidelización de su segmento de cliente y permite a la empresa a tener la posibilidad de obtener un mayor beneficio. (Lodeiro ,2013)

2.2.1.2.1. La ventaja competitiva sostenible en el tiempo y cómo diferenciarse

La ventaja competitiva sostenible en el tiempo es lo que permite a una empresa diferenciarse. Si no se cuenta con una ventaja diferencial, el precio se convierte en protagonista. Sin embargo, si la empresa es capaz de ofrecer algo importante y distinto, se le da la excusa perfecta al comprador para hacer un esfuerzo por conseguirlo.

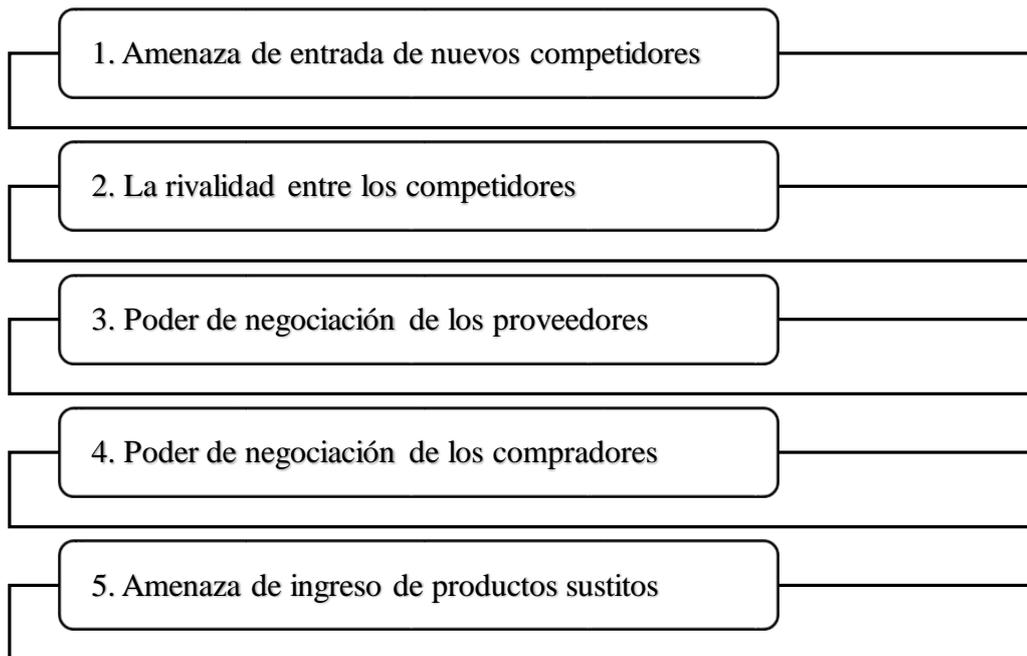
- **Un duro entorno competitivo puede representar oportunidades de diferenciación:** A veces las empresas o las naciones compiten en espacios demasiados competitivos. Este es el caso de Corea del Sur con vecinos como Japón, Taiwán o China. En ese entorno, Corea del Sur pasó de ser uno de las naciones más pobres del mundo a mediados de los años 1960 a ser actualmente una de las 15 más grandes potencias económicas del mundo. Esto se debió a su estrategia de crecimiento. Si bien era bastante difícil competir con la producción de bajos precios de su vecino, China, sí era posible incentivar otro tipo de manufactura. Concretamente, el estado se enfocó en facilitar las exportaciones del país, pero no cualquier tipo de manufactura, sino aquella que tiene que ver con tecnología y productos de alta calidad. De esa manera se diferenciaron en una región sumamente competitiva.

- **La ventaja competitiva sostenible en el tiempo:** La virtud competitiva sustentable en la era es el costo que una organización consigue generar para sus consumidores. Ejemplificando, si la compañía invierte de manera significativa más que sus participantes en averiguación y desarrollo, es posible que una y otra vez logre estar dándole noticias al mercado a modo de productos nuevos. En aquel caso, esa compañía se diferencia del resto por la innovación. Al ser la primera en lanzar determinado tipo de producto puede permitirse cobrar un precio más alto que la competencia.
- **La ventaja diferencial:** Las organizaciones tienen la posibilidad de o no disponer de una ventaja competitiva sustentable en el tiempo que les posibilite marcar la diferencia. Lo fundamental, si no se cuenta con una virtud diferencial, es tener claro cuál debe ser y desde allí desarrollar un plan que la construya. Si ya se cuenta con esa ventaja diferencial, se tienen que desarrollar tácticas que la mantenga y que la capitalice por la innovación. (EAS, 2021)

2.2.1.3. Ventaja Competitiva Porter (2005).

Porter en su libro la ventaja competitiva nos dice la una estrategia se basa con acciones de ofensa o defensa de una empresa con el objetivo de lograr un posicionamiento sostenible en el entorno.

Es por ello que nos muestra que estas acciones son la respuesta a las 5 fuerzas competitivas que el creó de acuerdo a la naturaleza y el nivel de competencia existente en la empresa, que obtiene y busca maximizar el rendimiento. Las mismas que se detalla a continuación:



Porter en su libro también nos indica tres estrategias estratégicas, que nos permitirá lograr un posicionamiento a un largo plazo, que va permitir a la empresa ser superior en su desempeño a comparación de su competencia en el entorno, estas estrategias son:

1. Liderazgo en costos totales bajos: nos indica es conservar los costos bajos a comparación de la competencia y conseguir un mayor nivel de ventas.
2. Diferenciación: se refiere a la creación de algo único que puede ser un producto o servicio.
3. Enfoque: nos indica a que la empresa se debe centrar en su segmento de cliente de acuerdo al producto o servicio a ofrecer.

2.2.1.3.1. Cómo estimular la competitividad

La estimulación primordial para que una nación, una compañía nacional, un multinacional etcétera., sea más competitivo, son resultado de una política fomentada por el estado que hagan las condiciones para proporcionar el equilibrio elemental para crecer y es preciso de la obra de un

Estado civil fuerte, capaz de producir, comunidad, cooperación y responsabilidad.

Algunas de las condiciones requeridas para que un territorio sea competitivo, es que el Estado debería impulsar en sus políticas de régimen las condiciones primordiales para asegurar la actividad comercial que posibilite el regular desenvolvimiento de la actividad comercial de estas organizaciones.

Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de ciertos puntos, estos podrían ser:

- La estructura de la industria turística.
- Las estrategias de las instituciones públicas.
- La competencia entre empresas.
- Las condiciones y los factores de la demanda.
- Transparencia y reglas claras que se hagan respetar, dentro de un ambiente donde las finanzas estén en orden.
- Establecer reglas tributarias adecuadas
- Una política macroeconómica que sea capaz de fomentar la inversión de capitales, dentro de un marco económico donde no exista la regulación y control de precios (Precios acordes a la oferta y la demanda).
- Planes de reestructuración de la educación de tal forma que el sector educativo este acorde con las necesidades reales del sector productivo. Favoreciendo muy especialmente al sector de la Educación Pública de bajos recursos. Las nuevas empresas requerirán de personal calificado que esté a la altura de las nuevas tecnologías.

- El establecimiento de una sólida y comprometida asociación Gobierno-Sector Privado, para fomentar el crecimiento de la tecnología, productividad, etc., a fin de ofrecer competitividad a nivel internacional dentro de un marco de ventajas igualitario para todos.
- Estrategias Competitivas Genéricas
- Formulación De Estrategias De Competitividad
- Para facilitar la formulación de estrategias de competitividad se presenta una extensa gama de posibilidades que, sin pretender ser completa, sí puede ser útil para orientar la formulación de las estrategias generales a particulares.

Los grupos de estrategias incluidas en dicho formato son seis:

- Estrategias relativas a la producción.
- Estrategias relativas al producto.
- Estrategias relativas al precio.
- Estrategias relativas al mercado.
- Estrategias relativas a la comercialización.
- Estrategias relativas al servicio. (Nieto, 2001)

2.2.1.4. Competitividad en Perú

En nuestro el Instituto peruano de encomia es aquella que desarrolla el Índice de Competitividad Regional – INCORE, que nos permite ver la competitividad de las regiones para el desarrollo y crecimiento en un largo plazo.

En nuestro país existe el Plan Nacional de Competitividad y Productividad, que tiene el objetivo de direccionar la ruta de nuestro país para un crecimiento sostenible a un mediano y largo plazo.

En los últimos años el rubro empresarial decide fortalecer el Consejo Nacional de Competitividad, que permita la promoción de las micro y pequeñas empresas orientado a los tres niveles gobierno nacional, regional y local sumando a los actores privado.

El Perú actualmente cuenta con el Plan Nacional de Competitividad 2019-2022, que está conformada por los nueve objetivos prioritarios y los treinta seis lineamientos de política.

2.2.1.5. Competitividad Empresarial

Saavedra (2013) menciona entre las principales definiciones a Rubio y Aragón (2006) quienes dicen que esta es la capacidad de una empresa para, rivalizando con otras, alcanzar una posición competitiva favorable que permita la obtención de un desempeño superior a las empresas de la competencia.

Solleiro y Castañón (2005) postulan que: La competitividad empresarial es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad inter empresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.

2.2.1.6. El Ministerio de la Producción para la Agenda de la Competitividad 2014-2018 (2014)

Explica que: La competitividad de las empresas está determinada fundamentalmente por la productividad, la cual depende de la eficiencia en los procesos de producción y de la calidad de los productos. En ese sentido, la

competitividad empresarial se manifiesta como producto de las capacidades tanto técnico-productivas como de gestión para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles.

En Colombia, Mora (2013), con el objetivo de identificar las áreas de competitividad que presentan falencias en las MIPYMES, pertenecientes a los sectores comercial y servicios, utilizó la clasificación dada por el Mapa de Competitividad del BID y en base a diversos estudios concluye que, los sectores analizados cuentan con un alto nivel de competitividad, mostrando un buen desempeño en las ocho dimensiones que componen el instrumento.

A nivel latinoamericano y para las MIPYMES, se cuenta con herramientas propias para la región, siendo la más utilizada, en diferentes investigaciones, la propuesta del BID con el Mapa de Competitividad y la propuesta por la CEPAL con el modelo de competitividad sistémica.

2.2.1.6.1. Enfoque sistémico de la competitividad

Este enfoque constituye un proceso de creación colectiva, donde se pueden distinguir cuatro niveles económicos (Malaver, 1998):

- **Nivel meta:** entendido como la capacidad tanto de conducción y regulación del Estado, como de patrones de organización social, visiones estratégicas y planes de desarrollo que den cabida plena a procesos sociales de aprendizaje y comunicación, encaminados a un desarrollo tecnológico-industrial orientado a la competencia.
- **Nivel macro:** apunta al logro de la estabilidad y funcionamiento eficiente de los mercados, donde es fundamental la armonización de las políticas macroeconómicas en lo fiscal, monetario, presupuestal, cambiario y de comercio exterior. La unidad de análisis es el país.

- **Nivel meso:** corresponde al desarrollo de políticas que den lugar a crear eficiencia del entorno con mejoras en infraestructura física e institucional, así como procesos de aprendizaje tecnológico y de innovación encaminados a potenciar la productividad de los recursos empresariales regionales y locales. La unidad de análisis es la región.
- **Nivel micro:** gira en torno a que las empresas adquieran mayores niveles de eficiencia, reduciendo costos o elevando la productividad de los insumos, mejoren la calidad y posean mayor flexibilidad y velocidad de reacción, haciendo cambios drásticos en cuanto a acortar tiempos de producción, integrar producción y comercialización y reducir proveedores directos.

2.2.1.7. El concepto de competitividad sistémica

Permite precisar prioridades, sobre todo si se quiere lograr que la competitividad aterrice más en la localización industrial regional, y conduce finalmente a la comprensión de los factores que determinan un desarrollo industrial exitoso, centrándose en la importancia de crear redes entre el gobierno, las empresas y las instituciones, que faciliten las condiciones para el logro de dicho desarrollo.

El término de "Competitividad" día con día se ha vuelto una palabra muy utilizada actualmente por las empresas y más globalmente por los países, los cuales miden por medio de índices la posición competitiva de sus naciones con en el fin de establecer un ranking con el cual se marcan diferencias entre economías de acuerdo a los sectores de la industria y a los tamaños de las empresas. (Segura, 1992).

Dimensiones de competitividad

- **Importancia:** es la cualidad de lo importante. Se trata de un término que permite hacer referencia a algo o alguien relevante, destacado o de mucha entidad. Julián Pérez Porto y María Merino, (2010).
- **Recursos:** Los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. La administración requiere varias especializaciones y cada recurso una especialización. Chiavenato (1999).

2.2.2. Teoría de Calidad

Gestión de la Calidad durante los últimos años es un requerimiento necesario e importante que toda empresa debe contar para ser competitivo en el mercado.

El incremento de las nuevas expectativas del cliente o usuario, junto a las nuevas competencias de otras naciones con ventajas competitivas en coste y la creciente diversificación e innovación de recursos, programaciones, documentaciones, distribución organizacional y estrategias, son efectos que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad, la persistencia y en el logro de los resultados deseados por la empresa.

Cuando mencionamos la palabra Gestión de Calidad, es muy importante que toda empresa piense en una ejecución de un Modelo de Calidad que tiene el objetivo de entregar un valor agregado al servicio, con su impacto en la eficiencia organizacional, mejoramiento continuo, control o reingeniería de procesos y optimización de recursos, aumento del desempeño y productividad.

Las investigaciones realizadas en este rubro o sector, con el apoyo en una evidencia empírica, nos indica que la competitividad empresarial esta anexado a

una alineación primordial a la mejora de la calidad. El soporte de esta descripción teórica es que existe una correspondencia positiva entre la Gestión de la Calidad y los resultados que la empresa obtiene al ser implementada, siendo esta que ayuda a la empresa a mejorar su posicionamiento en el mercado , mejora su competitividad y sus finanzas tienen un alto incremento.

Determinando los enfoques de la calidad propuestos en la literatura especializada, la Gestión de la Calidad Total es uno de los más abarcados y el término es adecuado porque la cruzada por la calidad total parece más bien una misión por las empresas en los últimos veinte años. Nos permite contar con un indicador adicional la difusión de la implementación de un Modelo de Gestión de calidad que durante un tiempo se incrementó la cantidad de certificaciones en el sistema de Gestión de la Calidad obtenidas por las empresas . **(Camisión, Cruz & Gonzales, 2006)**

La continuidad y mejora en los procesos de una empresa , no se centran únicamente en resolver interrogantes, sino se busca aquellas respuestas de manera proactiva, a través de los procesos, usuarios y el comportamiento de prácticas vigentes o innovadoras para la implementación de nuevos mercados, procesos y prácticas.

Cuando se habla de calidad se gestiona o administra de acuerdo a los enfoques que esta tiene como:

- Orientación al cliente
- Enfoque estratégico
- Liderazgo enfocado
- Conocimiento de los procesos
- Orientación a las personas
- Enfoque científico
- Innovación y aprendizaje

Permitiendo en la Gestión de la Calidad cuente con mayor enfoque múltiple .
(Vázquez, 2015)

2.2.2.1. Gestión de calidad

Es una secuencia de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planificar, ejecutan y mantener el control de las diversas ocupaciones que realiza. Esto garantiza seguridad y consistencia en el funcionamiento para cumplir con las expectativas de los consumidores. La administración de calidad cambia según cada sector de comercio para el que se establecen sus propios “estándares”, o sea, modelos de alusión para medir o ver el grado de funcionamiento de la organización.

El sistema de gestión de calidad de una organización está definido por todos los recursos que la componen con el objeto de asegurar un manejo constante y estable, y evadir cambios imprevisibles. El sistema además posibilita implantar mejoras al integrar nuevos procesos de calidad según sea primordial.

2.2.2.1.1. Elementos que conforman el sistema de gestión de calidad

son:

- La estructura de la institución. Es la distribución del personal según sus funciones y sus tareas, y se denomina organigrama.
- La planificación de estrategias. Es el conjunto de actividades que permite alcanzar los objetivos y las metas de la organización.
- Los recursos. Son todo aquello que necesita la organización para funcionar, por ejemplo, el personal, la infraestructura, el dinero y el equipamiento.
- Los procedimientos. Son los detalles, paso a paso, de cómo realizar cada actividad o tarea. Según la complejidad de la

estructura, los procedimientos pueden estar asentados por escrito.
(Etecé, 2021)

2.2.2.1.2. Principios de la gestión de calidad

Los principios de la gestión de calidad tienen como finalidad dirigir y orientar a la organización para cumplir sus objetivos de manera exitosa. Se destacan ocho principios o cuestiones a tener en cuenta:

- El cliente. Entender sus necesidades y llevar a cabo con sus expectativas es la clave para saciar las exigencias de los clientes y conservar su fidelidad.
- El liderazgo. El clima interno de la organización es dependiente de la táctica de dirección o de mando implantada. El jefe primordial puede encargar labores en otros causantes indicados, de acuerdo con el tipo de composición.
- La participación del personal. La motivación de los miembros de la organización produce un compromiso mayor, un mejor desempeño de sus tareas y disminuye la incertidumbre en tiempos de crisis.
- El enfoque basado en procesos. Guiar a cada área de la organización es parte del desarrollo global de la institución para alcanzar los objetivos de manera eficiente.
- El enfoque de sistema para la gestión. Llevar a la acción o a la práctica los procedimientos establecidos por la organización generan interacción entre cada elemento del sistema de gestión de calidad.

- La mejora continua. La evaluación del sistema de gestión de calidad (según estándares adecuados para cada rubro) es útil para obtener mejoras en los procedimientos.
- El enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. El análisis de datos cualitativos y cuantitativos, sirve para medir el desempeño de la organización.
- La relación con los proveedores. Es importante mantener una relación beneficiosa y recíproca entre la organización y los proveedores como alianzas, descuentos, planes de pago, etc. (Etecé, 2021)

2.2.2.1.3. Desarrollo de la gestión de calidad

La gestión de la calidad se mejora constantemente. El desarrollo de la gestión ha pasado por varias etapas históricas:

Hasta finales del siglo XX, el control era individual. Cada fabricante evaluó su producto de forma independiente con respecto a la muestra o el diseño original. Ya a principios del siglo XX se hizo patente la necesidad de compartir responsabilidades. Así surgió el control del taller, en el que se asigna a cada empleado un área de responsabilidad individual.

En la siguiente etapa podemos hablar de la aparición del control administrativo, que implica la participación directa del más alto nivel de dirección en los procesos de gestión de la calidad. A medida que la producción aumenta, surge la necesidad de contar con servicios de control técnico independientes dentro de la empresa que no sólo evalúen la conformidad con las normas del producto final, sino que también supervisen todo el proceso de producción.

¿Cómo se gestiona la gestión de calidad?

El proceso de gestión de la calidad de cada organización podría ser distinto. Sin embargo, hay un jefe estándar que guía las ocupaciones de los diversos niveles de gestión en este asunto. Ejemplificando, si hablamos de los altos directivos, cabe resaltar que sus funcionalidades integran una vasta relación con el ámbito externo. Esto incluye contestar a los cambios en las reglas y en la legislación de forma conveniente. Además, es responsabilidad de la alta dirección desarrollar políticas y conceptualizar planes de acción para mejorar la calidad de los productos.

Referente a las responsabilidades de los mandos intermedios, cabe resaltar que ejecutan cada una de las decisiones y ordenes de la dirección en temas de cumplimiento de las reglas de calidad. Influyen y controlan de manera directa cada una de los periodos del proceso de producción. (Cesuma, s.f.)

Actividades para implementar y mejorar la gestión de calidad

Para llevar a cabo o mejorar un sistema de gestión de calidad lo más trascendental es comenzar usando la herramienta PDCA (círculo de Deming).

De esta manera, como consecuencia del ciclo PDCA vamos a poder identificar cuáles son las actividades desarrolladas en cada una de las etapas. (Federico, 2020)

Modelo de Kano para la gestión de calidad de productos simples

Evidentemente Kano acrecienta la visión del concepto de calidad con este modelo. En ello, manifiesta que la calidad se compone de 2 aspectos

que se pueden medirse a lo largo de 2 ejes. En 1 lugar, el estado físico del producto y, en 2 lugar, la expectativa del cliente. Si asumimos que la calidad es una variable unidimensional, entonces vamos a tener 2 ejes en paralelo.

Asimismo, toda vez que el estado físico del producto mejore, de manera similar originará un incremento automático en la satisfacción de los clientes. Pero cada vez que el estado físico del producto empeore, causará insatisfacción en los clientes.

En consecuencia, este esquema es aplicable solo a determinados productos altamente estandarizados, o commodities, que tienen requerimientos de calidad ya establecidos. Por lo tanto, si se cumple con dicho requerimiento entonces es suficiente. (Federico, 2020)

2.2.2.2. La academia internacional en Gestión de la Calidad

La suprimida Ley de Innovación Universitaria de 1984 tuvo como una de sus principales innovaciones acuñar el concepto de área de conocimiento. Su artículo 202 definía por área de conocimiento aquellos campos del saber caracterizados por la homogeneidad de su objeto de conocimiento, una usual historia tradicional y la presencia de comunidades de investigadores, nacionales o internacionales. Esta concepción puede servir de base a la hora de perfilar la comunidad científica en el ámbito de la Gestión de la Calidad. (Camisón, 2003)

2.2.2.3. Técnicas y Herramientas de la calidad

El país que inicio con aplicar las herramientas en el control de calidad a partir de la década de los 50 fue Japón, siendo actualmente uno de los más competitivos en el mercado a nivel mundial, a razón que su control de calidad va innovando durante el transcurrir de los años.

Muchas empresas posicionadas en el mercado, ven su liderazgo enfatizado en la mercadotecnia, siendo esta el canal más rápido para dar a conocer sus productos o servicios a los usuarios, por medio de publicaciones seguidas.

Actualmente aquellas empresas con gran posicionamiento y consientes de la creciente evolución, se ven más enfatizadas o priorizan en cómo pueden lograr la fidelización de los usuarios más exigentes, que los lleva a analizar y contar con herramientas que les permita satisfacer a los mismo y a los objetivos y expectativas internas que maneja la empresa.

De acuerdo a lo descrito se puede decir que estas técnicas y herramientas de la Calidad , es ordenamientos o metodologías trazadas y precisadas que apoyan más a empresas a evaluar la calidad en los servicios y a proyectar excelente los métodos para transportar a cabo una prosperidad de sus rendimiento y servicio al Cliente.

2.2.2.4. Calidad en el sector de los servicios

En el sector de los servicios también se ha venido implantado y desarrollando enfoques, métodos y técnicas para procurar calidad, en los avances que se integran a la producción de bienes físicos. Así ocurre en los servicios de salud, donde se han utilizado diversos enfoques que posibilitan evaluación de la calidad, garantía de la calidad, mejora continua de la calidad, planificación estratégica de la calidad, dirección por objetivos, gerencia o gestión de la calidad, desarrollo organizacional, y reingeniería de la calidad, entre otros (Larios, 2009). La creciente importancia de los procesos de servicios requiere más y mejores metodologías para su mejora. Un punto básico para ello es escuchar adecuadamente al cliente y traducir esto en acciones específicas, utilizando

incluso un enfoque tradicional para evaluar la percepción de los clientes mediante la aplicación de encuestas, que deben ser respaldadas en un cuestionario. Sobre el particular, se debe garantizar que dicho cuestionario está bien diseñado, que tiende a generar respuestas consistentes, y cuyos resultados son analizados adecuadamente. Esto último implica ir más allá de obtener la calificación promedio que recibe cada aspecto o ítem evaluado por la encuesta (Gutiérrez, Gutiérrez, Garibay y Díaz, 2014).

2.2.2.5. Calidad Total

El concepto de calidad, como excelencia resalta la calidad de diseño. La definición técnica de la calidad insiste en la calidad de conformidad. Las visiones estadísticas y de capacidad para el uso conjugan ambas dimensiones. La definición de calidad basado en la penetración del cliente se centra en la calidad de servicio. Por tanto, se enfocan bien hacia la eficiencia interna (conformidad con las especificaciones, aptitud para el uso, reducción de la variabilidad o disminución de costes), bien hacia la eficacia externa.

La calidad total tiene su primera plasmación en el concepto de calidad como valor. Los antecedentes de esta definición se encuentran en la Economía y el Marketing . Ambas disciplinas han establecido que la calidad , junto con el precio o el plazo de entrega, son variables determinantes de la elección del consumidor (**Reeves y Bednar, 1994**)

Determinamos, mientras que la teoría microeconómica fue el paradigma dominante, se aceptó que el precio era el único factor determinante de la elección del consumidor . La manifiesta irrealidad de la hipótesis de la capacidad pura por precios ha inducido al desarrollo de nuevos modelos

marginalistas que incorporen la calidad al proceso de decisión de los consumidores, más tarde superados con el desarrollo de la Economía Industrial.

2.2.2.5.1. Gestión de calidad total

La gestión de calidad total es una estrategia producida en Japón en la década de 1950, estimulada por las prácticas de control de calidad de William Edwards Deming, también denominadas “círculos de Deming” (espiral de mejora continua).

La gestión de calidad total está orientada a desarrollar conciencia de calidad en todos los procesos de la organización, no solo a seguir los procedimientos. Contempla a la organización de manera global, junto con las personas que trabajan en ella.

El concepto de “calidad total” hace alusión a una “mejora continua” con el objetivo de alcanzar una calidad óptima en todas las áreas de la institución: desde la filosofía, la cultura, la estrategia y el estilo de la organización, todas las personas estudian, practican, participan y fomentan la mejora continua.

En la cultura japonesa, la mejora continua se denomina Kaizen (kai significa “cambio” y zen significa “bueno”). La gestión de calidad total implementa el método Kaizen para generar mejoras:

- En pequeñas acciones.
- Sin requerir de grandes inversiones.
- Con la participación de todos los miembros de la organización.
- Para actuar e implementar respuestas de manera rápida.

Además, la filosofía Kaizen evita los desperdicios, despilfarros o ineficiencias que puedan surgir en el sistema de producción, como:

- **Excesos de producción.** Produce a pedido.
- **Defectos.** Refuerza el control de calidad de pre-venta.
- **Inventarios.** Organiza, de manera detallada, cada recurso de la organización.
- **Transportes.** Optimiza los viajes y realiza varias encomiendas en un mismo envío.
- **Demoras.** Respeta de manera estricta los procesos internos a fin de evitar errores o demoras en la producción.
- **Procesos innecesarios.** Si no hay un objetivo o una razón clara, no se invierte en ellos. (Etecé, 2021)

Dimensiones de Gestión de Calidad

- **Estructura:** ES como el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización. No obstante, la estructura de un sistema social no es visible de la misma manera que en un sistema biológico o mecánico. No puede ser vista, pero se infiere de las operaciones reales y el comportamiento de la empresa. Kast & Rosenzweig (1974).
- **Organización:** Es como el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo, y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignada a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas. Terry (1973).

2.2.3. Micro y pequeñas empresas

Para conceptualizar a la micro y pequeña empresa los especialistas utilizan diferentes criterios, se toma referencia la presencia del dueño al frente de la unidad productiva, haciendo las veces de todo y en segundos plano la clasificación por el número de empleados, por ser uno de los criterios de mayor aceptación internacional.

La Ley 28015 define la Micro y Pequeña Empresa como: 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, producción, comercialización, de bienes o prestación de servicios. (Moreno, 2014)

Las MYPES según nuestra legislación peruana:

Nivel de Ventas Anuales	Número total de trabajadores
La microempresas: Hasta el monto máximo de 150 UIT.	La microempresa: puede tener hasta 10 trabajadores.
La pequeña empresa: A partir de 151 UIT hasta 1700 UIT.	La pequeña empresa: puede tener hasta 100 trabajadores.

A. Características de las MyPes

Existen características generales que tienen las micro y pequeñas empresas que son las siguientes:

- La mayoría de las microempresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones, tratan de conservar el mercado y tener una relación estrecha

con sus clientes, ya que el dueño estima que el cliente será su más fiel seguidor.

- El mercado local o regional es el objeto predominante, dependiendo de la habilidad del empresario para capturar ese mercado.
- Las microempresas crecen principalmente a través de la inversión de utilidades, ya que no cuenta con apoyo técnico-financiero significativo de instituciones privadas y del gobierno.
- Las actividades se concentran en el (los) dueño(s), quien ejerce el control y la dirección general de la microempresa.
- Creencia por parte del dueño que solo él puede hacer las cosas bien.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre 5 y 10 trabajadores. Mayormente utilizan mano de obra familiar.
- Su actividad no es intensiva en el capital, pero si en la mano de obra, sin embargo, no cuenta con una mano de obra estable.

B. Importancia de las MYPES

Según Datos del Ministerio de Trabajo; las MYPES brindan empleo más del 80% de la población Económicamente Activa (PEA); asimismo generan alrededor del 45% del Producto Bruto Interno; es así que son consideradas como motor principal de la economía peruana.

La importancia de las MYPES, desde el punto de vista económico, se debe a que:

- Constituyen un sector prioritario para implementar políticas de desarrollo que generen empleos y riqueza sostenible alejadas del enfoque asistencialista.
- Es flexible y adoptable ante cambios requeridos por los mercados y por la estructura económica cada vez más dinámica.
- Constituyen la base de clusters empresariales sectoriales y regionales descentralizados con potencial competitivo.
- Posee la capacidad de articularse con empresas de diferentes tamaños para lograr la eficiencia empresarial a nivel sistemático.
- Proporcionan abundante abundantes puestos de trabajo.
- Incentivan el espíritu empresarial.
- Mejorar la distribución del negocio.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Importancia de la MYPE en la economía nacional a nivel cuantitativo.

Según el patrón de RUC de la SUNAT, se ha identificado un total de 1'192,301 MyPes, empresas que cumplan los siguientes requisitos: RUC vigente, generan rentas de tercera categoría, declaran ventas menores a 1700 UIT al año, son contribuyentes con finalidad lucrativa, y tienen actividades económicas declarada con la finalidad lucrativa. (Moreno, 2014)

Número total de empresas en el Perú

SEGMENTO EMPRESARIAL	N° EMPRESAS
MICROEMPRESAS	1 136 767
PEQUEÑA EMPRESAS	55 534
TOTAL MYPE	1 192 301
MEDIANA Y GRAN EMPRESA	8 363
TOTAL DE EMPRESAS	1 200 664

Nota: Registro Único de Contribuyente 2010 SUNAT

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Competitividad

La competitividad ES la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible. (Ferraz y Haguenuer, 1996)

2.3.2. Competitividad aplicada al campo empresarial

Las empresas, al ser organizaciones con ánimo de lucro, tienen como objetivo generar rentabilidad de sus actividades en el sector. Si lo relacionamos con la definición de competitividad, podemos concluir en que una empresa es competitiva si logra mejores resultados que sus rivales directos. (DELSOL, s/f)

2.3.3. Gestión de calidad

La gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, lograr la satisfacción del cliente. (Hernández y Barrios, 2017)

2.3.4. Sistema de gestión de calidad (SGC)

El sistema de gestión de calidad de una organización está determinado por todos los elementos que la conforman a fin de garantizar un desempeño constante y estable, y evitar cambios inesperados. (Equipo editorial, 2021)

2.3.5. Micro y pequeña Empresa

Es la unidad económica instituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, producción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley28015, 2003)

2.3.6. Servicio

Los servicios son actividades identificables e intangibles que son objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades c (Stanton, 2004)

2.3.7. Rubro

Es la forma de clasificación que se le puede dar a las empresas u organizaciones, en la forma que estas se agrupan, dependiendo del trabajo al que se dedican. Por ende el rubro es la forma de clasificación de una actividad con sus pares o semejantes. (Diccionario, s/f)

2.3.8. Grifo

El grifo es un establecimiento de venta al público de combustibles líquidos, dedicado a la comercialización de combustibles exclusivamente a través de surtidores o dispensadores. (CEROACCIDENTES, 2018)

III. Hipótesis

En el presente proyecto de investigación no se realizará hipótesis por lo que es descriptivo, no experimental y cualitativo; y porque solo se tratará de describir las características de las variables “financiamiento y rentabilidad”

Según Hurtado, (2013) menciona que en “los primeros tipos de investigación como exploratoria, descriptiva, analítica y comparativa no se formulan hipótesis porque no se trabaja ahí con relaciones de causa y efecto. En la investigación exploratoria todavía no se tiene un suceso identificado, en la descriptiva solo hay interés por saber cómo se presenta una determinada característica o condiciones, o un conjunto de características. En la analítica su interés es ver si su evento de estudio corresponde con un criterio de análisis. Por último, en la comparativa es detectar diferencias y semejanzas entre 2 contextos o 2 poblaciones con respecto a uno o más eventos.”

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El Diseño de la investigación es no experimental y transversal

No experimental:

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2012) mencionan que la investigación no experimental, es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, es decir donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes, lo que se hace en la investigación no experimental es observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Transversal

Para Sampieri (2003), el diseño Transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado

- No experimental
- Transversal

M  O

Dónde:

M = Muestra conformada por las Micro y peñas empresas encuestadas.

O = Observación de las variables: Competitividad y Gestión de calidad.

4.2. El universo y muestra

4.2.1. Universo: Para la investigación se utilizó una población de 18 empresas constituida por las MyPes del sector servicio rubro estaciones de servicio de la provincia de Leoncio prado

Según Bravo (1998) define, que el universo está conformado por toda la población o conjunto de unidades que se requiere estudiar y que podrían ser observadas individualmente en el estudio.

Para Sampieri (s/f) una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

4.2.2. Muestra: El tipo de muestra que se utilizó en la investigación es censal, estuvo conformada por 18 empresas constituida por las MyPes del sector servicio rubro estaciones de servicio en la provincia de Leoncio prado, la misma que representa el 100% de la población en estudio.

Para Ander – Egg (citado por Tamayo y Tamayo 1998 Pág. 115). La muestra es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada.

Las muestras pueden ser probabilísticas o no probabilísticas. Una muestra probabilística se elige mediante reglas matemáticas, por lo que la probabilidad de selección de cada unidad es conocida de antemano. Por el contrario, una muestra no probabilística no se rige por las reglas matemáticas de la probabilidad. De ahí que, mientras en las muestras probabilísticas es posible calcular el tamaño del error muestral, no es factible hacerlo en el caso de las muestras no probabilísticas.

4.3. Definición y Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDIACIÓN
Competitividad	La competitividad es aquel régimen de desempeño de una unidad productiva, que sería una industria, una empresa o la misma economía nacional, que permita hacer un balance de posición con relación a la competencia, y facilite la individualización de las fortalezas y debilidades. (Rodríguez ,2006)	importancia	La variable competitividad se medirá con la aplicación del instrumento cuestionario.	Tecnología	1. ¿Para ser competitivo considera que es importante la tecnología?	Nominal: -Si -No
				Costos	2. ¿Mantener su empresa con costos bajos es una ventaja importante?	Nominal: -Si -No
				Infraestructura	3. ¿Considera usted que contar con una infraestructura limpia y ordenada le ayuda ser competitivo?	Nominal: -Si -No
				Ventaja comparativa	4. ¿Considera que cuenta con habilidades para competir con otras empresas?	Nominal: -Si -No
				Ventaja	5. ¿Usted considera que mantener y obtener ventaja comparativa le permita alcanzar los mejores objetivos socioeconómicos?	Nominal: -Si -No
					6. ¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?	Nominal: -Si -No
		Recursos	Se medirá con sus indicadores con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario	Personal capacitado	7. ¿Cree que tener personal capacitado le ayuda a ser una empresa competitiva?	Nominal: -Si -No
				Incrementar	8. ¿Cree que la capacitación que recibe lograra desarrollar un mejor trabajo?	Nominal: -Si -No
					9. ¿Considera que incrementar medidas de seguridad le ayuda ser competitivo?	Nominal: -Si -No
					Operación de calidad	10. ¿La infraestructura, el mantenimiento y la definición de riesgos asociados han asegurado la operación de la empresa?
				11. ¿Considera usted que la estructura de las responsabilidades está bien definida para tener una buena calidad de servicio?		Nominal: -Si -No
	Es una secuencia de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planificar, ejecutan y	Estructura	Se medirá con el sistema, satisfacción sistema y documentos con la alternativa de respuesta nominal			

Gestión de Calidad	mantener el control de las diversas ocupaciones que realiza. Esto garantiza seguridad y consistencia en el funcionamiento para cumplir con las expectativas de los consumidores. (Etecé, 2021).	organización	Esto se medirá con factores, reglas y procedimientos, con la alternativa de nominal.	Calidad	12. ¿La planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta?	Nominal: -Si -No
				Ambiente	13. ¿Considera que los clientes tienen la capacidad de evaluar el producto y servicio brindado?	Nominal: -Si -No
					14. ¿El manejo de reglas y orientaciones de seguridad, higiene en limpieza han contribuido a la creación de un ambiente de trabajo adecuado?	Nominal: -Si -No
					Satisfacción	15. ¿Considera que al tener sus documentos bien estructurados le asegura la satisfacción de los clientes?
				estructura	16. ¿Su empresa cuenta con una estructura operacional del trabajo?	Nominal: -Si -No
					17. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?	Nominal: -Si -No

Nota: Elaboración propio

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas:

Las técnicas empleadas son: Observación, Encuesta y cuadro comparativo.

Según Editorial Etecé (2022) refiere que la técnica de una investigación es el conjunto de herramientas, instrumentos y procedimientos utilizados para obtener información y conocimiento. Se utilizan de acuerdo a los protocolos establecidos en la metodología de la investigación determinada. Asimismo, son los recursos disponibles para un investigador, que permite obtener datos e información. La técnica no garantiza por sí mismo que la interpretación o las conclusiones obtenidas sean concretas.

Instrumento:

Para el recojo de la información se utilizará como instrumento el cuestionario.

Según Hernández (1991), señala que las adecuadas son aquellas que se utilizan para registrar datos observables, de modo que puedan representar verdaderamente la definición de variable que tienen los investigadores. Es especialmente importante otorgar y no olvidar las características de la tecnología y los instrumentos que se utilizarán en la investigación documental.

4.5. Plan de análisis

El procesamiento, implica un tratamiento luego de haber tabulado los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de mis variables Para el análisis de los datos se empleó las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas en la evaluación del propietario de las Microempresa. También se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y gráficos circulares y de barras para cada una de las variables en estudio.

4.6. Matriz de consistencia:
competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio en la provincia Leoncio Prado -periodo 2020.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general ¿Cuáles son las características de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio en la provincia de Leoncio Prado -2020?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son las características de la microempresa del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado-periodo 2020? 2. ¿Cuáles son las características de la competitividad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado -periodo 2020? 3. ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de la provincia de Leoncio Prado-periodo 2020? 4. ¿Cuál es la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las microempresas rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado-periodo 2020? 	<p>Objetivo general: Determinar las características de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en la Provincia de Leoncio prado-periodo 2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las características de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia de Leoncio Prado – periodo 2020. 2. Describir las características de la competitividad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia de Leoncio Prado – periodo 2020. 3. Describir las características de la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia de Leoncio Prado – periodo 2020. 4. Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las microempresas rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado -periodo 2020. 	<p>No aplica por ser un trabajo de estudio tipo descriptivo.</p> <p>Ramírez (2015) expresa en su conclusión que el concepto de hipótesis se define en la inserción dentro del método científico.</p>	<p>Variable 01 Competitividad</p> <p>Variable 02 Gestión de calidad</p>	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental Transversal Descriptivo</p> <p>Población y Muestra Está conformada por 18 empresas constituida por las MyPes del sector servicio rubro estaciones de servicio en la provincia de Leoncio prado</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Nota: Elaboración propio

4.7. Principios éticos

Para el desarrollo de la investigación se tomó en cuenta el código de ética Para la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Versión 004 Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021 Chimbote –Perú. como se describe a continuación:

- **La protección de la persona**, destacando la importancia del bienestar y seguridad de las personas en la protección de su identidad, confidencialidad, y privacidad de la información sobre el tema planteado en la investigación donde se destaque la participación voluntaria e información adecuada, así como también la protección de los derechos fundamentales en situación de vulnerabilidad.
- **Libre participación y derecho a estar informado** ya que existe la participación en actividades de investigación donde se deben especificar los propósitos y fines académicos de la información que respaldará la investigación a desarrollar teniendo la libertad de elegir y manifestar de forma voluntaria su participación por voluntad propia.
- **El cuidado por el medio ambiente y la biodiversidad**, este principio establece la importancia de las investigaciones relacionadas con las carreras que implican el medio ambiente, con el fin de tomar medidas para evitar daños, aunque el fin del estudio sea de carácter científicos se deben planear acciones encaminadas en la disminución de los efectos adversos.
- **La beneficencia no maleficencia**, este principio se basa en garantizar el bienestar de los participantes de las investigaciones, por lo que el investigador debe comprometerse en no causar daño durante el desarrollo del estudio, con el fin de reducir efectos adversos y maximizar los beneficios.

- **De la Justicia**, este principio establece que durante el desarrollo de la investigación se debe ejercer un juicio razonable, con el objetivo de tomar las previsiones necesarias para garantizar las limitaciones de capacidades y conocimiento, donde no se sufran prácticas injustas promoviendo el derecho a acceder a los resultados.
- **La integridad científica**, este último principio establece que durante la investigación se debe administrar tanto la actividad científica como su extensión derivada de las actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional manteniendo la honradez científica al declarar los conflictos de interés. ULADECH (2021)

V. Resultados

5.1. Resultados

Objetivo Especifico 1: Describir las características de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado periodo 2020.

Tabla 1: Características de las Microempresas

Datos de la Empresa	N°	Porcentaje
Permanencia en el rubro		
1 a 2 años	0	0
3 a 4 años	2	11%
5 a más años	16	89%
Total	18	100%
Estructura de la empresa		
Formal	18	100%
Informal	0	0
Total	18	100%
Número de trabajadores		
De 1 a 5 trabajadores	15	83%
De 6 a 10 trabajadores	3	17%
De 11 a más trabajadores	0	0
Total	18	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

El 89% de los entrevistados señalaron que tienen de 5 a más años en el funcionamiento de sus empresas mientras que el 11% señalaron que solo tienen de 3 a 4 años.

El 100% de los entrevistados mencionan que la estructura de sus empresas es formal.

El 83% de los entrevistados mencionan que cuentan de 1 a 5 trabajadores mientras que el 17% solo cuenta de 6 a 10 trabajadores.

Objetivo Especifico 2: Describir las características de la competitividad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado – periodo 2020.

Tabla 2: Características de la Competitividad

CATEGORIA	Si		No		Total	
	F	%	F	%	F	%
¿Para ser competitivo considera que es importante la tecnología?	18	100%	0	0%	18	100%
¿Mantener su empresa con costos bajos es una ventaja importante?	13	72%	5	28%	18	100%
¿Considera usted que contar con una infraestructura limpia y ordenada le ayuda ser competitivo?	18	100%	0	0%	18	100%
¿Considera que cuenta con habilidades para competir con otras empresas?	18	100%	0	0%	18	100%
¿Usted considera que mantener y obtener ventajas comparativo le permita alcanzar los mejores objetivos socioeconómico?	18	100%	0	0%	18	100%
¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?	18	100%	0	0%	18	100%
¿Cree que tener personal capacitado le ayuda a ser una empresa competitiva?	18	100%	0	0%	18	100%
¿Cree que la capacitación que recibe lograra desarrollar un mejor trabajo?	14	78%	4	22%	18	100%
¿Considera que incrementar medidas de seguridad le ayuda ser competitivo?	18	100%	0	0%	18	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

El 100% de los entrevistados señalaron que Si es importante la tecnología para ser competitivo, así mismo el 72% señalaron que mantener los costos bajos Si es una ventaja para sus empresas, mientras que el 100% consideran que contar con infraestructura limpia y ordenada Si ayuda ser competitivo, por otro lado el 100% señalaron que Si cuentan con habilidades para competir con otras empresas, también el 100% señalaron que mantener y obtener ventajas comparativa Si les permite alcanzar mejores objetivos socioeconómicos, de igual manera el 100% de los entrevistados señalaron que la capacitación Si es necesario, también el 100% señalaron que el personal capacitado Si ayuda a la empresa a ser competitivo, así mismo el 100% señalaron que capacitar Si logra desarrollar un mejor trabajo, finalmente el 83% señalaron que incrementar las medidas de seguridad Si ayuda a ser competitivos.

Objetivo Especifico 3: Describir las características de la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia de Leoncio Prado – periodo 2020

Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad

CATEGORIA	Si		No		Total	
	F	%	F	%	F	%
¿la infraestructura el mantenimiento y la definición de riesgos asociados han asegurado la operación de la empresa?	18	100%	0	0%	18	100%
¿considera usted que las estructuras de las responsabilidades están bien definidas para tener una buena calidad de servicio?	16	89%	2	11%	18	100%
¿la planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta?	18	100%	0	0%	18	100%
¿considera q los clientes tienen la capacidad de evaluar el producto y servicio brindado?	12	67%	6	33%	18	100%
¿el manejo de reglas y orientaciones de seguridad, higiene en limpieza han contribuido a la creación de un ambiente de trabajo adecuado?	18	100%	0	0%	18	100%
¿considera que al tener sus documentos bien estructurados le asegura la satisfacción de los clientes ?	18	100%	0	0%	18	100%
¿su empresa cuenta con una estructura operacional de trabajo?	16	89%	2	11%	18	100%
¿la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?	18	100%	0	0%	18	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

El 100% de los entrevistados señalaron que el mantenimiento y la definición de riesgos asociados Si han asegurado la operación de la empresa, asimismo el 89% señalaron que la estructura de las responsabilidades Si están bien definidos para tener una buena calidad de servicios, mientras que el 100% señalaron que la planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta, por otro lado el 67% señalaron que el cliente tiene la capacidad de evaluar el producto y servicio brindado, así mismo el 100% señalaron que el manejo de reglas y orientaciones de seguridad, higiene en limpieza Si contribuyen a la creación de un ambiente de trabajo adecuado, también el 100% señalaron tener documentos bien estructurados Si asegura la satisfacción de los clientes, mientras que el 89% señalaron que Si cuentan con una estructura operacional del trabajo y finalmente el 100% señalaron que la gestión de calidad Si contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa.

Objetivo Especifico 4: Elaborar la propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad en las microempresas rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado -periodo 2020

Tabla 4: Propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de 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
Competitividad	Capacitación	La capacitación que recibe no lograra desarrollar un mejor trabajo	Falta de atención en las capacitaciones	Establecer reglas y normas para el representante legal y personal y brindarles capacitaciones constantemente para retroalimentar sus capacidades.	Determinar las expectativas del representante y trabajadores	Mejor rendimiento y capacidad para atender al cliente	COLABORADORES	S/. 600.00	3 meses	Administrador
gestión de calidad	Capacidad de evaluar	Los clientes No tienen la capacidad de evaluar producto y servicio brindado	Falta de información oportuna o atención cuando se interrelacionan con las personas encargadas	Implementar folletos informando sobre los productos y precios que brinda al cliente	Determinar la mejor estrategia de atención al cliente	aplicar una encuesta aleatorio al 33% en las MyPes hacia los clientes para determinar la capacidad de evaluar los productos y servicios brindados	Cientes que responden encuesta / Total de clientes	S/. 200.00	2 meses	Administrador
	Estructura Organizacional	No cuenta con una estructura operacional de trabajo	Falta de conocimiento del representante legal	Implementar asesoría especializada en la implementación de una estructura operacional de las empresas	Determinar las funciones de cada trabajador	Asesoría especializada al 11% de las MyPes en la implementación de una estructura operacional de las empresas	Asesorar a los representante de las empresas	200	1 meses	Administrador

5.2. Análisis de resultados

Objetivo 1: Describir las características de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado periodo 2020.

En la tabla 1, El 89% de los entrevistados señalaron que tienen de 5 a más años en el funcionamiento de sus empresas, resultado similar a Tipismana (2019) quien refiere que el 70% de las MyPes poseen de 7 a más años de permanencia en el rubro. Las empresas se mantienen años en el mercado debido a la necesidad y la demanda

En la Tabla 2. Señala que El 100% de los entrevistados señalaron que la estructura de sus empresas es formal, resultado similar a Tipismana (2019) quien refiere que el 100% de las MyPes se encuentran formalizadas, así mismo Albitres (2019) refiere que el 100% de las empresas son informales, difiriendo sus resultados con los resultados del presente estudio. Formalizar un negocio trae consigo muchos beneficios para el empresario como mejor acceso al financiamiento, vender a otras empresas, etc., así mismo da mayor imagen y seriedad ante los clientes

En la Tabla 3. Señala que El 83% de los entrevistados señalaron que cuentan de 1 a 5 trabajadores, resultado similar a Tipismana (2019) quien refiere que el 80% de las empresas cuentan de 1 a 5 trabajadores. Una buena contratación no solo es agregar nuevas habilidades y experiencia, sino que también puede brindar calidez, inspiración y compañerismo a la cultura de las empresas

Objetivo específico 2 Describir las características de la competitividad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado – periodo 2020.

El 100% de los entrevistados señalaron que, Si es importante la tecnología para ser competitivo, resultado similar a Fausto (2018) quien refiere que el 100% expresan su total acuerdo en apoyarse con equipos y tecnología para atender los retos y demanda que presenta la sociedad y el mercado, asimismo Albitres (2018) señala que el 80% no utilizan equipos tecnológicos, difiriendo sus resultados con los resultados del presente estudio. Para establecer una política de innovación la empresa debe contar con equipamiento y la tecnología necesaria, como computadoras, teléfonos, acceso a internet, para crear e innovar los procesos y productos.

El 72% de los entrevistados señalaron que mantener los costos bajos Si es una ventaja para sus empresas, resultado similar a Castillo (2019) quien refiere que el 50% que algunas veces el valor económico es un aliciente para mejorar su productividad. El tener precios bajos de un producto más clientes serán atraídos a comprar para aprovechar la oportunidad

El 100% de los entrevistados señalaron que contar con infraestructura limpia y ordenada Si ayuda ser competitivo, el resultado difiere con Espinoza (2019) quien refiere que el 60% de las empresas es competitiva por tener productos de calidad de tal manera que puedan competir y lograr mayores cuotas de mercado. Contar con buena infraestructura limpia, ordenada y tener productos de calidad hace que se crea en los clientes una imagen de marca y por lo tanto se fideliza

El 100% de los entrevistados señalaron que, Si cuentan con habilidades, para competir con otras empresas, resultado similar a Puelles (2019) quien refiere que el 60% casi siempre y siempre tienen habilidades e implementan estrategias para competir con

otras empresas. Contar con habilidades estratégicos permite gestionar de forma efectiva y conseguir los resultados marcados.

El 100% señalaron que mantener y obtener ventajas comparativas Si les permite alcanzar mejores objetivos socioeconómicos, resultado similar a Castillo (2019) señala que el 63% casi siempre evalúan sus resultados considerando el cumplimiento de sus objetivos. Tener objetivos le ayuda a una empresa a lograr los resultados esperados a corto o largo plazo

El 100% de los entrevistados señalaron que la capacitación Si es necesario, resultado similar a Calle (2019) refiere que el 65% casi siempre capacita a sus trabajadores porque lo consideran necesario para liderar y aprender técnicas de ventas. La capacitación es una herramienta muy importante dado que es el proceso mediante el cual los trabajadores adquieran conocimiento, herramientas habilidades y actitudes para interactuar en el entorno laboral.

El 100% de los entrevistados señalaron que el personal capacitado Si ayuda a la empresa a ser competitivo, resultado similar de los autores Saavedra, Camarena y Tapia (2017) quienes refieren que se hace necesario implementar programas de capacitación dirigidos a empresarios y trabajadores de este sector con el fin de que puedan tomar conciencia de realizar la adopción de esta herramienta para elevar su competitividad.

El 100% señalaron que capacitar Si logra desarrollar un mejor trabajo, resultado similar a Hidalgo (2020) señala que la capacitación mejora la eficiencia de los trabajadores para que éstos aporten el incremento necesario y de esa manera se alcancen índices altos de productividad. Un trabajador bien capacitado ayuda a resolver los problemas y a tomar mejores decisiones en favor de la empresa

Finalmente, el 83% señalaron que incrementar las medidas de seguridad Si ayuda a ser competitivos, resultado similar a Calle (2019) refiere que el 53% casi siempre cumple con las medidas de seguridad físicas y sociales en su establecimiento en beneficios de sus trabajadores y clientes. Contar con medidas de seguridad hace que los clientes se sientan confiados y seguros al momento de asistir a una empresa.

Objetivo Especifico 3: Describir las características de la gestión de calidad de las microempresas del rubro estaciones de servicio de la provincia de Leoncio Prado – periodo 2020

El 100% de los entrevistados señalaron que el mantenimiento y la definición de riesgos asociados Si han asegurado la operación de la empresa, resultado similar a Albitres (2019) señala que la mayoría de las empresas realizan el mantenimiento de su infraestructura cada año, esto es importante para evitar ciertos riesgos de los clientes, así aseguran la operación de sus empresas. El mantenimiento y definición de riesgos genera muchos beneficios para el funcionamiento de una empresa aumentando así la seguridad para las personas que intervienen en el proceso productivo de la empresa

El 89% de los entrevistados señalaron que la estructura de las responsabilidades Si están bien definidos para tener una buena calidad de servicios, así mismo Hubspot (2022) refiere que la competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos.

El 100% señalaron que la planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta resultado similar a Zaragoza (2019) quien refiere que el 60% casi siempre las empresas establecen procesos de actividades administrativas y operativas según los datos

obtenidos. Planificar la calidad hace que de alguna manera la empresa se prepare para el cambio

El 67% señalaron que el cliente tiene la capacidad de evaluar el producto y servicio brindado, asimismo Gutiérrez (1996) quien refiere que el Juicio que el cliente tiene sobre un producto o servicio y resulta por lo general en la aprobación o rechazo del producto. Es ante todo satisfacción del cliente, este queda satisfecho si se le ofrece todo lo que esperaba y más. Las expectativas son generadas de acuerdo a las necesidades, antecedentes, precio, publicidad, tecnología, entre otros

El 100% señalaron que el manejo de reglas y orientaciones de seguridad, higiene en limpieza Si contribuyen a la creación de un ambiente de trabajo adecuado, así mismo Openmet (s/f) quien refiere que para crear un ambiente adecuado el jefe debe ganarse la confianza del equipo de trabajo agradecer por su labor y reconocer sus méritos difiriendo sus resultados con los resultados del presente estudio. Un ambiente de trabajo positivo contribuye a una mayor productividad y compromiso de los colaboradores. Por esa razón, resulta de suma importancia que el ámbito de trabajo sea adecuado, agradable y estimulante para conseguir un equipo motivado de alta productividad.

El 100% señalaron tener documentos bien estructurados Si asegura la satisfacción de los clientes, resultado difiere con Sabino (2018) quien refiere que el 59% que la satisfacción del cliente se da a través de la atención al cliente. La satisfacción al cliente es que el cliente se sienta satisfecho con el producto o servicio que ha adquirido. El nivel del estado de ánimo de un cliente resulta de comprar el percibido de un producto o servicio con sus expectativas

El 89% señalaron que, Si cuentan con una estructura operacional del trabajo, resultado similar a Sabino (2018) quien refiere que el 60% siempre cuenta con una estructura de

plan de acciones. Contar con una estructura operacional ayuda a una empresa definir sus funciones de cada trabajador.

El 100% señalaron que la gestión de calidad Si contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, resultado similar a Sullon (2018) quien refiere que el 60% siempre considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

La gestión de calidad ayuda a planificar y ejecutar la actividad de la empresa

VI. Conclusiones

6.1. Conclusiones

La mayoría de los entrevistados señalaron que tienen de 5 a más años en el funcionamiento de sus empresas mientras, en su totalidad de los entrevistados señalaron que la estructura de sus empresas es formal, en su mayoría de los entrevistados mencionan que cuentan de 1 a 5 trabajadores. Se concluye que las empresas rubro estaciones de servicios ya están posesionados en el mercado con años de experiencia lo cual les da garantía para seguir incursionando en este rubro, así mismo ofreciendo puesto de trabajo con un salario que ayudan a mitigar las necesidades de los trabajadores.

La totalidad de los entrevistados señalaron que Si es importante la tecnología para ser competitivo, la mayoría indicaron que mantener los costos bajos si es una ventaja para sus empresas, la totalidad refieren que contar con infraestructura limpia y ordenada si ayuda ser competitivo, la totalidad de los entrevistados si cuentan con habilidades para competir con otras empresas, la totalidad refieren que mantener y obtener ventajas comparativa si les permite alcanzar mejores objetivos socioeconómicos, la totalidad de los entrevistados señalaron que la capacitación si es necesario, la totalidad de los entrevistados refieren que el personal capacitado si ayuda a la empresa a ser competitivo, la totalidad de los entrevistados señalaron que capacitar Si logra desarrollar un mejor trabajo, la mayoría refieren que incrementar las medidas de seguridad Si ayuda a ser competitivos. Actualmente existen gran competencia entre empresas por ello es muy importante ampliar nuestras ventajas competitivas para lograr permanecer vigentes en el mercado, las empresas rubro estaciones de servicios están preparados para ser competitivos contando con

personal capacitado con habilidades y estrategias para para hacer frente cualquier contingencia o cambio que ofrece el mercado de acuerdo al rubro en mención.

La competitividad en las MYPES, es de suma importancia para el desarrollo y éxito que puedan tener, ya no solo en factores económicos, sino también en los recursos humanos, que, en mi punto de vista, una empresa se debe al capital humano, y de esta depende los objetivos que se puedan alcanzar.

La totalidad de los entrevistados señalaron que el mantenimiento y la definición de riesgos asociados Si han asegurado la operación de la empresa, la mayoría de los entrevistados señalaron que la estructura de las responsabilidades Si están bien definidos para tener una buena calidad de servicios, la totalidad de los entrevistados señalaron que la planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta, la mayoría tiene la capacidad de evaluar el producto y servicio brindado, la totalidad de los entrevistados señalaron que el manejo de reglas y orientaciones de seguridad, higiene en limpieza Si contribuyen a la creación de un ambiente de trabajo adecuado, la totalidad de los entrevistados señalaron que tener documentos bien estructurados Si asegura la satisfacción de los clientes, la mayoría de los entrevistados señalaron que Si cuentan con una estructura operacional del trabajo y la totalidad de los entrevistados señalaron que la gestión de calidad Si contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Se concluye que la calidad de las empresas rubro estaciones de servicios, uno de los puntos clave es permanecer en la preferencia de los consumidores, porque esta es la imagen que proyectan tanto como en la infraestructura, la limpieza el ambiente laboral, la atención al cliente, etc. y es el punto decisivo en el cual los clientes se crean una opinión negativa o positiva de las empresas. Es de suma importancia darle atención necesaria a la

calidad de la empresa ya que brinda fortalezas para poder detectar a tiempo los riesgos que pueden llegar a convertirse en una amenaza.

Se elaboró la propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad en las microempresas rubro estaciones de servicio de la provincia Leoncio Prado -periodo 2020

Aspectos Complementarios

Recomendaciones

1. Se recomienda a los representantes registrar a sus potenciales clientes, de esta manera puedan ofrecerles mejores precios, así de este modo puedan fidelizar a sus clientes.
2. Se recomienda que sigan ofreciendo mejores servicios que su competencia para fidelizar clientes.
3. Se recomienda Capacitar a los representantes en temas de selección personal de acuerdo a la estructura de las funciones de la empresa.
4. Se recomienda empoderar y transmitir los conocimientos de los representantes a los hijos para que las empresas sigan siendo competitiva y sostenible en el tiempo generando empleo y dinamismo en la economía del país.
5. Se recomienda realizar constantemente investigaciones del rubro para satisfacer adecuadamente las cambiantes necesidades de los clientes.
6. Se recomienda recordar a los trabajadores constantemente los objetivos de la empresa.
7. Se recomienda identificar los factores relevantes de la gestión de calidad como, por ejemplo, capacidad del cliente de evaluar el producto y de la misma manera si la empresa cuenta con una estructura operacional
8. Se recomienda describir los factores relevantes de gestión de la calidad identificadas en el trabajo de investigación para la mejora de la gestión de calidad

Referencias Bibliográficas

- Andina. (21 de julio de 2018). Mype: Conoce cómo lograr que tu empresa sea más competitiva. pág. 6. Obtenido de 2018: <https://andina.pe/agencia/noticia-mype-conoce-como-lograr-tu-empresa-sea-mas-competitiva-714254.aspx>
- Barrios, H. y. (2017). GESTIÓN DE LA CALIDAD:. Obtenido de ELEMENTO CLAVE PARA EL DESARROLLO: <file:///C:/Users/User/Downloads/portalderevistas,+articulo7.pdf>
- Borja. (2017). La competitividad de la Economía Española. Obtenido de MADRID: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/118/retrieve>
- Bravo. (1998). Población y Muestra. Ejemplo. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>
- CEROACCIDENTES. (2018). 6 preguntas sobre seguridad en grifos y estaciones de servicio. Obtenido de <https://www.ceroaccidentes.pe/6-preguntas-sobre-seguridad-en-grifos-y-estaciones-de-servicio/>
- Cesuma. (s.f.). Gestion de Calidad. Obtenido de <https://www.cesuma.mx/blog/blogger/admin.html>
- CONEXPERU. (2021). LA BRECHA EN COMPETITIVIDAD DEPARTAMENTAL: UN PROBLEMA SIN RESOLVER. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/la-brecha-en-competitividad-departamental-un-problema-sin-resolver>
- DELSOL, S. (s/f). Competitividad. Obtenido de <https://www.sdelso1.com/glosario/competitividad/>
- Diccionario. (s/f). ¿Qué es rubro? Obtenido de Definición de rubro:: <https://diccionarioactual.com/rubro/>

- EAS. (2021). La ventaja competitiva sostenible en el tiempo y cómo diferenciarse. Obtenido de <https://www.stratgia.com/blog/la-ventaja-competitiva-sostenible-y-como-diferenciarse>
- Economía. (2017). España e Italia, los países que más competitividad han perdido con el euro. Obtenido de Bruselas: https://elpais.com/diario/2005/05/21/economia/1116626413_850215.html
- Egg, A. . (1998). Población y Muestra. Ejemplo. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>
- Emprendedores. (2021). Factores que influyen de forma determinante en el éxito de tu negocio. Obtenido de Uno de los mayores debates en el mundo del emprendimiento gira en torno a la existencia de un perfil común a las personas que consiguen tener éxito en sus proyectos.: <https://www.emprendedores.es/habilidades/que-define-exito-emprendedor-psicologia/>
- Equipo editorial, E. (2021). "Gestión de calidad". Obtenido de <https://concepto.de/gestion-de-calidad/>. Última edición
- Etecé. (2021). Gestión de calidad. Obtenido de <https://concepto.de/gestion-de-calidad/>
- Etecé, E. (2022). Técnicas de investigación. Obtenido de ¿Qué son las técnicas de investigación?: <https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/>
- Federico. (2020). Gestión de calidad: qué es y cómo implementar en cualquier compañía. Obtenido de <https://www.atlasconsultora.com/gestion-de-calidad/>
- Gave. (2013). PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTION DE CALIDAD EN EL SERVICIO PARA LOGRAR LA COMPETITIVIDAD EN LOS GRIFOS TM. Obtenido de <https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/292/ADM59.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Haguenauer, K. y. (2019). La competitividad y sus factores. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf
- Hernandez. (1991). Instrumentos de Investigación – Características, Tipos y Ejemplos. Obtenido de ¿Qué son los instrumentos de investigación? Características principales?: <https://tiposinvestigacion.com/instrumentos-investigacion/>
- Hernandez, f. y. (2012). Diseños no experimentales. Obtenido de <http://tesisdeinvestigacion.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html#:~:text=Dise%C3%B1os%20no%20experimentales.,Seg%C3%BAAn%20Hernandez%2C%20fernandez%20y%20Baptista.,variar%20intencionalmente%20las%20variables%20independientes.>
- INDECOPI. (2012). Perú solo tiene mil empresas con certificación de calidad. RPP Noticias. Recuperado. Obtenido de <http://rpp.pe/economia/economia/indecopi-peru-solotiene-mil-empresas-con-certificacion-de-calidad-noticia-532152>
- Ley28015. (2003). Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Obtenido de <https://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm#:~:text=La%20Micro%20y%20Peque%C3%BAa%20Empresa%20es%20la%20unidad%20econ%C3%B3mica%20constituida,producci%C3%B3n%20comercializaci%C3%B3n%20de%20bienes%20>
- Moreno. (2014). Teoria de Mypes y Financiamiento. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/249872720/Teoria-de-Mypes-y-Financiamiento>
- Moreno. (2016). NIVELES DE INVESTIGACIÓN. Obtenido de Nivel Descriptivo: <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2016/12/niveles-de-investigacion-cientifica.html>

- Nieto. (2001). Teoría de la competitividad y estrategias competitivas. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-competitividad-y-estrategias-competitivas/>
- Saavedra, C. T. (2028). Calidad para la competitividad en las. Obtenido de <https://www.realdalyc.org/journal/290/29055967002/29055967002.pdf>
- salesforce. (s/f). Atención al Cliente. Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/atencion-al-cliente/>
- Sampieri. (s/f). Población y Muestra. Ejemplo. Obtenido de <http://tesisdeinvestigacion.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>
- Sanchez, G. y. (2019). Gestión de la calidad y productividad de los grifos Semar SAC. en Trujillo,. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46342/Gamarra_CLB-S%c3%a1nchez_ADF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Shuttleworth. (2008). Diseño de Investigación Descriptiva. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- Stanton. (2004). DEFINICION DE SERVICIOS. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0085083/fase01.pdf>
- ULADECH. (2021). CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN. Obtenido de VERSIÓN 004 : <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v004.pdf>
- Veléz, Z. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en. Obtenido de <file:///C:/Users/SILVER/Downloads/1284-5943-2-PB.pdf>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO: 2022															
		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	x													
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		x	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	Reacción 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		

Anexo 2: presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			
CATEGORIA	BASE	% O NUMERO	TOTAL (S/.)
Suministros (*)			
*Impresiones	S/. 1.00	30	S/. 30.00
*Fotocopias	S/. 0.20	80	S/. 16.00
*Papel bond A-4 (500 hojas)	S/. 15.00	1	S/. 15.00
*Lapiceros	S/. 1.50	10	S/. 15.00
*Folder	S/. 1.50	18	S/. 27.00
*Sobre manila	S/. 2.00	5	S/. 10.00
Servicios			
*Uso de Turnitin	S/. 50.00	2	S/. 100.00
*Intenet	S/. 55.00	4	S/. 220.00
Sub total			S/. 433.00
Gastos de viaje			
*Pasajes para recolectar información	S/. 4.00	35	S/. 140.00
Sub total			S/. 140.00
Total de presupuesto desembolsable			S/. 573.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			
CATEGORIA	BASE	% O NUMERO	TOTAL (S/.)
Servicios			
*Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/. 30.00	4	S/. 120.00
*Búsqueda de información en base de datos	S/. 35.00	2	S/. 70.00
*Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/. 40.00	4	S/. 160.00
*Publicación de artículo en repositorio institucional	S/. 50.00	1	S/. 50.00
Sub total			S/. 400.00
Recursos Humanos			
*Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/. 63.00	4	S/. 252.00
Sub total			S/. 252.00
Total de presupuesto no desembolsable			S/. 652.00
TOTAL (S/.)			S/. 1,225.00



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

“COMPETITIVIDAD COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTION DE CALIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO ESTACIONES DE SERVICIO EN LA PROVINCIA DE LEONCO PRADO -PERIODO 2020”

Encuestado (a):.....Fecha:...../...../.....

MYPE encuestada:

A. DATOS GENERALES:

1. Edad del representante legal de la empresa:
 - a) De 18 a 29 b) De 30 a 44 c) De 45 a 69
2. Género del representante legal de la empresa:
 - a) Masculino b) Femenino
3. Grado de instrucción del representante legal de la empresa:
 - a) Ninguno
 - b) Primaria:
 - c) Secundaria
 - d) Superior universitaria
 - e) Superior no universitaria

B. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA MICROEMPRESAS

4. ¿Cuánto tiempo tiene de funcionamiento la empresa?
 - a) 1 a 2 años b) 3 a 4 años c) 5 a más años
5. ¿cuál es la estructura de la empresa?
 - a) formal b) informal

6. ¿cuántos trabajadores laboran en la empresa?

- a) De 1 a 5 trabajadores b) De 6 a 10 trabajadores c) De 11 a más trabajadores

C. LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICROEMPRESAS

7. ¿Para ser competitivo considera que es importante la tecnología?

- a) si b) no

8. ¿Mantener su empresa con costos bajos es una ventaja importante?

- a) si b) no

9. ¿Considera usted que contar con una infraestructura limpia y ordenada le ayuda ser competitivo?

- a) si b) no

10. ¿Considera que cuenta con habilidades para competir con otras empresas?

- a) si b) no

11. ¿Usted considera que mantener y obtener ventajas comparativo le permita alcanzar los mejores objetivos socioeconómico?

- a) si b) no

12. ¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?

- a) si b) no

13. ¿Cree que tener personal capacitado le ayuda a ser una empresa competitiva?

- a) si b) no

14. ¿Cree que la capacitación que recibe lograra desarrollar un mejor trabajo?

- a) si b) no

15. ¿Considera que incrementar medidas de seguridad le ayuda ser competitivo?

- a) si b) no

D.DE LA GESTION DE CALIDAD DE LAS MICROEMPRESAS

16. ¿La infraestructura, el mantenimiento y la definición de riesgos asociados han asegurado la operación de la empresa?

- a) si b) no

17. ¿Considera usted que la estructura de las responsabilidades está bien definida para tener una buena calidad de servicio?

- a) si b) no

18. ¿La planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta?

- a) si b) no

19. ¿Considera que los clientes tienen la capacidad de evaluar el producto y servicio brindado?
- a) si b) no
20. ¿El manejo de reglas y orientaciones de seguridad, higiene en limpieza han contribuido a la creación de un ambiente de trabajo adecuado?
- a) si b) no
21. ¿Considera que al tener sus documentos bien estructurados le asegura la satisfacción de los clientes?
- a) si b) no
22. ¿Considera que contar con un sistema de calidad le ayuda mejorar el servicio que brinda?
- a) si b) no
23. ¿Su empresa cuenta con una estructura operacional del trabajo?
- a) si b) no
24. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?
- a) si b) no

Gracias por su colaboración

Anexo 4: Tabulación

TITULO DE LA TESIS: COMPETITIVIDAD COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTION DE CALIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO ESTACIONES DE SERVICIO EN LA PROVINCIA DE LEONCO PRADO -PERIODO 2020

ESCALA DE LIKERT				
SI	NO			
1	2			

	COMPETITIVIDAD									GESTION DE CALIDAD							
	DIMENSION 1			DIMENSION 2			DIMENSION 3			DIMENSION 1			DIMENSION 2		DIMENSION 3		
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 16	Item 16	item 17
	¿para ser competitivo considera que es importante la tecnología?	¿mantener su empresa con costos bajos es una ventaja importante?	¿considera usted que contar con una infraestructura limpia y ordenada ayuda ser competitivo	¿considera que cuenta con habilidades para competir con otras empresas?	¿usted considera que mantener y obtener ventajas comparativo le permita alcanzar los mejores objetivos socioeconomicos	¿cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?	¿cree que tener personal capacitado le ayuda a ser una empresa competitiva?	¿cree que recibe logros desarrollar un mejor trabajo?	¿considera que incrementar medidas de seguridad le ayuda ser competitivo?	¿la infraestructura el mantenimiento y la definición de riesgos asociados han asegurado la operación de la empresa?	¿considera usted que la estructura de las responsabilidades están bien definidas para tener una buena calidad de servicio?	¿la planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de la meta?	¿considera q los clientes tienen la capacidad de evaluar el producto y servicio brindado?	¿el manejo de reglas y orientaciones de seguridad, higiene en limpieza han contribuido a la creación de un ambiente de trabajo adecuado?	¿considera que al tener sus documentos bien estructurados le asegura la satisfacción de los clientes ?	¿su empresa cuenta con una estructura operacional de trabajo?	¿la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?
Encuestado 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Encuestado 6	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 8	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
Encuestado 9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Encuestado 11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Encuestado 12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Encuestado 13	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Encuestado 14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	
Encuestado 15	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
Encuestado 16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Encuestado 17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Encuestado 18	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1



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: ¿Competitividad como factor relevante para la Gestión de la Calidad de las microempresas del rubro Estaciones de servicio en la provincia de Leoncio Prado- Periodo 2020? y es dirigido por el estudiante Illatopa Aquino Yadit Rosita investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las Características de la Competitividad como factor relevante para la Gestión de Calidad de la provincia Leoncio Prado- Periodo 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 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 999795774. Si desea, también podrá escribir al correo yllatopa12345@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: Carlos Garcia Argandoña

Fecha: 18/08/22 Correo electrónico: — —

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador: [Firma]



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: ¿Competitividad como factor relevante para la Gestión de la Calidad de las microempresas del rubro Estaciones de servicio en la provincia de Leoncio Prado- Periodo 2020? y es dirigido por el estudiante Illatopa Aquino Yadit Rosita investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las Características de la Competitividad como factor relevante para la Gestión de Calidad de la provincia Leoncio Prado- Periodo 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 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 999795774. Si desea, también podrá escribir al correo yllatopa12345@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: HENSHON MEDRANO GONZÁLES

Fecha: 18/08/22 Correo electrónico: HENSHON.21@HOTMAIL.COM.PE

Firma del participante:

Firma del investigador:

Anexo 6: Evidencias

Entrevista con el Gerente del Grifo Primax



Entrevista con el Gerente del Grifo Arias



Anexo 7: Validación de Expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Rafael Villanueva Ruiz*
- 1.2. Grado Académico: *Magister*
- 1.3. Profesión: *Economista*
- 1.4. Institución donde labora: *UDH*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Docente*
- 1.6. Denominación del instrumento: *Cuestionario*
- 1.7. Autor del instrumento: *Yllatopa Aquino Yadit Rosita*
- 1.8. Carrera: *Administración*

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: *Competitividad*

Nº 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: Importancia							
1. ¿Para ser competitivo considera que es importante la tecnología?	X		X		X		
2. ¿Mantener su empresa con costos bajos es una ventaja importante?	X		X		X		
3. ¿Considera que contar con un espacio limpio y ordenado le ayuda ser competitivo?	X		X		X		
4. ¿Considera que cuenta con habilidades para competir con otras empresas?	X		X		X		
5. ¿Usted considera que obtener y mantener ventajas comparativo lo permita alcanzar los mejores	X		X		X		

objetivos socioeconómicos?							
Dimensión 2: recursos							
6. ¿Contar con personal capacitada le ayuda se empresa competitiva?	X		X		X		
7. ¿Considera que incrementar medidas de seguridad ayuda ser competitivo?	X		X		X		
8. ¿Cree que su empresa es competitiva?	X		X		X		
9. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?	X		X		X		
10. ¿De qué forma es competitiva su empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Gestión de 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: estructura							
1. ¿La infraestructura, el mantenimiento y la definición de riesgos asociados han asegurado la	X		X		X		

operación de la empresa?							
2. ¿Considera que la estructura de las responsabilidades está bien definida para tener una buena calidad de servicio?	X		X		X		
3. ¿La empresa cuenta con los documentos necesarios para asegurar su eficaz planificación, operación y control de procesos?	X		X		X		
4. ¿Considera que ha facilitado la promoción de políticas y objetivos para incrementar la motivación y la participación de los trabajadores de la empresa?	X		X		X		
5. ¿La planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de las metas?	X		X		X		
Dimensión 2: organización							

6. ¿su empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad?	X		X		X		
7. ¿considera que al tener sus documentos bien estructurados le asegura la satisfacción de los clientes?	X		X		X		
8. ¿considera que contar con un sistema de calidad le ayuda mejorar el servicio que brinda?	X		X		X		
9. ¿Su empresa cuenta con una estructura operacional del trabajo?	X		X		X		
10. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



 Mag. Kafay Villanueva Ruiz
 ECONOMISTA
 REG. N° 0112 C.E.M.
 Apellidos y Nombres del experto
 DNI N° 29507277

Nota: se adjunta el proyecto de investigación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Hala Cabanillas Santa Cruz*
- 1.2. Grado Académico: *Magister*
- 1.3. Profesión: *Economista*
- 1.4. Institución donde labora: *Municipalidad Provincial de Leoncio Prado*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Gerente de Planeamiento y Presupuesto*
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Yllatopa Aquino Yadit Rosita
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento I. Variable: **Competitividad**

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 I: Importancia							
1. ¿Para ser competitivo considera que es importante la tecnología?	X		X		X		
2. ¿Mantener su empresa con costos bajos es una ventaja importante?	X		X				
3. ¿Considera que contar con un espacio limpio y ordenado le ayuda ser competitivo?	X		X		X		
4. ¿Considera que cuenta con habilidades para competir con otras empresas?	X		X		X		
5. ¿Usted considera que obtener y mantener ventajas comparativo lo permita alcanzar los mejores	X		X		X		

objetivos socioeconómicos?	X		X		X		
Dimensión 2: recursos							
6. ¿Contar con personal capacitada le ayuda se empresa competitiva?	X		X		X		
7. ¿Considera que incrementar medidas de seguridad le ayuda ser competitivo?	X		X		X		
8. ¿Cree que su empresa es competitiva?	X		X		X		
9. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?	X		X		X		
10. ¿De qué forma es competitiva su empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Gestión de Calidad

Nº 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: estructura							
1. ¿La infraestructura, el mantenimiento y la definición de riesgos asociados han asegurado la	X		X		X		

operación de la empresa?							
2. ¿Considera que la estructura de las responsabilidades está bien definida para tener una buena calidad de servicio?	X		X		X		
3. ¿La empresa cuenta con los documentos necesarios para asegurar su eficaz planificación, operación y control de procesos?	X		X		X		
4. ¿Considera que ha facilitado la promoción de políticas y objetivos para incrementar la motivación y la participación de los trabajadores de la empresa?	X		X		X		
5. ¿La planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de las metas?	X		X		X		
Dimensión 2: organización							

6. ¿su empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad?	X		X		X		
7. ¿considera que al tener sus documentos bien estructurados le asegura la satisfacción de los clientes?	X		X		X		
8. ¿considera que contar con un sistema de calidad le ayuda mejorar el servicio que brinda?	X		X		X		
9. ¿Su empresa cuenta con una estructura operacional del trabajo?	X		X		X		
10. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE LEONCIO PRADO
 TUNJO MARIA

Eco. Ytala Cabanillas Santa Cruz
 GERENTE DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO

Apellidos y Nombres del experto
 DNI N° 00187474
 Ytala Cabanillas Santa Cruz

Nota: se adjunta el proyecto de investigación



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Informante (Experto): **BARBATE ALVARADO, ANTHONY PAOLO**
- 1.2. Grado Académico: **MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA**
- 1.3. Profesión: **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**
- 1.4. Institución donde labora: **MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CASTILLO GRANDE**
- 1.5. Cargo que desempeña: **ADMINISTRADOR DE PROYECTO PLÁSTICO Y BANDADO**
- 1.6. Denominación del Instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del Instrumento: Yllatopa Aquino Yadit Rosita
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1. Variable: **Competitividad**

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: Importancia							
1. ¿Para ser competitivo considera que es importante la tecnología?	X		X		X		
2. ¿Mantener su empresa con costos bajos es una ventaja importante?	X		X		X		
3. ¿Considera que contar con un espacio limpio y ordenado le ayuda ser competitivo?	X		X		X		
4. ¿Considera que cuenta con habilidades para competir con otras empresas?	X		X		X		
5. ¿Usted considera que obtener y mantener ventajas comparativo lo permita alcanzar los mejores	X		X		X		

objetivos socioeconómicos?	X		X		X		
Dimensión 2: recursos							
6. ¿Contar con personal capacitada le ayuda se empresa competitiva?	X		X		X		
7. ¿Considera que incrementar medidas de seguridad le ayuda ser competitivo?	X		X		X		
8. ¿Cree que su empresa es competitiva?	X		X		X		
9. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?							
10. ¿De qué forma es competitiva su empresa?	X		X		X		

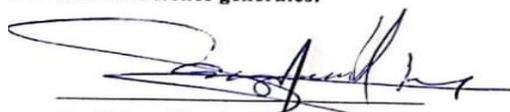
Ítems correspondientes al Instrumento 2. Variable: Gestión de Calidad

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: estructura							
1. ¿La infraestructura, el mantenimiento y la definición de riesgos asociados han asegurado la	X		X		X		

operación de la empresa?	X		X		X		
2. ¿Considera que la estructura de las responsabilidades está bien definida para tener una buena calidad de servicio?	X		X		X		
3. ¿La empresa cuenta con los documentos necesarios para asegurar su eficaz planificación, operación y control de procesos?	X		X		X		
4. ¿Considera que ha facilitado la promoción de políticas y objetivos para incrementar la motivación y la participación de los trabajadores de la empresa?	X		X		X		
5. ¿La planificación de la calidad ha permitido que se establezcan en la empresa los procesos necesarios para el cumplimiento de las metas?	X		X		X		
Dimensión 2: organización							

6. ¿su empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad?	X		X		X		
7. ¿considera que al tener sus documentos bien estructurados le asegura la satisfacción de los clientes?	X		X		X		
8. ¿considera que contar con un sistema de calidad le ayuda mejorar el servicio que brinda?	X		X		X		
9. ¿Su empresa cuenta con una estructura operacional del trabajo?	X		X		X		
10. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 44764109
GARGATE ALVARADO, ANTHONY P.

Nota: se adjunta el proyecto de investigación