



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

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.

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

**AUTOR:**

**Br. OSBER ANTONIO SULLÓN ARTETA**

**ASESOR:**

**Dr. REINERIO ZACARÍAS CENTURIÓN MEDINA**

**TINGO MARÍA - PERÚ**

**2018**

## **JURADO EVALUADOR**

Dr. José German Salinas Gamboa  
**Presidente**

Mgr. Miguel Ángel Limo Vásquez  
**Miembro**

Mgr. Yuly Yolanda Morillo Campos  
**Miembro**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía.

Agradecer hoy y siempre a mi familia por el esfuerzo realizado por ellos. El apoyo en mis estudios, de ser así no hubiese sido posible. A mi madre y demás familiares ya que me brindan el apoyo, la alegría y me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios y a mi madre. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi madre, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo un apoyo en todo momento.

Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado 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, cuyo objetivo general fue 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, para llevarlas a cabo se trabajó con una muestra de 10 MYPES que representa toda la población, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas, se utilizó la técnica de la encuesta y la observación; y se obtuvo los siguientes resultados: el 60% de los representantes legales de las MYPES tienen entre 31-50 años de edad; así mismo el 70% son de género masculino, el 50% posee grado de instrucción secundaria y el otro 50% superior universitaria y el 50% de los representantes legales son dueños. Así mismo las principales características de la Gestión de Calidad en la Competitividad de 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 representante encuentran otros tipos de dificultades para la implementación de la gestión de calidad, el 90% de las MYPES emplea la técnica de la evaluación para medir el rendimiento de sus trabajadores, el 60% de los representantes considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% de los representantes si conoce el termino de competitividad, el 100% se considera una empresa competitiva, el 30% cuenta con un plan estratégico; el 50% se diferencia de las demás MYPES por el precio, el 100% de las MYPES usa otros medios para darse a conocer como empresa en venta de artículos de ferretería.

Palabras clave: Competitividad, Gestión de calidad, MYPES.

## **ABSTRACT**

This research work entitled Quality Management in the Competitiveness of Micro and Small Businesses in the Trade Sector - Rubro Hardware Stores in the city of Tingo María, 2017, whose general objective was to determine the main characteristics of Quality Management in Competitiveness of the Micro and small companies of the commerce sector, item Hardware Stores of the city of Tingo María. The research was quantitative-descriptive, to carry them out we worked with a sample of 10 MYPES representing the entire population, to whom we applied a questionnaire of 19 questions, we used the technique of the survey and observation; and the following results were obtained: 60% of the legal representatives of the MYPES are between 31-50 years of age; likewise, 70% are male, 50% have a secondary education degree and the other 50% are university graduates and 50% of legal representatives are owners. Likewise, the main characteristics of the Quality Management in the Competitiveness of the Micro and small companies of the field of study affirmed that 60% of the MYPES have more than 7 years of permanence in the field; 80% have between 1-5 workers; 100% of the workers of the MYPES are family, 50% of the MYPES has been created to generate profit and the other 50% for subsistence. 50% of legal representatives if you know about quality management; 50% of legal representatives do not know modern techniques of quality management, 50% of the representatives find other types of difficulties for the implementation of quality management, 90% of the MYPES use the evaluation technique for measure the performance of its workers, 60% of the representatives consider that quality management contributes to improving the performance of the business, 100% of the representatives if they know the term of competitiveness, 100% is considered a competitive company, the 30% have a strategic plan; 50% differs from the other MYPES for the price, 100% of the MYPES uses other means to make themselves known as a company selling hardware.

Keywords: Competitiveness, Quality management, MYPES.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado.....	ii
3. Hoja de agradecimiento.....	iii
4. Hoja de dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	v
6. Contenido.....	vi
7. Índice de tablas y figuras.....	vii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.2. Bases Teóricas de la investigación.....	12
2.3. Marco conceptual.....	16
III. Hipótesis.....	19
IV. Metodología.....	20
4.1. Diseño de investigación.....	20
4.2. Población y muestra.....	20
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	21
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
4.5. Plan de análisis.....	24
4.6. Matriz de consistencia.....	25
4.7. Principios éticos.....	28
V. Resultados.....	29
5.1. Resultados.....	29
5.2. Análisis de resultados.....	33
VI. Conclusiones.....	36
Referencias bibliográficas.....	37
Anexos.....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

### TABLA

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Ferreterías, de la ciudad de Tingo María, año 2017.....	29
Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Ferreterías, de la ciudad de Tingo María, año 2017.....	30
Tablas 3. 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, año 2017.....	31

### FIGURAS

Figura 1. Edad del representante legal de la empresa.....	48
Figura 2. Sexo del representante legal.....	48
Figura 3. Grado de instrucción.....	49
Figura 4. Cargo que desempeña.....	49
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo.....	50
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	50
Figura 7. Número de trabajadores.....	51
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son.....	51
Figura 9. Objetivo de creación.....	52
Figura 10. Conoce el termino Gestión de Calidad.....	52
Figura 11. Que técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce.....	53
Figura 12. Que dificultades para la implementación de Gestión de Calidad.....	53
Figura 13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....	54
Figura 14. La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	54
Figura 15. Conoce usted el termino Competitividad.....	55
Figura 16. Se considera una empresa competitiva.....	55
Figura 17. Su empresa cuenta con un plan estratégico.....	56
Figura 18. En que te diferencias de las demás empresas.....	56
Figura 19. Qué tipo de publicidad usan para darte a conocer como empresa de venta de artículos de Ferretería.....	57



## **I. INTRODUCCIÓN**

Las Micro y pequeñas empresas, actualmente representan parte importante de la fuerza laboral en muchos países del mundo y está constituida como el centro de una actividad económica básica en el desarrollo de un país, existe una enorme variedad de microempresas; es por ello que algunas solo se describen como actividades de subsistencia, otras utilizan métodos de producción relativamente sofisticados, registran un rápido crecimiento y están relativamente relacionados con empresas grandes del sector formal de la economía de América Latina y del mundo.

Nuestro país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Está situación plantea grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas, en temas como la generación de empleo, mejora de gestión de calidad, de la competitividad, la promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país en su economía.

En la mayoría de los países de América Latina que se encuentran afectados por problemas sociales, como la extrema pobreza, es donde se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentra en su mayoría en zonas urbanas, rurales y en todos los sectores de la economía, sin embargo, sólo un pequeño porcentaje de estas microempresas tienen acceso a servicios de asesoramiento, capacitación y financiamiento financiero institucionalizados que les permitirá ser competitivas, es la razón del presente estudio que permitirá visualizar la forma de gestión adecuada para buscar la competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías en la ciudad de Tingo María.

El problema histórico de las Micro y pequeñas empresas (MYPES), es el escaso nivel de competitividad, por la informalidad y ausencia de garantías, de los gobiernos, tal vez por falta de visión, ya que no se preocupan por fortalecer sus estructuras, es por ello que las Micro y pequeñas empresas no tienen el menor incentivo en formalizarse (y/o que no pagan impuestos, no pierden tiempo en abrir su negocio por demora del papeleo, etc.); y la ceguera de los gobiernos en apoyarlos es tan solo en campañas políticas.

Otra de las debilidades que presentan las MYPES es la sensibilidad a desaparecer cuando existen crisis financieras si no se toman las medidas adecuadas para su supervivencia. Las MYPES son un gran porcentaje de las empresas del país que nutren de empleo a la población y así participan con una gran parte del PBI (Producto Bruto Interno).

En la ciudad de Tingo María donde se desarrolló la investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de artículos de ferretería que tienen más de siete años de permanencia en el rubro de estudio y que la gran mayoría se da a conocer de distintas

maneras. Es por ello que se plantea la pregunta de investigación: ¿Cuál son las 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, año 2017?

Para lo cual se plantea como objetivo general: 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, año 2017.

Como objetivos específicos tenemos tres que son: Determinar las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, año 2017; Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, año 2017; 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, año 2017.

Esta investigación se justifica por la importancia que nos permitió conocer el nivel descriptivo de las características de la Gestión de Calidad en la Competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías ubicadas en la ciudad de Tingo María, estableciendo las perspectivas que existen para promover el desarrollo de la Gestión de Calidad en la Competitividad de las MYPES en el rubro en estudio de esta ciudad; ya que es vital que este tipo de organizaciones siga creciendo considerando su importancia en la generación de empleo; siendo al mismo tiempo empresas con mayor movimiento económico no solo en el distrito y la provincia sino también en todo el país.

Para el desarrollo de la presente investigación, se pondrá en práctica una metodología de tipo descriptivo con tendencia cuantitativa, la cual tienen como guía principal los objetivos planteados, buscando profundizar el tema, desentendiéndose de la generalización. Dicha metodología permitirá centrarnos en la información proporcionada por los sujetos que son parte de la investigación. En la parte cuantitativa se realizará un conteo respectivo de las encuestas con el fin de poder plasmarlas en tablas y figuras, obteniendo como resultado el objetivo de determinar las principales características de la variable en estudio, obtenidas de información de primera fuente; se destaca también la necesidad de aplicación de técnicas ya que muchas veces su aplicación es un poco difícil de lo que se piensa a primera vista. La transcripción se considera un trabajo duro, y se necesita claridad y precisión en los criterios al determinar las principales características de la variable en estudio.

Se hace necesario mencionar las ventajas de la aplicación de dicha metodología, por la mayor interacción con los informantes, y se valora la posibilidad de llegar a una mejor comprensión de la realidad y la cercanía a problema de investigación planteado.

Así mismo, la investigación también se justificará porque nos permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera la gestión de calidad en la competitividad en el accionar de las Micro y pequeñas empresas del sector en estudio. Finalmente, el estudio nos servirá de base para realizar otros estudios similares en sectores productivos y de servicios de la ciudad de Tingo María.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

Llamo (2017), en su Tesis Titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación de las MYPES del sector comercialización - rubro ferreterías en el distrito de Juanjui, 2017”, tuvo como objetivo Conocer las características de la gestión de calidad y la capacitación en las MYPES, del sector comercialización –Rubro Ferreterías en el distrito de Juanjui año 2017, dando los siguientes resultados: Respecto a los datos generales del encuestado Del 100% de los representantes en las MYPES encuestadas, el rango de edad es de 36 – 50. Los empresarios de las MYPE, en la mayoría hombres, son muy adultos. En cuanto al género en esta investigación al 100% es masculino y en cuanto al grado de instrucción en su gran mayoría son de educación secundaria.

Del 100% de los encuestados el 80% afirman que su servicio está de acuerdo a las necesidades del cliente y el 20% indica su servicio no está de acuerdo a las necesidades del cliente. Lo que para las MYPES resulta que el servicio es de completa satisfacción del cliente. Los documentos de gestión que más utilizan es la investigación de mercados, el proceso que comprende las acciones de identificación, recopilación, análisis y difusión de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones de marketing. En el aspecto de la capacitación del personal en un 60% es capacitado y el 60% de los encuestados afirma que su servicio está de acuerdo a las necesidades del cliente porque quedan satisfechos de la atención y de la compra de los productos que ofrecen las ferreterías, en pequeño porcentaje quedan insatisfechos, en un 90% utilizan las tecnologías para promocionar los productos y para la misma atención hacia los clientes.

Respecto a la capacitación: Desde una concepción inconclusa por así decirlo, se puede considerar a la Capacitación como la “acción tendiente a proporcionar, desarrollar o perfeccionar las aptitudes de una persona con el propósito de prepararla para que se desempeñe correctamente en un puesto específico de trabajo”. Concluyó que Las edades de los representantes legales son de adultos, porque en este rubro dan importancia a tomar decisiones adecuadas. En el género es masculino en su gran mayoría quienes conducen a las MYPES en estudio. En el nivel de grado de estudios en la mayoría es de educación secundaria. Con respecto a la gestión de calidad se muestra la mayoría de los encuestados afirman que su servicio está de acuerdo a las necesidades del cliente y una minoría indica su servicio no está de acuerdo a las necesidades del cliente. Se muestra con el documento de gestión que realizan una investigación de mercados para competir, en cuanto a la implementación de la empresa en su mayoría implementan y en gran proporción responden

sobre la evaluación de satisfacción. Se muestra que en gran mayoría de estas MYPES hacen uso de las Tecnología para promocionar sus productos. En cuanto a la capacitación responden si recibió capacitación previa antes del otorgamiento de crédito en gran mayoría dice que sí, en respuesta a cuantos cursos recibieron capacitación la mayoría respondió en uno y en el curso que más se capacitaron fue en inversión del crédito financiero.

Horna (2017), en su Tesis Titulada, “Gestión de Calidad en atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro venta de Artículos de Ferretería, de la ciudad de Otuzco, 2016”, tuvo como objetivo Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016, dando los siguientes resultados: Con respecto a los empresarios, Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% de los representantes legales de la Mediana y pequeña empresa son adultos de 40-49 años, con un 60% entre 35-44 años. Que los representantes en estas edades adultas no tendrán mucha disposición a los cambios y además las empresas son sólidas dado la experiencia de los dueños.

Del 100% de los encuestados diremos lo siguiente: el 70 % de los representantes legales de la mediana y pequeña empresa son del sexo masculino.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 50% de los representantes legales de la mediana y pequeña empresa poseen grado de instrucción superior técnica; el 20% poseen grado de instrucción superior universitaria.

Con respecto a la Mediana y pequeña empresa, del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 50% de la mediana y pequeña empresa, posee hasta 5 años de creación.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% de las micro y pequeñas empresas del sector rubro venta de artículos de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016 posee un trabajador permanente; el 20% de las micro y pequeñas empresas dos trabajadores permanentes, el 10% de las micro y pequeñas empresas posee tres trabajadores permanentes, el 10% de las micro y pequeñas empresas posee cuatro trabajadores permanentes. La mayoría de empresas posee un trabajador permanente esto nos demuestra que son pequeñas y es congruente con lo anterior dado que son empresas nuevas.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% de las micro y pequeñas empresas se formó por emprendimiento; el 40% de las micro y pequeñas empresas se formó por falta de empleo. La mayoría se formó por emprendimiento esto nos demuestra que en el sector de Otuzco hay personas que identifican las oportunidades tomando

decisiones propias de emprendimiento y organizando sus recursos propios para así emprender su empresa.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% funciona en local alquilado. La mayoría funciona en un local alquilado esto es congruente con el tiempo que posee la empresa y con el emprendimiento del empresario que alquila un local y comienza su negocio más adelante comprará este local o se mudará a un local propio cuando la micro y pequeña empresa este más consolidada. Como lo demuestran las demás empresas en el estudio. Con Respecto a la gestión de calidad, Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 50% de las micro y pequeñas empresas si conoce sobre gestión de calidad.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 100% de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de artículos de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016 si desea saber más sobre la gestión de calidad. Asimismo, las MYPES llegarán a conocer más sobre gestión de calidad si se someten aceptar cambios dados en el tiempo.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 80% de las MYPES identifican a sus clientes. El 20% de las MYPES no identifica a sus clientes. Casi la totalidad de las empresas identifican a sus clientes esto les sirve para contar con una base de datos para las compras ventas y el stock.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% si posee información de sus clientes. Casi la mayoría posee información de sus clientes esto les ayuda a interactuar con ellos.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 70% casi nunca hace seguimiento a sus clientes, el 10 % algunas veces, el 10% con frecuencia y el 10% siempre. Casi la mayoría no hace seguimiento a sus clientes esto les impedirá saber sobre las necesidades o problemas que poseen, transfiriéndose al estado de ventas.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 70% de la MYPES utilizo 10 minutos en promedio en atender a un cliente, el 20% de la MYPES utilizó 5 minutos y solo el 10% utilizo 7 minutos. El tiempo de atención influye en muchos factores, pero los más relevantes son conocer su stock y dar una buena atención (disposición del que atiende) además de la cantidad de productos que compra un cliente.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% no usa software, el 40% si usa software. Más de la mitad no usa el software esto influirá en el tiempo y en la ganancia de la empresa dado que no saben el stock de productos que tienen en el almacén.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: el 60% hace uso de inventarios físicos, el 40% no hace uso de inventarios físicos. Más de la mitad de empresas realizan inventario físico esto es congruente con lo anterior e influye en el tiempo. Así mismo el no realizar inventarios perjudica las ventas y se posee un stock que no se conoce. Concluyó que Referente a los empresarios o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículo de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016, están representados por personas adultas de 40-49 años, son de género masculino, con grado de instrucción superior técnico universitario.

Referente a la mediana y pequeña empresa, la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículo de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016, poseen más de 5 años de creación, tienen más de un trabajador permanente, se formaron por emprendimiento y falta de empleo y funcionan en local alquilado. Con respecto a la gestión de calidad de atención al cliente, los empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículo de ferretería de la ciudad de Otuzco 2016, conocen y desean conocer más sobre gestión de calidad y además aplicarlas e implantarlas en su empresa, de esta forma identificar y hacer seguimientos a los clientes; así mismo más de la mitad hace uso de inventarios físicos y pocos son los que usan el software.

Garay (2017), en su Tesis Titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad y Rentabilidad en las MYPES sector comercial rubro ferretería de la provincia de Leoncio Prado, periodo 2017”, tuvo como objetivo conocer las características de la gestión de Calidad y Rentabilidad de las MYPES sector comercial rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio Prado periodo – 2017, con los siguientes resultados: Datos generales de los propietarios de las MYPES: De acuerdo a la encuesta realizada, la mayoría de los propietarios de las MYPES, sector comercial rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio Prado periodo – 2017, que es 55% son personas mayores de 41 años, el 35% tienen edades entre 31 a 40 años, solamente el 10% tienen edades entre 20 a 30 años. Podemos manifestar que las personas mayores de 40 años tienen suficiente personalidad para conducir MYPES en el rubro ferreterías.

En cuanto al género de los propietarios el, 70% son de género masculino y el 30% de género femenino, es decir las MYPES en el rubro ferreterías en la Provincia de Leoncio Prado mayormente son liderados por el género masculino.

De acuerdo al grado de instrucción de los propietarios de las MYPES rubro ferreterías, el 45% tiene educación secundaria, el 30% educación superior no universitaria, el 15% educación superior universitaria, finalmente un mínimo del 10% tiene formación primaria. Esto implica, que una persona cuanto mayor grado de instrucción tenga, tendrá mayor

capacidad para conducir la MYPE en los servicios rubro hoteles, sin embargo, según la encuesta la mayoría tiene formación secundaria. Características de la gestión de calidad: Del total de las MYPES encuestadas, el 45% no realiza capacitación a su personal, para mejorar la calidad de atención al cliente, el 35% si realiza capacitación a su personal y el 20% a veces brinda capacitación a su personal. Un personal capacitado se encuentra preparado para la buena atención al cliente, según la encuesta la mayoría no está capacitada.

Los documentos de gestión que usan para mejorar la calidad del servicio, se observa que la mayoría que es el 50% brindan sus servicios de acuerdo a un plan de trabajo, el 30% cuentan con plan estratégico y un mínimo del 20% se basan en investigaciones de mercados, este documento de gestión permite conocer el estado verdadero de los ofertantes y demandantes, a partir de ello tomar decisiones acertadas para mejorar la calidad del servicio, sin embargo la mayoría de encuestados no cuentan con dicho documento.

El uso de la tecnología de la información y comunicación permite mejorar los servicios, de acuerdo a la encuesta realizada, el 45% que representa a la mayoría no hace uso de las TICS, el 30% si recurre al uso de las TICS y un 25% a veces usa las TICS. El cliente tiene que estar presente en las ferreterías para ser atendidos, no se emplean las redes sociales en su mayoría.

En el servicio delivery de las MYPES rubro ferreterías, de la Provincia de Leoncio Prado, la mayoría que es 45% no realiza este tipo de servicio, el 40% si efectúa este servicio, mientras que el 15% a veces realiza dicho servicio. Delivery significa atención a domicilio según pedido del cliente.

La fidelidad significa que el cliente es consecuente en optar por una ferretería para la satisfacción de sus necesidades, de acuerdo a las características ofertadas, sin embargo, la encuesta muestra que el 60% de los clientes no son fieles a los servicios de las MYPES, es decir no hacen uso de los servicios de una misma ferretería, el 40% si son clientes fieles, de lo expresado podemos manifestar que, por un buen servicio ofrecido, el cliente solo se recomienda.

Características de la rentabilidad: El nivel de ventas es un indicador de rentabilidad de las MYPES, de acuerdo a la encuesta los resultados arrojaron que el 40% tienen niveles de venta media durante el mes, el 35% tienen altas ventas, solamente el 25% tienen bajas ventas.

En cuanto a la calidad del producto ofertado por las MYPES, el 55% ofertan productos de buena y regular calidad, el 25% presentan productos de regular calidad, y solamente el 20% de cuentan con productos de buena calidad.

El gran capital financiero permite a las MYPES, satisfacer a los clientes que exigen grandes volúmenes de productos de ferretería, La encuesta realizada nos muestra que el 60% de las



MYPES, no cuenta con gran respaldo de capital, solamente el 40% cuenta con capital suficiente para atender a los grandes pedidos del cliente.

Referente a la implementación de las MYPES de ferreterías en la Provincia de Leoncio, según la encuesta se observa que el 40% se implementa cada dos meses, el 30% cada seis meses, un 20% cada cuatro meses, finalmente un 10% se implementa cada año. Concluyó que La mayoría de los propietarios de las MYPES, sector comercial rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio Prado, son mayores de 41 años, estando en una edad adecuada para liderar su negocio de manera responsable.

Los propietarios de las MYPES en su mayoría son de género masculino y con grado de instrucción secundaria, es decir no tomaron mucha importancia para los estudios superiores.

Respecto a la Gestión de Calidad, la mayoría de las MYPES no realiza capacitación a su personal para mejorar la calidad de atención al cliente, por lo tanto, los servicios de ferretería en la Provincia de Leoncio Prado son deficientes.

La mayoría de las MYPES, para mejorar la calidad del servicio de ferretería, usan el plan de trabajo, algunos cuentan con plan estratégico, muy pocos recurren a la investigación de mercados, este último es un documento de gestión que contiene información sistematizada para la toma de decisiones acertadas en cuanto a mejoras de la calidad del servicio.

El uso de las TICS a través de las redes sociales en las MYPES, son importantes para mejorar la calidad del servicio, sin embargo, la mayoría no está haciendo.

Muchos de las empresas de ferreterías no ofrecen servicios delivery, generando a que los clientes realizan mayores gastos en el traslado de los productos comprados.

No existe fidelidad por la mayoría de los clientes hacía las MYPES, sector comercial rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio Prado, debido a la deficiente atención.

Los niveles de ventas son medias, pocas empresas de ferreterías tienen altas ventas, siendo este un gran indicador de rentabilidad.

Las empresas de ferreterías en su mayoría ofertan productos de buena y regular calidad, de acuerdo a la necesidad y capacidad de pago del cliente.

Los propietarios de las MYPES mayormente no cuentan con capacidad de capital, para poder implementar en forma permanente su negocio y de esta manera satisfacer la expectativa de los clientes que requieren productos en grandes volúmenes, permitiendo a la vez generar grandes utilidades a la empresa.

Miranda (2016), en su Tesis Titulada “Caracterización de la Gestión de calidad del servicio y competitividad de las MYPES del sector transporte en el distrito de Juanjui, periodo 2015-2016”, tuvo como objetivo conocer las características de la gestión de calidad y

competitividad en las MYPES rubro transporte terrestre de la ciudad de Juanjui, año 2015-2016, dando los siguientes resultados, respecto al perfil de los representantes legales, la mayor parte de los representantes legales de las MYPES tienen instrucción secundaria, se puede apreciar en menor cantidad que existen representantes que tengan estudios primarios, sin embargo el 13 % de las MYPES aún tienen representantes sin instrucción, lo que estaría indicando que las MYPES que tienen representantes instruidos en estos tiempos donde los mercados son cada vez más competitivos, tienen las posibilidades de que su empresa sea exitosa debido a la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos por los representantes que han recibido instrucción. Respecto a las características de MYPES, el 40 % de MYPES encuestadas tienen más de tres años en el mercado, lo que indica que aquellas que tienen mayor tiempo en el mercado tienen más experiencia que las que solo tienen un año, lo que significa una ventaja en contra de la competencia, debido a que estas conocen los momentos fructíferos del negocio los cuáles saben cómo aprovecharlos, mientras que las que aún están iniciando aún están aprendiendo sobre esto.

Los representantes legales de las MYPES encuestadas muestran que el 33% sí cuentan con trabajadores permanentes solo con el 20% que equivale a 3 trabajadores no tienen permanente. Respecto a la característica de la competitividad, las MYPES que han sido encuestadas se dedican al rubro transporte terrestre en la mayoría aprueba la competitividad en un 67% para el buen desempeño de la MYPES del sector comercial el 80% sí asesoran al comprador de las MYPES, por lo que se puede decir que los clientes se sienten satisfechos, ya que con los resultados de la encuesta podemos afirmar que el servicio no es brindado en buena calidad, lo que indica que no supera las expectativas.

En la entrega del producto al cliente con la menor demora posible indica según las encuestas realizadas el 53% de las MYPES lo hace con menor frecuencia, lo que se indica que los trabajadores son incapaces para proporcionar el producto, pero no garantiza la compra del mismo ya que no brindan el asesoramiento que muchos clientes desearían obtener, sin tomar en cuenta el factor dinero.

Los representantes de las MYPES perciben que el trato al cliente mejora la competitividad de las empresas, lo que indica que procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores, manifestando que si hubiera algún descuido del trabajador sería descontado por el empleador. En lo que corresponde a sus consultas o reclamos posteriores a la compra se manifiesta con mayor frecuencia en la atención al cliente, tomando en consideración que para evitar estos inconvenientes se debe mejorar según el asesoramiento para de esta manera

involucrarnos más con la MYPES y con los requerimientos de los clientes que son la base de la economía y progreso constante de la MYPES.

Respecto a la característica de la gestión de calidad, en el Perú el 74.3% de las MYPES en general son empresas informales, las razones por las que no la hacen es por la complejidad del proceso en sí, procedimientos largos y complicados, lo que genera altos costos; todo esto ocasiona que los propietarios de las MYPES no pongan interés en formalizarse, y las MYPES encuestadas pertenecientes al sector comercial rubro transporte terrestre muestran cifras lo contrario a la informalidad siendo esta el 80% de MYPES formales, por otra parte todas los encuestados perciben que la formalidad es importante, pero no lo hacen por la dificultad para el procedimiento; Sin embargo la mayor parte de ellos tienen conocimiento de los procedimientos para formalizarse pero también es cierto que existe una parte que no conoce los procedimientos.

Una gran mayoría de las MYPES encuestadas 80% sí consideran que las redes sociales son importantes para la atención de sus clientes; sin embargo, se puede constatar que de esta manera captan la curiosidad e interés del cliente para la compra del producto y la fidelización del mismo como valor agregado.

En más de tres años con un 40% el empleador capacita e incentiva a los trabajadores de las MYPES, lo que genera insatisfacción de los mismos por no tomar en cuenta las nuevas técnicas e innovaciones para atender mejor a sus clientes. Se debería invertir en mejorar las habilidades de nuestros talentos humanos para que de esta manera puedan convertirse en una herramienta estratégica para la MYPES.

Con un 80% sí considera que el personal de ventas y servicios es honesto en la información que le proporciona, lo que se sugiere es tener en cuenta al momento de contratar al personal y evitar la publicidad engañosa como medio para beneficiarse sin tener en cuenta que esto puede generar una decaída en las ventas. Hoy en día tan existen instituciones que velan por el cumplimiento de un verdadero manejo y control del desenvolvimiento de las MYPES como es el caso de INDECOPI. Concluyó que Respecto al perfil del empresario, del 100% de los representantes legales de las MYPES encuestados se puede afirmar que el 47 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, y el 93% son de género masculino, el 33 % solo tienen estudios secundarios, el 40% de los representantes legales de las MYPES encuestados son artesanos. Respecto a las características de las MYPES, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 40 % se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, mientras tanto que el 80% son empresas formales solo el 33% tiene 5 trabajadores permanentes. Respecto a las características de la competitividad, los empresarios

encuestados manifestaron que, respecto a la competitividad, el 67% aprueban el buen desempeño de las MYPES, mientras que el 80% el vendedor sí asesora al comprador en las MYPES. El 53% entrega el producto al cliente con la menor frecuencia posible, el 53 % procesan el pago de los clientes de manera rápida y sin errores y el 40% responden con mayor frecuencia a sus consultas o reclamos posteriores a la compra. Respecto a la característica de la gestión de calidad de las MYPES en estudio el 80% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 60% utiliza la radio para la publicidad del producto de las MYPES, el 40% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las MYPES, el 40% considera que la infraestructura de las instalaciones es muy bueno, mientras que el 80% considera que el personal de ventas y servicios sí es honesto en la información que le proporciona al cliente.

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

### **Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas son organizaciones creadas y dirigidas muchas veces por sus propietarios, según la Ley N° 28015 (2003) en su Artículo 2. Define a las micro y pequeñas empresas 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 objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”, esto significa que toda Micro y pequeña empresa son organizaciones que deben estar formalizadas para ser consideradas en este estudio.

### **Características de las Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas tienen ciertas características que las ubican según el nivel de ventas que realizan, estas características están establecidas en la Ley N° 30056 (2013) en su Artículo 5°. “Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de venta anuales”:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), (Art. 5).

**Micro y pequeñas empresas:** Las micro y pequeñas empresas surgen o se forman por una necesidad, ya sea personal o grupal en las cuales desean tener un ingreso de rentabilidad que les genere una estabilidad económica y a la vez generar empleos, así como lo manifiestan Jiménez (2006), quien señala la necesidad de apoyo a la MYPES y sostiene que “las micro y pequeñas empresas (MYPES) surge de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el estado ni tampoco las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales que es la generación de puestos de trabajo; y por lo tanto estas personas guiadas por esta necesidad buscan la manera de poder generar su propia fuente de ingreso y para ellos se corresponden de diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios y pequeñas empresas con el fin de auto emplearse y emplear a sus familias; y tienen que valerse de la informalidad para poder lograrlo”. Conocer este tema servirá para visualizar que las micro y pequeñas empresas son las generadoras de empleo en diferentes partes del mundo y las cuales son de gran importancia para los países en sus economías.

#### **La informalidad de las micro y pequeñas empresas en el Perú**

Las informalidades de las MYPES en nuestro país se dieron por muchos motivos, las cuales no fueron satisfechas las necesidades de la población peruana por parte del gobierno de nuestro país; como por grandes empresas nacionales y extranjeras, lo que les llevo a cada persona a poder generar un ingreso para su hogar tal como lo menciona Correa (2015); las micro y pequeñas empresas surge de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el Estado ni tampoco por las grandes empresas nacionales ni las inversiones de las grandes empresas internacionales que es en la generación de puestos de trabajo y por lo tanto estas personas guiadas por esa necesidad, buscan la manera de poder generar su propia fuente de ingreso y para ello se corresponden de diferentes medios para conseguirlo, creando sus negocios y pequeñas empresas con el fin de auto emplearse y emplear a sus familias; pero tienen que valerse de la informalidad para poder lograrlo. De acuerdo con el Banco Mundial, la informalidad empresarial en el Perú se basa en el rechazo o carencia de tres elementos básicos: la licencia de funcionamiento y permisos, el pago de impuestos y el registro de trabajadores en planilla.

**Gestión de Calidad:** Es cumplir los parámetros para lograr un buen producto o servicios al cliente logrando esto que los clientes se sientan satisfechos. Como lo menciona Joseph juran, es estar en forma para el uso, desde los puntos de vista estructurales, sensoriales, orientados en el tiempo, comerciales y éticos en base a parámetros de calidad de diseño, calidad de cumplimiento, de habilidad, seguridad del producto y servicio en el campo. Esto permitirá y

ayudará a que los propietarios realicen procesos eficientes para que puedan obtener calidad consistente en sus productos o servicios que brinden a la sociedad.

**Calidad:** Entendemos por calidad al buen servicio o buen producto que se les brinden a los clientes para que estos se sientan satisfechos con el producto o servicio brindado. Tal como lo define Philip B. Crosby en donde nos dice que la “Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente detectada es una ausencia de calidad”.

En resumen, podemos decir que la calidad es: “Cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos”.

**Satisfacción al cliente:** La satisfacción al cliente es que el cliente se sienta satisfecho con el producto o servicio que ha adquirido. Tal como lo define Philip Kotler es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comprar el percibido de un producto o servicio con sus expectativas. Esto permitirá saber al propietario como están sus colaboradores respecto al servicio que están brindando a sus clientes, si hay puntos a corregir o seguir mejorando más su atención para que esto pueda generar clientes permanentes en su negocio generando más rentabilidad y éxito en la empresa.

**Servicio al cliente:** Brindar un buen servicio al cliente es lograr que el cliente se sienta satisfecho con la atención brindada y esto genere que la empresa tenga un cliente fijo y este regrese, y a la vez genere clientes a través de comentarios positivos que este cliente hablará sobre el servicio que brinda la empresa. Tal como lo argumenta Dámaso J. (1987), que el buen servicio al cliente se trata de hacer que los clientes regresen. Y también de hacer que se vayan felices – felices lo suficiente para pasar comentarios positivos a otros, que posteriormente podrán probar tu producto o servicio y convertirse en clientes nuevos. Conocer este tema permitirá que los propietarios de las empresas capaciten a sus colaboradores para que estos puedan brindar una buena atención a sus clientes logrando una satisfacción en ellos y permitiendo esto que se genere más rentabilidad para el negocio.

### **Evolución de la calidad.**

Un cambio importante surge después de la segunda guerra mundial cuando comienza la producción en masa en donde todo lo que se producía tenía salida, existiendo un mercado ansioso por consumir. Comienza una mayor diversificación de productos, pero la demanda seguía superando la oferta, y el cliente no tenía todavía poder sobre las organizaciones. Las características principales de esta primera etapa del desarrollo industrial moderno eran las siguientes:

- Toda la producción estaba vendida.
- El fabricante diseñaba el producto y especificaba sus características.
- La calidad no era una preocupación ni una actividad de la empresa.
- Se consideraba natural que hubiese fallas, y que se reparara sobre la marcha.
- El concepto clave era “inspección” **(Peresson, 2007)**.

### **Calidad total**

Según Humberto Cantú Delgado, en su libro Desarrollo de una Cultura de Calidad (2001), muestra de manera resumida las categorías o rubros implicados en el concepto de Calidad Total, Luego, Humberto Cantú, agrupa dichas categorías en ocho áreas las cuales facilita a la organización el vislumbramiento del concepto de Calidad Total para la organización, quedando:

- Liderazgo
- Planeación estratégica
- Posicionamiento del mercado
- Sistema humano
- Sistema operacional
- Control de proveedores
- Mejoramiento de la calidad
- Control del proceso

**(Peresson, 2007)**.

### **La mejora de la calidad**

Es realizar los cambios oportunos para que se alcance niveles de calidad más elevados, el no cumplir con los requisitos implica ausencia de la calidad. **(Tissieres, 2013)**.

### **Estrategia clave de la competitividad**

Según Becerra, Ramírez, Sáenz & Solórzano (2009); nos manifiestan que en esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

## **Competitividad y competencias clave**

Según Porter (1996), manifiesta que la teoría clásica de competencia, a la que ya nos hemos referido en otras ocasiones, defendía que el entender las cinco fuerzas de la competencia era la clave de la formulación de la estrategia, que tenía que estar basada en las ventajas competitivas de la empresa.

Se pueden distinguir tres niveles de competencia: la sectorial (afecta a las empresas de un sector), la internacional (del sector en el extranjero) y la de excelencia (de uno consigo mismo). Por definición; en un negocio global, la primera y la segunda coinciden, ya que el ámbito competitivo es, al menos internacional, cuando no planetario. Casi en todos los casos, los líderes están enfocados a la competencia de excelencia, y su posición, eminentemente defensiva, se basa en administrar la ventaja que le llevan al segundo (challenger, desafiador).

### **2.3. Marco conceptual**

En la actualidad las micro y pequeñas empresas de los sectores comercio, servicio y producción de la ciudad de Tingo María, actúan de forma empírica, aunque conocen de parte de muchos medios de comunicación de los cuales reciben información de cómo organizar su negocio y gestionar las actividades diarias por medio de amigos, familiares que han tenido alguna asesoría, por televisión, por internet, tips de cómo dirigir la tesorería y el manejo del recurso humano. La mayoría lleva una contabilidad simple y empírica, para solo determinar las ganancias que obtendrán pues su único enfoque es la venta.

#### **Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas es la unidad económica 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 prestaciones de servicios.

#### **La estructura de la microempresa**

En principio, es necesario señalar que la estructura, las funciones y los procedimientos no pueden ser aplicados mecánicamente, ni mucho menos, copiados entre las diferentes microempresas. La estructura es el esqueleto en el que se apoyan todas las decisiones y actividades que tienen lugar en ella. A nivel de microempresa la estructura se suele adaptar a las características del emprendedor que la gestiona, al desarrollo de la empresa y al giro del negocio; es decir, que el diseño organizacional termina por personalizarse en todos sus niveles y para cada una de sus actividades. Cada microempresa deberá determinar el tipo de estructura que le resulte más conveniente en relación con su nivel de desarrollo, actividad,



composición interna y objetivos. Esta estructura organizacional irá cambiando en función de la evolución de la misma a lo largo del tiempo. Diseñar una estructura apropiada es el primer paso de la organización empresarial. Este consiste básicamente en:

- Asignar a cada empleado tareas individuales.
- Establecer o definir las relaciones entre las diferentes personas que deben realizar las tareas establecidas. Según Barragán, Existen cuatro estructuras organizativas básicas: La estructura simple, estructura funcional, estructura divisional y estructura matricial, cada una se adapta a un tamaño y complejidad de los procesos de las empresas empezando por la estructura simple hasta llegar a la matricial.

Según Barragán & Barragán (2002) manifiesta que una MYPES por lo general utiliza una estructura básica de organización en la que la cabeza visible tanto en la parte operativa como en la administrativa es siempre el propietario, esta simplicidad obedece a que el número de personal es reducido no excediendo en la mayoría de los casos de 5 personas y por otro lado a que por la naturaleza de sus operaciones debe ser siempre rápida de tal modo que a capacidad de decisión es frecuentemente compartida entre los empleados y el mismo propietario delega autoridad. Una característica de la estructura de las MYPES es la multifuncionalidad del personal, ya que es usual ver que las tareas operativas y administrativas se comparten y transfieren entre los empleados permanentemente.

### **El perfil del representante de las Micro y pequeña empresa**

En nuestro país más del 70% de nuestras empresas son de tamaño micro y pequeña empresa. De ellas más del 90% son administradas por sus propios dueños y la gran mayoría de ellos no cuenta con una carrera profesional para ejercer el oficio. El perfil de procedencia no es muy variado entre ellos se encuentran:

- Desempleados (recientes).
- Empleados (con inquietud).
- Estudiantes por graduarse y/o recién graduados.
- Amas de casa (con inquietud).

### **Calidad de servicio**

La calidad del servicio se presenta solo si el servicio responde a las necesidades del cliente, en precio, plazo de entrega y adecuación a sus objetivos. El grado en el que el servicio satisface con éxito las necesidades del cliente, a medida que se presta. La aptitud para el uso, queda determinada por unas características del servicio que el cliente reconoce como

beneficiosa como la puntualidad, cortesía, consistencia, accesibilidad, exactitud, limpieza, entre otros.

### **Calidad total**

Es una filosofía que una empresa orienta para satisfacer mejor que los competidores; y de manera permanente y plena, las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, mejorando continuamente todo en la organización.

### **Ferretería**

Se denomina ferretería al local destinado a la venta de productos metálicos y de otro tipo que resultan útiles para el desarrollo de tareas de construcción, reparación y bricolaje. Al individuo que tiene a su cargo el establecimiento se lo conoce como ferretero.

### **Comercio**

El concepto de comercio proviene del latín commercium. Si bien es una primera instancia puede ser definido como la negociación a partir de la compra, venta o intercambio de bienes y servicios, su significado puede variar según la disciplina desde la cual sea tratado.

### **III. HIPÓTESIS**

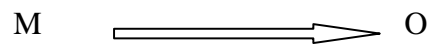
La presente tesis no plantea hipótesis por tratarse de una investigación de nivel descriptivo.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño de la investigación

No experimental: La investigación fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.

Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.



Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

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

### 4.2 Población y muestra

- a). **Población.**- El presente estudio se realizó con una población de 10 micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017; lo cual se encontró mediante la información proporcionada por la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado **ANEXO N° 1.** (Relación de MYPES).
- b). **Muestra.**- Se tomó como muestra las 10 micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017, de la cual representa el 100 % del total de la población, la cual cumplían con todos los requisitos y proporcionaron información.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
<b>Perfil de los representantes legales de las MYPE</b>	<p><b>Dueño;</b> es el poseedor de una cosa respecto a esta.</p> <p><b>Gerente;</b> es la persona que dirige, administra y representa a una empresa o sociedad y en la que se personifican sus órganos directores.</p>	Edad	<b>Razón:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 18 a 30</li> <li>• De 31 a 50</li> <li>• De 51 a más</li> </ul>
		Sexo	<b>Nominal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Femenino</li> <li>• Masculino</li> </ul>
		Grado de instrucción	<b>Ordinal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin instrucción</li> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> <li>• Superior no Universitaria</li> <li>• Universidad</li> </ul>
		Cargo que desempeña	<b>Nominal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dueño</li> <li>• Administrador</li> <li>• Gerente</li> </ul>
		Tiempo que desempeña el cargo	<b>Razón:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 0 – 3 años</li> <li>• 4 – 6 años</li> <li>• 7 a más</li> </ul>
<b>Perfil de las</b>	<b>MYPE</b> es la unidad económica, natural o jurídica, cualquiera sea su	Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro	<b>Razón:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 0 – 3 años</li> <li>• 4 – 6 años</li> </ul>

<b>MYPES</b>	forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 a más años</li> </ul>
		La empresa es:	<b>Nominal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formal.</li> <li>• Informal</li> </ul>
		Su empresa se creó para:	<b>Nominal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar ganancias</li> <li>• Subsistencia</li> </ul>
Competitividad de las MYPE.	Algunas características de la competitividad de las MYPE	Conocimiento del término competitividad	<b>Nominal:</b> Sí. No.
		Empresa Competitiva	<b>Nominal:</b> Sí. No.
		Potencial competitivo de la empresa	<b>Nominal:</b> Precio. Calidad. Atención al cliente. Otros.

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los	Planificar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos</li> <li>• Estrategias</li> <li>• Procedimientos</li> </ul>	<b>Nominal</b>
		Dirigir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Motivación</li> </ul>	<b>Nominal</b>
		Implantar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación</li> </ul>	<b>Nominal</b>

	programas y controla		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interiorización</li> <li>• Adaptar</li> </ul>	
	los resultados de la función	Controlar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar</li> <li>• Comparar</li> <li>• Verificar</li> </ul>	<b>Nominal</b>
	calidad con vistas a su mejora permanente	Satisfacer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar valor</li> <li>• Dar a conocer</li> <li>• Negociar</li> </ul>	<b>Nominal</b>

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se empleó, fue la encuesta aplicado a los representantes legales de las 10 MYPES con la finalidad de obtener información de la organización; y con estas desarrollar nuestro estudio de investigación.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario integrado por 19 preguntas cerradas solicitando para ello la mayor transparencia en su respuesta. **ANEXO 02** (Cuestionario).

#### **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 las 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 de los representantes de las MYPES. Los resultados se presentan en tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.



#### 4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Metodología			
			Población y muestra	Hipótesis	Metodología	Técnica e instrumento
<p><b>Central:</b></p> <p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en la Competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro</p>	<p><b>General:</b></p> <p>Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro Ferreterías de la ciudad de tingo María, año 2017.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las principales características</li> </ul>	<p><b>Gestión de calidad:</b></p> <p>Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (recursos, procedimientos, documentos, estructura organizacional y estrategias) para lograr la calidad de los productos o servicios que se</p>	<p><b>Población</b> en estudio está conformada por los propietarios de las MYPE del sector comercio, rubro Ferreterías de la ciudad de Tingo María que suma un total de 10 MYPES.</p> <p><b>Muestra:</b> tomada es de 10 MYPES.</p>	<p>La presente tesis no plantea hipótesis por tratarse de una investigación de nivel descriptivo.</p>	<p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental: La investigación fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.</p> <p><b>Descriptivo:</b> La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las</p>	<p>Las técnicas que se empleó fue la encuesta aplicado a los representantes legales de las 10 MYPES con la finalidad de obtener información de la organización; y con estas desarrollar nuestro estudio de investigación.</p> <p>El instrumento que se utilizó fue el cuestionario integrado por 19 preguntas cerradas solicitando para ello la mayor</p>

<p>ferreterías de la ciudad de tingo maría, año 2017?</p>	<p>de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, de la ciudad de tingo maría, año 2017.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las principales características de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, de la ciudad de tingo</li> </ul>	<p>ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la organización.</p> <p><b>Competitividad:</b> Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de</p>			<p>variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>	<p>transparencia en su respuesta. <b>ANEXO 02</b> (Cuestionario).</p>
---	--	--	--	--	---	---

	<p>maría, año 2017.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, de la ciudad de tingo maría, año 2017.</li> </ul>	<p>poder ofrecer un menor precio fijado una cierta calidad.</p> <p>Concebida de esta manera se asume que las empresas más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a expensas de empresas menos competitivas, si no existen deficiencias de mercado que lo impidan.</p>				
--	---	--	--	--	--	--

#### **4.7 Principios éticos**

En el presente estudio de investigación “Gestión de Calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, año 2017” utilizamos el principio de la confidencialidad; ya que las preguntas hechas en el cuestionario estuvieron hechas de forma anónima y la información recabada sea accesible al personal autorizado. Además, se utilizó el respeto a las personas llegando de forma muy respetuosa a recabar información a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, el cual me ha servido para realizar un análisis.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Tabla 01. Características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, año 2017.**

<b>Datos generales:</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30	1	10,0
31 – 50	6	60,0
51 a más	3	30,0
Total	10	100,0
<b>Sexo</b>		
Masculino	7	70,0
Femenino	3	30,0
Total	10	100,0
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	5	50,0
Superior no universitaria	0	0,0
Superior universitaria	5	50,0
Total	10	100,0
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	5	50,0
Administrador	1	10,0
Gerente	4	40,0
Total	10	100,0
<b>Tiempo que desempeña en el cargo (años)</b>		
0 a 3	2	20,0
4 a 6	2	20,0
7 a más	6	60,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017

**Tabla 02. Características de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017.**

<b>De la empresa:</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)</b>		
0 a 3	2	20,0
4 a 6	2	20,0
7 a más	6	60,0
Total	10	100,0
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5	8	80,0
6 a 10	2	20,0
11 a más	0	0,0
Total	10	100,0
<b>Las personas que trabajan en su empresa son:</b>		
Familiares	10	100,0
Personas no familiares	0	0,0
Total	10	100,0
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancia	5	50,0
Subsistencia	5	50,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017.

**Tabla 03. Características de la Gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017.**

<b>Gestión de calidad</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Conoce el término Gestión De calidad</b>		
Si	5	50,0
No	5	50,0
Total	10	100,0
<b>Técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce</b>		
Benchmarking	3	30,0
Red-corporativas	0	0,0
Empowerment	0	0,0
Las 5 c	2	20,0
Outsourcing	0	0,0
Ninguno	5	50,0
Total	10	100,0
<b>Dificultades para la implementación de Gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	3	30,0
Aprendizaje lento	0	0,0
No se adaptan a los cambios	2	20,0
Desconocimiento del puesto	0	0,0
Otros	5	50,0
Total	10	100,0
<b>Técnicas para medir el rendimiento Del personal conoce</b>		
La observación	1	10,0
La evaluación	9	90,0
Escala de puntuaciones	0	0,0
Evaluación de 360°	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	10	100,0
<b>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</b>		
Si	6	60,0
No	4	40,0
Total	10	100,0

**Continúa...**

**Tabla 03. Características de la Gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017.**

**Conclusión**

<b>Competitividad</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Conoce Ud. El término Competitividad</b>		
Sí	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
<b>Se considera una empresa Competitiva</b>		
Si	10	100,0
No	0	0,0
Total	10	100,0
<b>Su empresa cuenta con un Plan estratégico</b>		
Sí	03	30,0
No	07	70,0
Total	10	100,0
<b>En que te diferencias de las demás Empresas</b>		
Precio	05	50,0
Calidad del producto	0	0,0
Calidad del servicio	01	10,0
Variabilidad de marcas	04	40,0
Total	10	100,0
<b>Qué tipo de publicidad usan</b>		
Paneles	0	0,0
Periódico	0	0,0
Afiches	0	0,0
Otros	10	100,0
Total	10	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Tingo María, 2017.



## **5.2 Análisis de resultados**

### **Respecto a los datos generales de los representantes legales de las MYPES**

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 60% de los representantes legales de las MYPES son adultos de 31 a 50 años. Estos resultados tienen similitud a los encontrados por Horna (2017) con un 60% entre 40-49 años y Garay (2017) con un 55% de representantes mayores a 41 años. Que los representantes de las MYPES están siendo dirigidos por personas entre 31 – 50 años de edad en promedio, capaces de lograr metas, objetivos y por la experiencia así poder evitar fracasos y quiebras en el rubro a que se dedican.

Del 100% de los encuestados diremos lo siguiente: El 70% de los representantes legales de las MYPES son del sexo masculino. Estos resultados son similares a los encontrados por Horna (2017) con 70%, así mismo Garay (2017) con 70%. Esto nos indica que las MYPES están siendo dirigidas mayormente por el sexo masculino.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 50% de los representantes legales de las MYPES poseen grado de instrucción secundaria; el 50% poseen grado de instrucción superior universitaria. Estos resultados encontrados expresan similitud con Garay (2017) 45% educación secundaria. Esto demuestra que los representantes legales de las MYPES cuentan con un porcentaje igualitario entre educación secundaria y superior universitaria para poder dirigir su empresa.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 50% de los representantes legales de las MYPES son dueños, el 40% son gerentes y un 10% son administradores. La mayoría de los representantes legales son dueños.

### **Respecto a las Características de las MYPES**

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 60% de las MYPES, posee de 7 a más años su tiempo de permanencia en el rubro, el 20% tiene de 0-3 años y 20% de 4-6 años de permanencia. La mayoría de las MYPES tiene de 7 años a más como tiempo de permanencia en el rubro.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 80% de las MYPES cuentan de 1-5 trabajadores, el 20% tiene de 6-10 trabajadores. La gran mayoría cuenta de 1-5 trabajadores en su empresa.

Del 100% de los encuestados podemos mencionar lo siguiente: El 100% de los trabajadores son familiares. Esto nos indica que las MYPES están formadas en un 100% por los miembros de las familias.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 50% de las MYPES ha sido creado para generar ganancia y el 50% para subsistir. Esto nos indica que los empresarios al crear las MYPES buscan generar ganancia y mientras en otros casos solo para poder subsistir, ya que hay mucha competencia con las demás MYPES.

### **Con respecto a la Gestión de Calidad en la competitividad**

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 50% de las MYPES si conoce sobre gestión de calidad, coincidiendo con los datos, Horna (2017) con 50%.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 50% de las MYPES no conoce técnicas modernas de la Gestión de Calidad, el 30% conoce el Benchmarking y solamente el 20% las 5c, podemos apreciar que la mayoría de los representantes legales de las MYPES desconoce las técnicas modernas de la gestión de calidad.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 50% de las MYPES encuentra otros tipos de dificultades para la implementación de la gestión de calidad, el 30% tiene poca iniciativa y un 20% no se adaptan a la implementación. La mayoría de los representantes legales encuentra muchos tipos de dificultades para poder implementar la gestión de calidad en su micro y pequeña empresa.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 90% de las MYPES emplea la técnica de la evaluación para medir el rendimiento y un 10% no lo emplea. La gran mayoría de los representantes legales de las MYPES emplean como técnica la evaluación para medir el rendimiento de sus trabajadores.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 60% de las MYPES considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y el 40% que no contribuye. La mayoría de los representantes legales considera que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 100% de las MYPES conoce el término competitividad. La gran mayoría de los representantes legales de las MYPES si conoce el término competitividad.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 100% de las MYPES se considera una empresa competitiva. La gran mayoría de los representantes legales de las MYPES considera que su empresa es competitiva.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 70% de los representantes legales de las MYPES no cuenta con un plan estratégico y el 30% si cuenta.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 50% de las MYPES se diferencia de las demás por el precio, el 40% por tener variabilidad de marcas y el 10% calidad de servicio. La mayoría de las MYPES se diferencia de las demás por el precio.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 100% de las MYPES usan otros medios para dar a conocerse como empresa en venta de artículos de ferretería. La gran mayoría utiliza otros medios de publicidad para darse a conocer como empresa.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1. Conclusiones**

#### **Referente a los representantes legales de las MYPES**

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería de la ciudad de Tingo María, año 2017, están representados por personas entre 31 a 50 años, son de género masculino, con grado de instrucción superior universitaria, son dueños y tienen de 7 a más años desempeñando el cargo.

#### **Referente a las características de la mediana y pequeña empresa**

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería de la ciudad de Tingo María, año 2017, tienen de 7 a más años de permanencia de la empresa en el rubro, tienen entre 1-5 trabajadores, las personas que trabajan son familiares y el objetivo de la creación es de generar ganancia y subsistencia.

#### **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.

La totalidad de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas conocen el término competitividad y consideran que su empresa es competitiva; un gran porcentaje de las empresas no cuenta con un plan estratégico, un gran porcentaje indica que el precio es la diferencia entre las otras empresas y en su totalidad de los representantes legales de las MYPES manifiestan que dan a conocer su empresa por otros medios de publicidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Atkinson, F. (1990). *Creating Culture Change: The Key to Successful Total Quality Management*. IFS Publications.
- Barragán, J. & Barragán, J.A. (2002) *Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la nueva economía global*. México: Trillas.
- Belausteguigoitia, R. I. (1996). "La relación familiar: característica más notable de las organizaciones mexicanas", *Revista Administrate Hoy*, octubre III/ No. 30.
- Beltrán, O. (2014) "Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las MYPES del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014". Recuperado el 17 /03 /2017, en: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/#>
- Cantú, D. H. (2001). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. Mc Graw Hill, México.
- Carlzon, J. (2012). *Define la Gestión de Calidad*. Recuperado el 15 de marzo del 2018, en <http://seguridadindustrialysaludocupacio.blogspot.pe/2012/08/postulados-de-calidad-visto-por.html>
- Castellanos Martínez. H. (2009). *Diseño del sistema de gestión de la calidad para la empresa*. Bogotá, D.C.: N.R.
- Cieza, (2014). *Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector comercio rubro-compra y venta de calzado en el centro comercial "El Virrey"- Trujillo, Año 2013*.
- Cifuentes, A. (2011). *Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeña empresas sector comercio - rubro boticas, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010*. (Tesis de Pregrado) Pucallpa: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. [Recuperado el 17 de marzo del 2018], disponible en <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025206>.
- Crosby, P. (1987). "La calidad no cuesta". Editorial Cecs. México.
- Crosby, P. B. (1998). *Calidad Sin Lágrimas. El Arte de Administrar sin Problemas*. CECSA, México.
- Cruzado, A. (2014), "Propuesta de modelo de gestión de Calidad enfocado en la gestión por procesos para la mejora de la productividad y la competitividad en una asociatividad de MYPES del sector textil", Recuperado el 17 de marzo del 2018, en [http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/346246/1/Tesis+Cruzado\\_SA.pdf](http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/346246/1/Tesis+Cruzado_SA.pdf)

- Deming, E. (1982). Quality, Productivity and Competitive Position, MIT. Recuperado el 15 de marzo del 2018, en: <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/MIRIAM-HERRERA-MENDOZA.pdf>
- Espinoza Pérez, L. (2014) Caracterización de formalización y gestión de calidad de las MIPES comerciales rubro calzado, Piura 2013.
- Espinosa, I. y Pérez E. (1995). "Algunas consideraciones entorno a la problemática de la implantación de los modelos de calidad total en las pequeñas y medianas empresas mexicanas". Gestión y Estrategia.
- Gryna, F. M. y Juran J. M. (1997). Manual de Control de la Calidad, Volumen 11. Mc Graw Hill.
- Guajardo, G. (1996). Administración de la Calidad Total, Concepto y Enseñanzas. Pax, México.
- INDECOPI. (n.r de n.r de n.r). INDECOPI (pe) [www.INDECOPI.gob.pe](http://www.INDECOPI.gob.pe). Obtenido de principios de gestión de la calidad: <https://www.INDECOPI.gob.pe/principios-de-gestion-de-la-calidad>.
- Iso 9001. (n.r). [Www.normas9000.com](http://www.normas9000.com). Obtenido de la importancia de la gestión de la calidad: <http://www.normas9000.com/importancia-gestion-calidad.html>.
- Luna, K. (2013). Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado de [http://erp.uladech.edu.pe/biblioteca\\_virtual/ejemplar=00000039880](http://erp.uladech.edu.pe/biblioteca_virtual/ejemplar=00000039880)
- Ramírez, Gerardo. (1999). El Control de Gestión en las Organizaciones. México. Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa. (2ª ed.)
- Rojas & Sepúlveda. (1999). ¿Qué es la competitividad?, Recuperado el 07 de abril del 2018, en: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan038655.pdf>

# **ANEXOS**

### Anexo 01: Relación de las micro y pequeñas empresas

<b>Relación de Micro y Pequeñas Empresas</b>				
N°	Nombre del representante	RUC	N° Licencia	Dirección
1	MONTERO RUMALDO, Justo Alfonso	204895339 53	335-07	Jr. Cayumba N° 274
2	MENDOZA DIAZ, Osias	102301450 62	503-07	Jr. Cayumba N° 253
3	MALLQUI BUENDIA, Máxima	102296575 2	578-07	Av. Tito Jaime N° 264- 268
4	VASQUEZ VDA DE ABAD, Angélica	102299310 97	375-08	Jr. Cayumba N° 240-248
5	HUARCAYA HILARIO, Gloria	101985819 12	390-08	Jr. Cayumba N° 280
6	QUIJAITE DAMIAN, José	102300225 81	086-10	Av. 28 de Julio N° 112
7	LEON BARRIOS, Graciano	104153071 40	024-10	Av. Tito Jaime N° 143
8	TACUCHI MORA, Gregorio	205731238 68	060-11	Av. Tito Jaime N° 197
9	LEON DE LA CRUZ, Pompeyo	102316691 97	214-11	Av. Tito Jaime N° 143
10	LEON PLACIDO, Glicerio	102301441 04	231-11	Av. Alameda Perú N° 164



## Anexo 02: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado **GESTION DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO FERRETERÍAS DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA, AÑO 2017**. Para obtener el título de licenciado en administración. Se lo agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

### I. GENERALIDADES

#### 1.1. Referente a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

1. Edad del representante legal de la empresa:

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

2. Sexo:      a). Masculino ( )      b). Femenino (X)

3. Grado de instrucción:

- a). Sin instrucción ( )      b). Primaria ( )      c). Secundaria ( )  
d). Superior no universitaria ( )      e). Superior universitaria (X)

4. Cargo que desempeña:

- a). Dueño ( )      b). Administrador ( )      c). Gerente (X)

5. Tiempo que desempeña en el cargo:

- a). 0 a 3 años      b). 4 a 6 años ( )      c). 7 a más años (X)

#### 1.2. Referente a las Características de las Micro y Pequeñas Empresas

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro:

- a). 0 a 3 años ( )      b). 4 a 6 años ( )      c). 7 a más años (X)

7. Número de trabajadores:

- a). 1 a 5 trabajadores (X)      b). 6 a 10 trabajadores ( )      c). 11 a más trabajadores ( )

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a). Familiares (X)                      b). Personas no familiares ( )

9. Objetivo de creación:

- a). Generar ganancia ( )              b). Subsistencia (X)

II. Referente a la variable Gestión de Calidad

2.1. Gestión de calidad

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a). Sí (X)                      b). No ( )

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a). Benchmarking (X)              b). Red-corporativas ( )              c). Empowerment ( )  
d). Las 5 c ( )                      e). Outsourcing ( )                      f). Ninguno ( )

12. ¿Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa (X)              b). Aprendizaje lento ( )                      c). No se adaptan a los cambios ( )  
d). Desconocimiento del puesto ( )                      e). Otros

13. Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a). La observación ( )              b). La evaluación (X)                      c). Escala de puntuaciones ( )  
d). Evaluación de 360° ( )                      e). Otros ( )

14. La Gestión de la Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio:

- a). sí (X)                      b). No ( )

2.2. Referente a las técnicas administrativas: Competitividad

15. ¿Conoce usted el término competitividad?

- a). Sí (X)                      b). No ( )

16. ¿Se considera una empresa competitiva?:

- a). Sí (X)                      b). No ( )

17. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?:

- a). Sí ( )                      b). No (X)

18. ¿En qué se diferencian de las demás empresas?:

- a). Precio ( )                      b). Calidad del producto ( )                      c). Calidad del servicio ( )  
d). Variabilidad de marcas (X)

19. ¿Qué tipo de publicidad usan para darse a conocer como empresa de venta de artículos de Ferrería?

- a). Paneles ( )                      b). Periódico ( )                      c). Afiches ( )                      d). Otros (X)

Muchas gracias por su colaboración.

### Anexo 03: Cronograma de actividades

<b>Actividades</b>	<b>Fecha</b>	
	<b>Inicio</b>	<b>Termino</b>
Elaboración del proyecto de tesis	24/02/2018	29/03/2018
Trabajo de campo – tabulación – resultados – análisis y conclusiones	30/03/2018	21/04/2018
Presentación de resultados – elaboración de informe	21/04/2018	15/05/2018
Presentación del informe de DTI	20/05/2018	27/05/2018
Presentación del informe a corredor estadístico y corredor de estilo	27/05/2018	02/06/2018
Presentación de informe a comisión	02/06/2018	05/06/2018
Ingreso de informe a modulo “Pre Banca”	06/06/2018	09/06/2018
Pre sustentación (Pre Banca)	10/06/2018	16/06/2018
Sustentación	23/06/2018	23/06/2018

**Anexo 04: Presupuesto**

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Bienes de consumo:</b>			
Papelería	2 millares	<b>20.00</b>	<b>40.00</b>
Lapiceros	10 unidades	<b>0.50</b>	<b>5.00</b>
USB	1 unidad	<b>35.00</b>	<b>35.00</b>
Folder y faster	<b>10 unidades</b>	<b>1.00</b>	<b>10.00</b>
Otros	-	-	-
<b>Total bienes</b>			<b>90.00</b>
<b>Servicios:</b>			
Pasajes		<b>180.00</b>	<b>180.00</b>
Impresiones	<b>500 unidades</b>	<b>0.10</b>	<b>50.00</b>
Copias	<b>100 unidades</b>	<b>0.10</b>	<b>10.00</b>
Procesamiento de datos		<b>50.00</b>	<b>50.00</b>
Internet		<b>150.00</b>	<b>150.00</b>
Empastado	<b>2 unidades</b>	<b>35.00</b>	<b>70.00</b>
Otros servicios		<b>50.00</b>	<b>50.00</b>
Energía eléctrica		<b>40.00</b>	<b>40.00</b>
Teléfono		<b>70.00</b>	<b>70.00</b>
Agua		<b>25.00</b>	<b>25.00</b>
<b>Total de servicios</b>			<b>695.00</b>
<b>Total general</b>			<b>785.00</b>

Anexo 05: Hoja de tabulación

Ítem	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frec. Absoluta	Frec. Relativa
1	¿Edad del representante legal de la empresa?	18 a 30	I	1	10.0%
		31 a 50	IIII	6	60.0%
		51 a más	III	3	30.0%
	Total		10	10	100.0%
2	Sexo del representante legal de la empresa	Masculino	IIIIII	7	70.0%
		Femenino	III	3	30.0%
	Total		10	10	100.0%
3	Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.0%
		Primaria		0	0.0%
		Secundaria	IIII	5	50.0%
		Superior no Universitaria		0	0.0%
	Total	Superior Universitaria	IIII	5	50.0%
		10	10	100.0%	
4	Cargo que desempeña	Dueño	IIII	5	50.0%
		Administrador	I	1	10.0%
		Gerente	IIII	4	40.0%
	Total		10	10	100.0%
5	Tiempo que desempeña el cargo	0 a 3	II	2	20.0%
		4 a 6	II	2	20.0%
		7 a más	IIII	6	60.0%
	Total		10	10	100.0%
6	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3	II	2	20.0%
		4 a 6	II	2	20.0%
		7 a más	IIII	6	60.0%
	Total		10	10	100.0%
7	Número de trabajadores	1 a 5	IIIIII	8	80.0%

		6 a 10	II	2	20.0%
		11 a más		0	0.0%
	Total		10	10	100.0%
8	Las personas que trabajan en su empresa son:	Familiares	IIIIIIII	10	100.0%
		Personas no familiares		0	0.0%
	Total		10	10	100.0%
9	Objetivos de creación	Generar ganancia	IIII	5	50.0%
		Subsistencia	IIII	5	50.0%
	Total		10	10	100.0%
10	¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	Si	IIII	5	50.0%
		No	IIII	5	50.0%
	Total		10	10	100.0%
11	¿Qué técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce?	Benchmarking	III	3	30.0%
		Red-corporativas		0	0.0%
		Empowerment		0	0.0%
		Las 5 c	II	2	20.0%
		Outsourcing		0	0.0%
		Ninguno	IIII	5	50.0%
	Total		10	10	100.0%
12	¿Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad?	Poca iniciativa	III	3	30.0%
		Aprendizaje lento		0	0.0%
		No se adaptan a los cambios	II	2	20.0%
		Desconocimiento del puesto		0	0.0%
		Otros	IIII	5	50.0%
	Total		10	10	100.0%
13	¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	La observación	I	1	10.0%
		La evaluación	IIIIIIII	9	90.0%
		Escala de puntuaciones		0	0.0%
		Evaluación de 360 °		0	0.0%
		Otros		0	0.0%
	Total		10	10	100.0%

14	¿La Gestión de la Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Si	IIII	6	60.0%
		No	III	4	40.0%
	Total		10	10	100.0%
15	¿Conoce usted el término competitividad?	Si	IIIIIIII	10	100.0
		No		0	0.0%
	Total		10	10	100.0%
16	¿Se considera una empresa competitiva?	Si	IIIIIIII	10	100.0%
		No		0	0.0%
	Total		10	10	100.0%
17	¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?	Si	III	3	30.0%
		No	IIIIII	7	70.0%
	Total		10	10	100.0%
18	¿En qué te diferencias de las demás empresas?	Precio	IIII	5	50.0%
		Calidad del producto		0	0.0%
		Calidad del servicio	I	1	10.0%
		Variabilidad de marcas	III	4	40.0%
	Total		10	10	100.0%
19	¿Qué tipo de publicidad usan para darse a conocer como empresa de venta de artículos de Ferretería?	Paneles		0	0.0%
		Periódico		0	0.0%
		Afiches		0	0.0%
		Otros	IIIIIIII	10	100.0%
	Total		10	10	100.0%

**Anexo 06: FIGURAS**

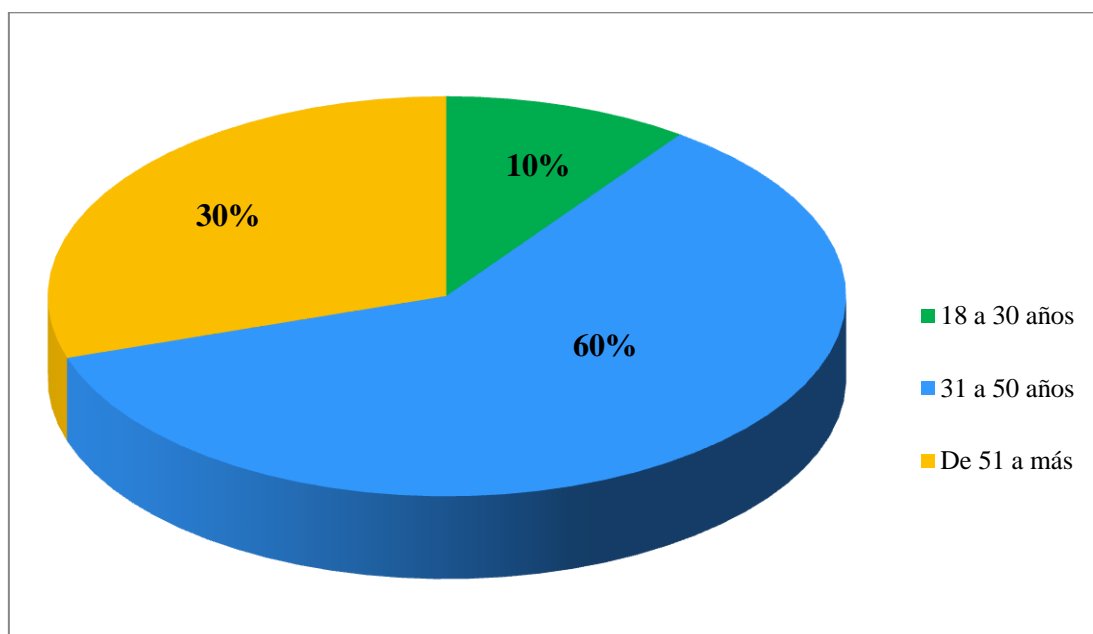


Figura 1: Edad del representante legal de la empresa.  
Fuente: Tabla 1

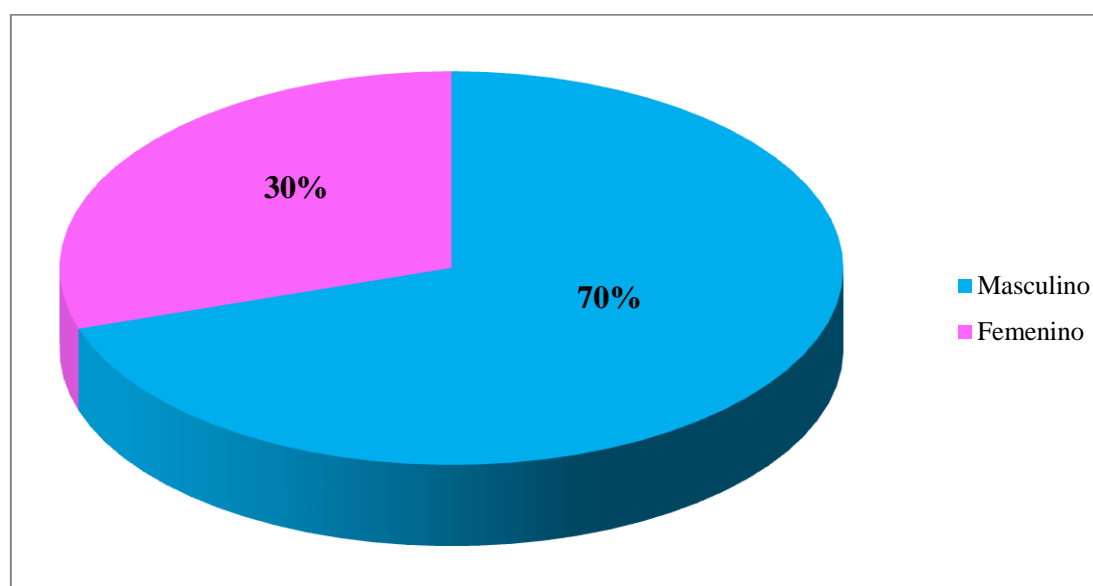


Figura 2: Sexo del representante legal de la empresa.  
Fuente: Tabla 1



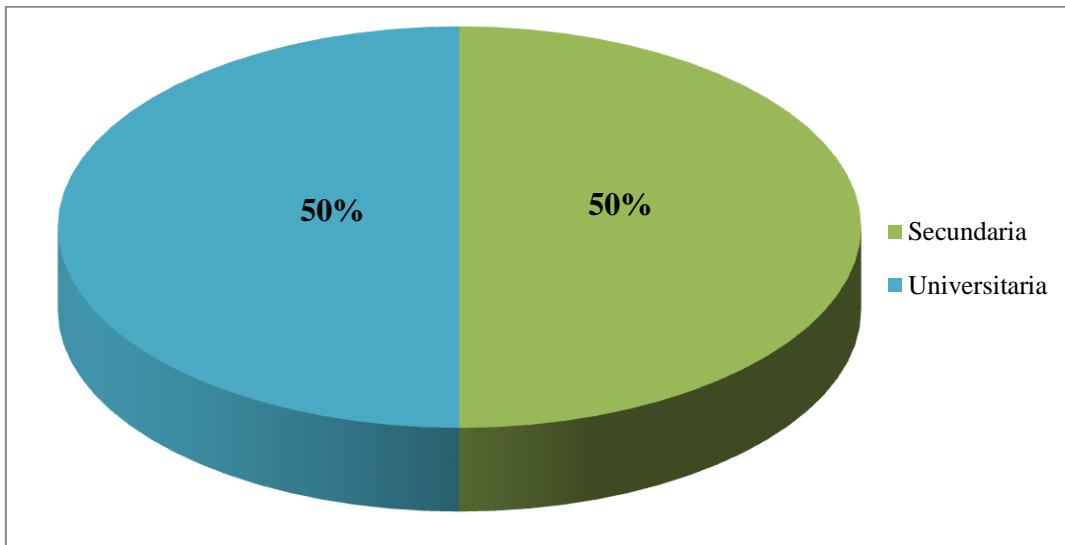


Figura 3: Grado de instrucción.  
Fuente: Tabla 1

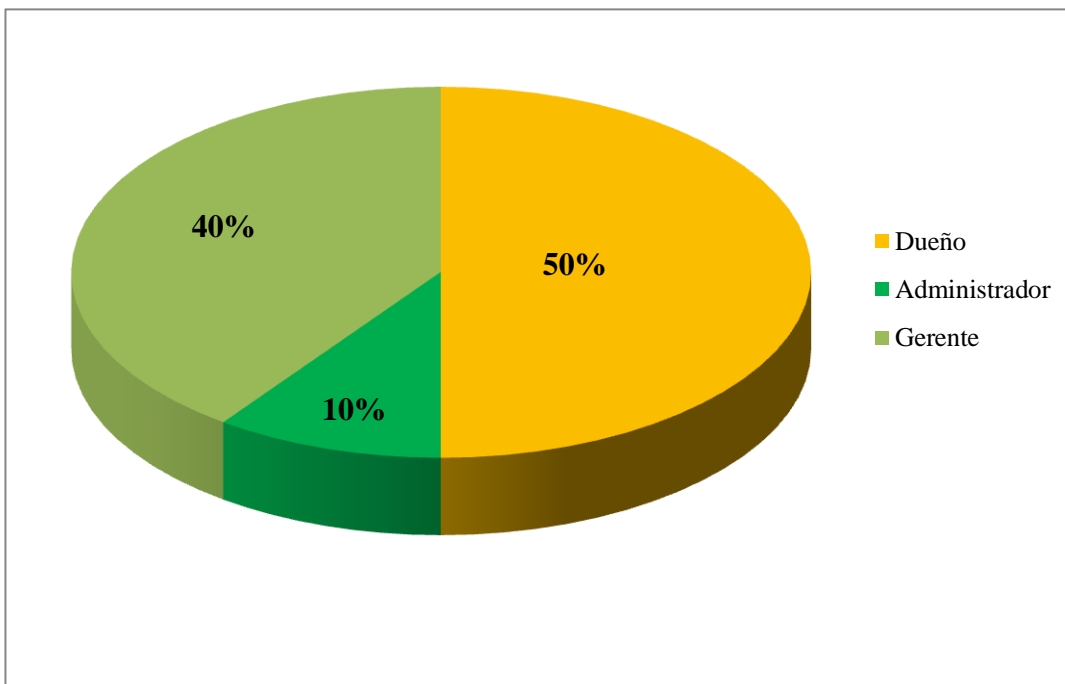


Figura 4: Cargo que desempeña.  
Fuente: Tabla 1

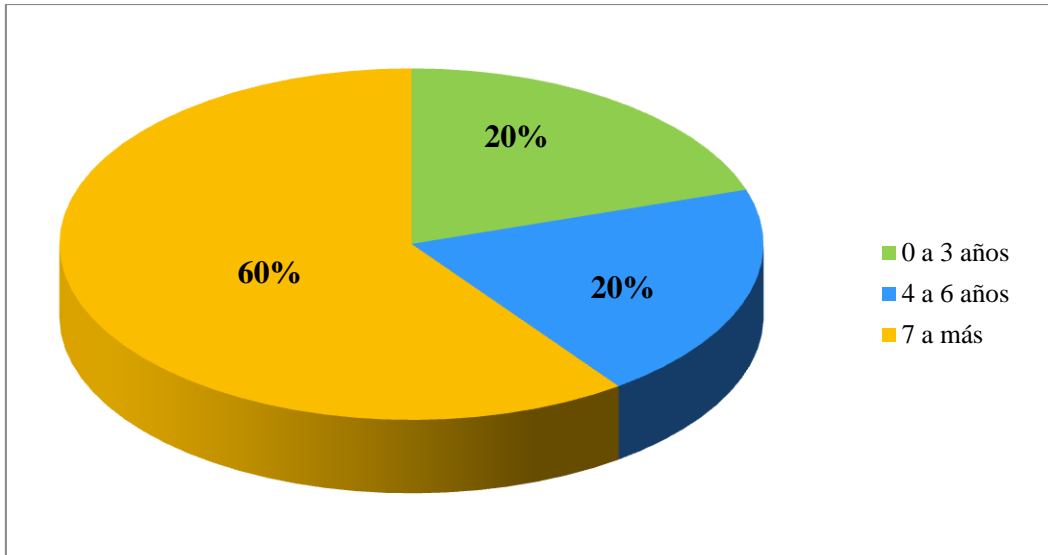


Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo.  
Fuente: Tabla 1

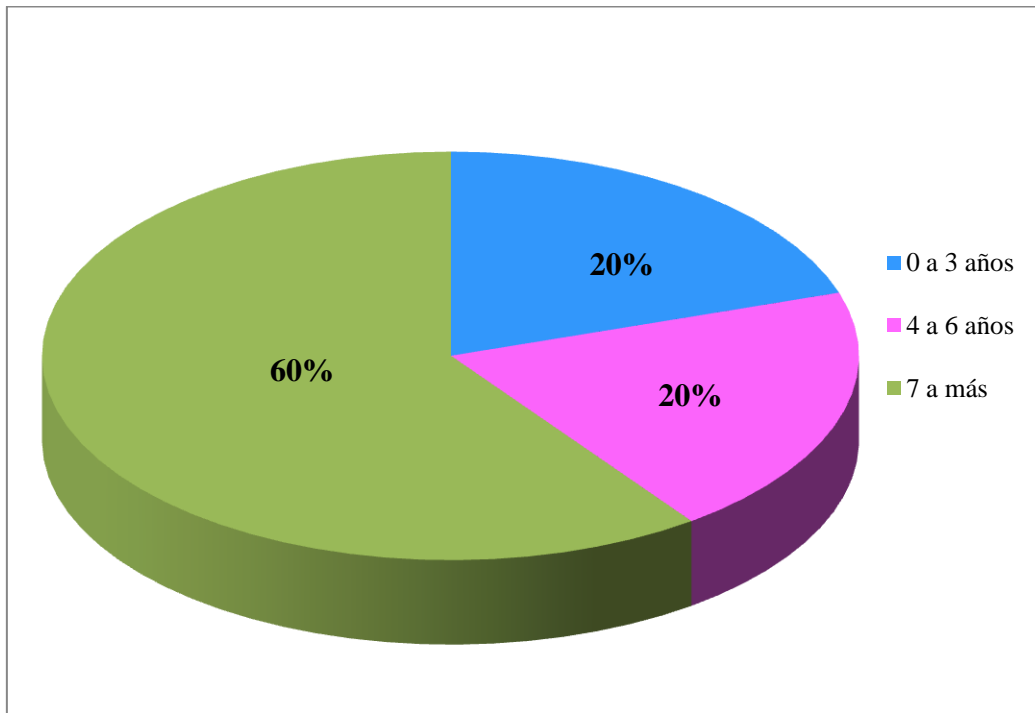


Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.  
Fuente: Tabla 2

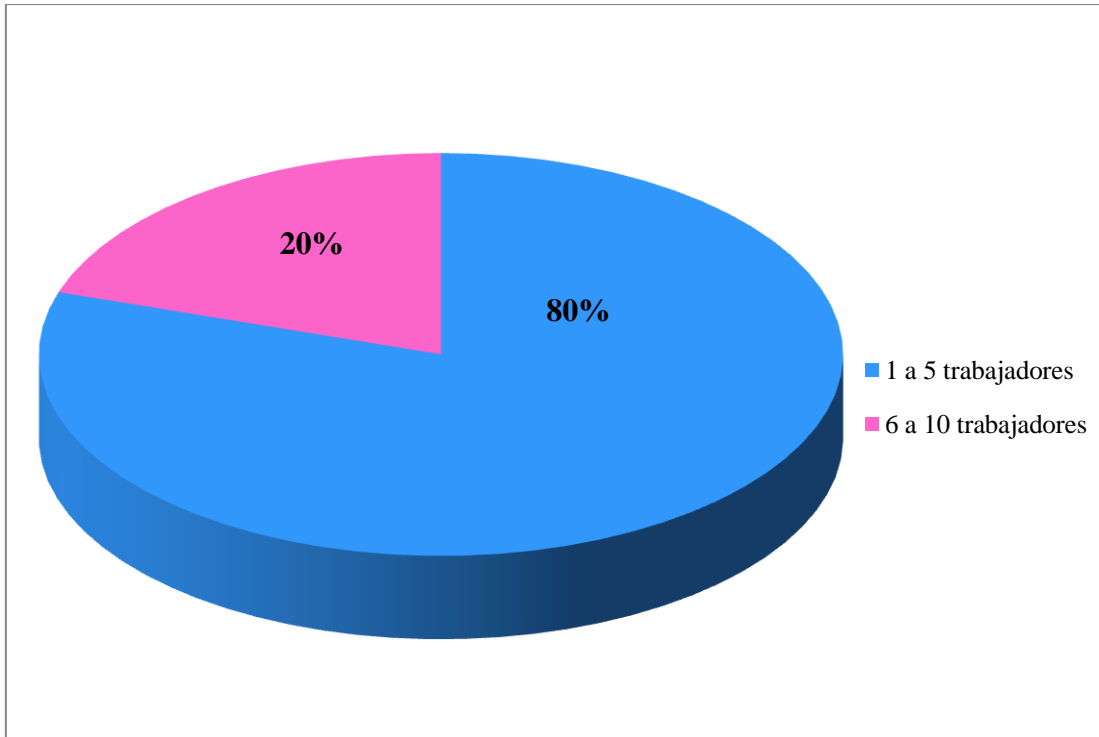


Figura 7: Número de trabajadores.  
Fuente: Tabla 2

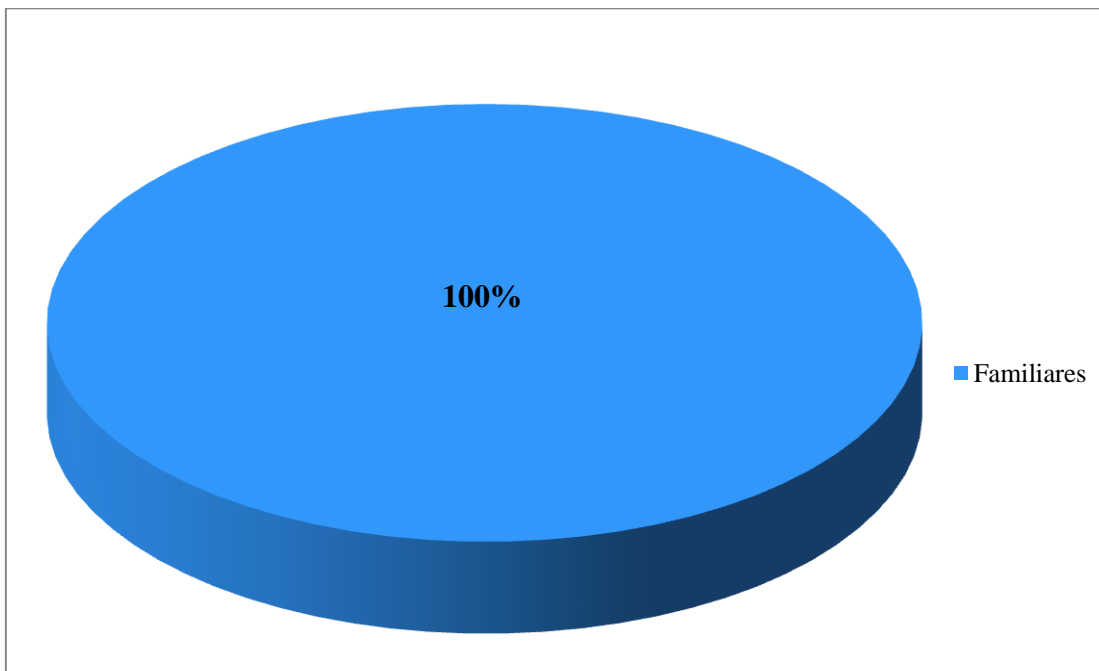


Figura 8: Las personas que trabajan en su empresa son.  
Fuente: Tabla 2

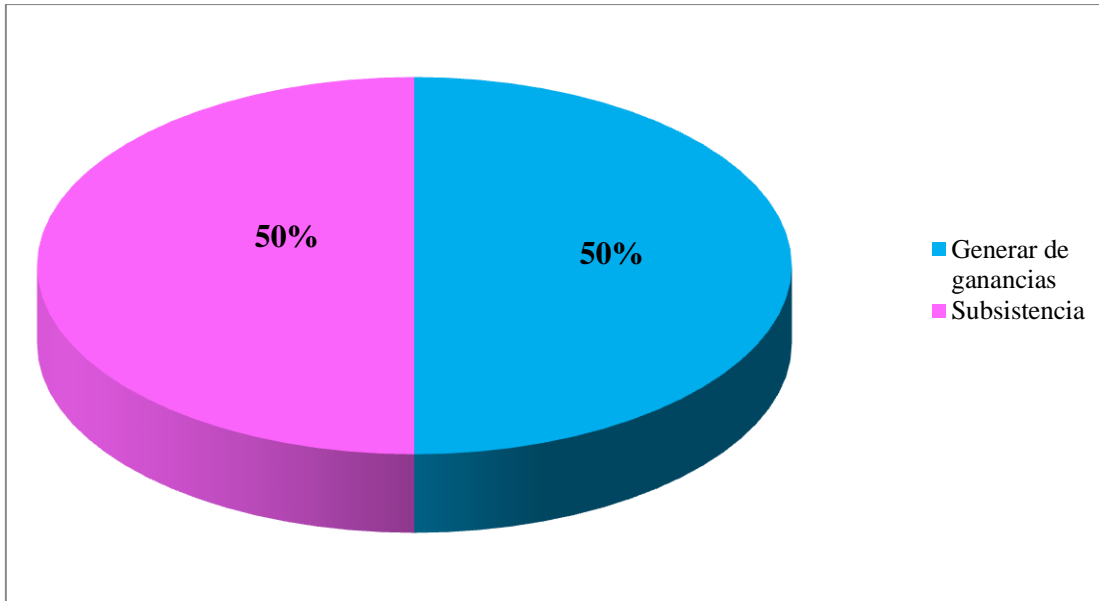


Figura 9: Objetivos de creación.  
Fuente: Tabla 2

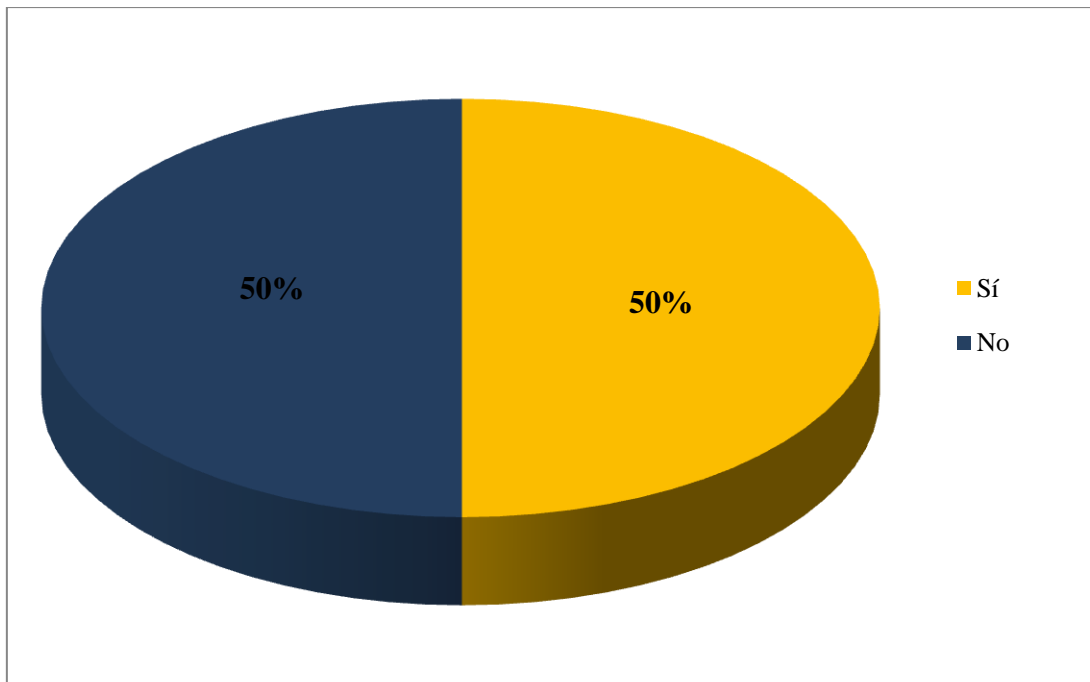


Figura 10: Conoce el termino Gestión de Calidad.  
Fuente: Tabla 3

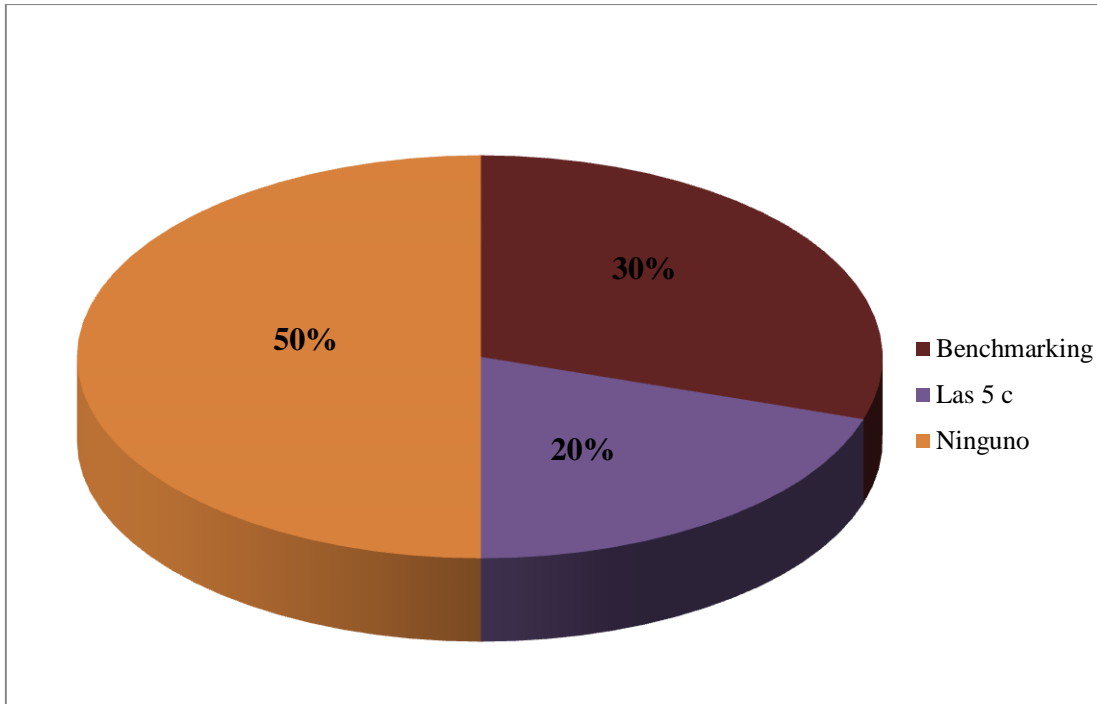


Figura 11: Qué técnicas modernas de la Gestión de Calidad conoce.  
Fuente: Tabla 3

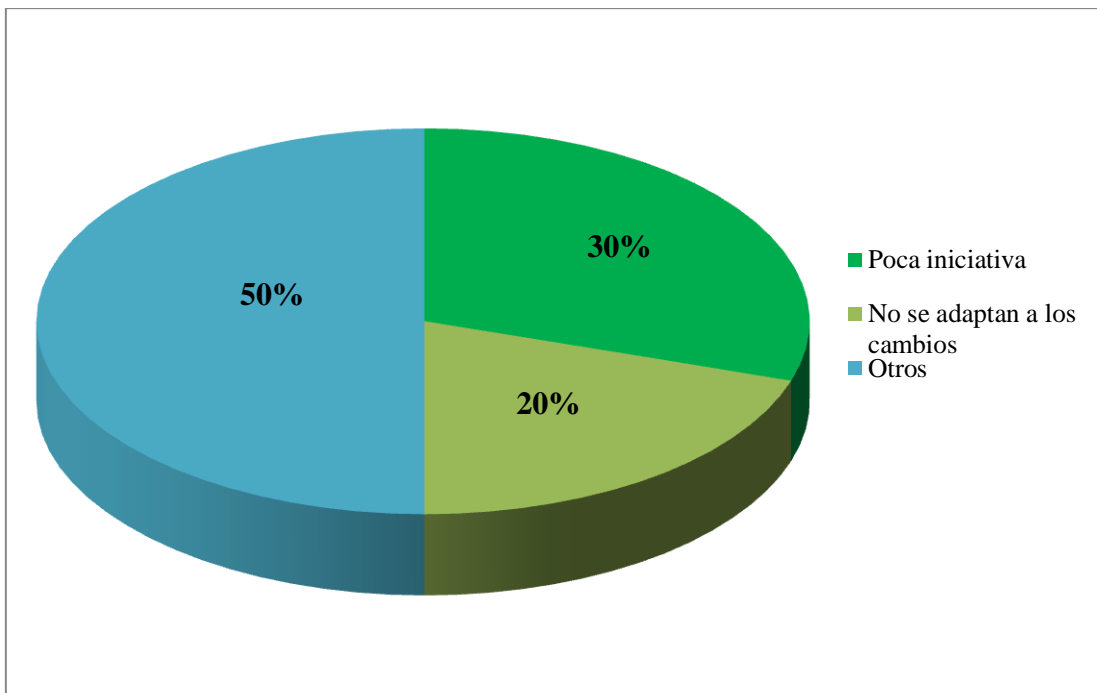


Figura 12: Qué dificultades para la implementación de gestión de calidad.  
Fuente: Tabla 3

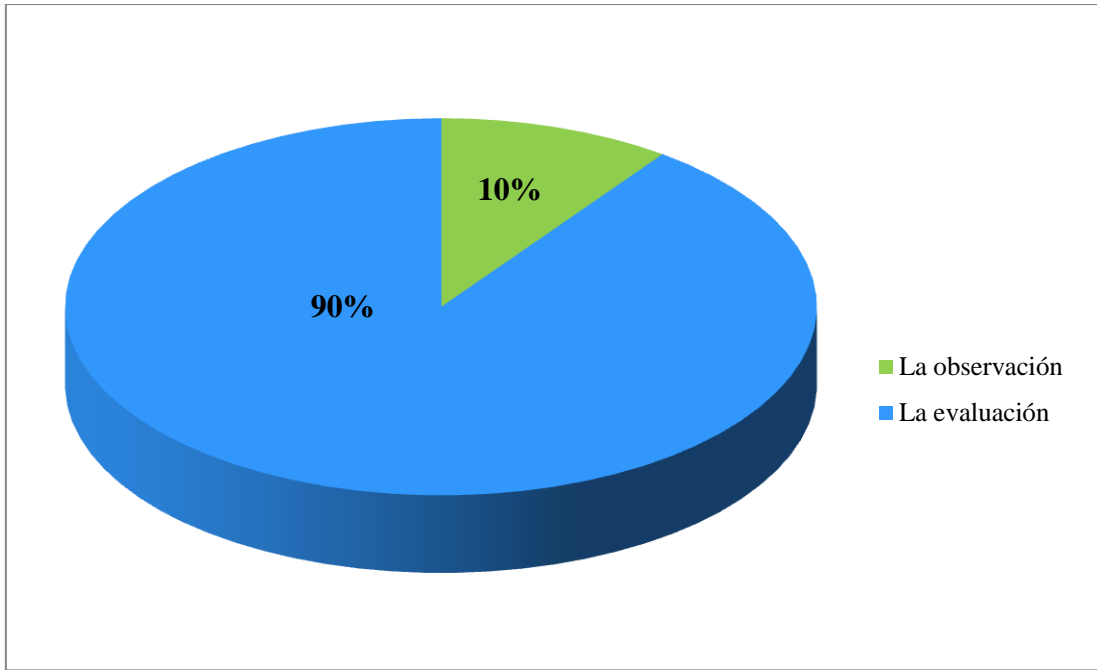


Figura 13: Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.  
Fuente: Tabla 3

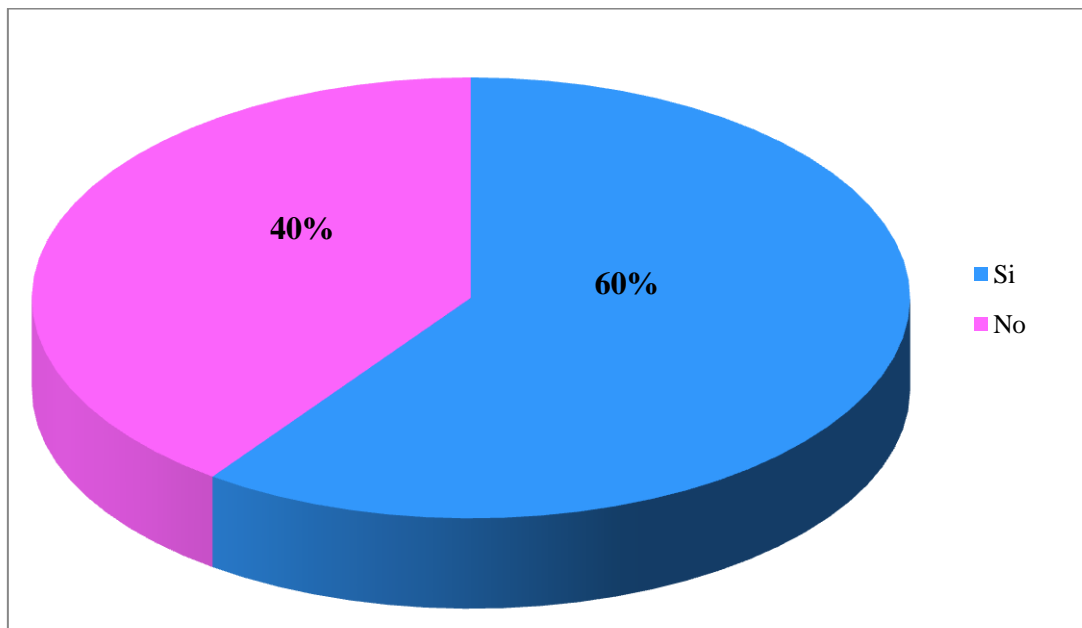


Figura 14: La Gestión de la Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.  
Fuente: Tabla 3

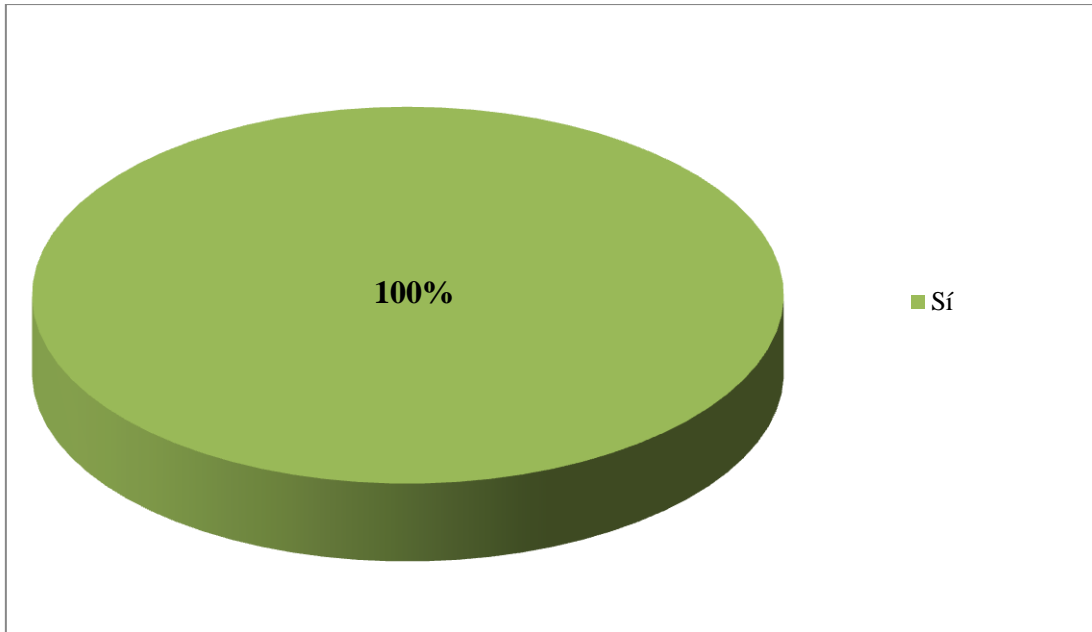


Figura 15: Conoce usted el término competitividad.

Fuente: Tabla 3

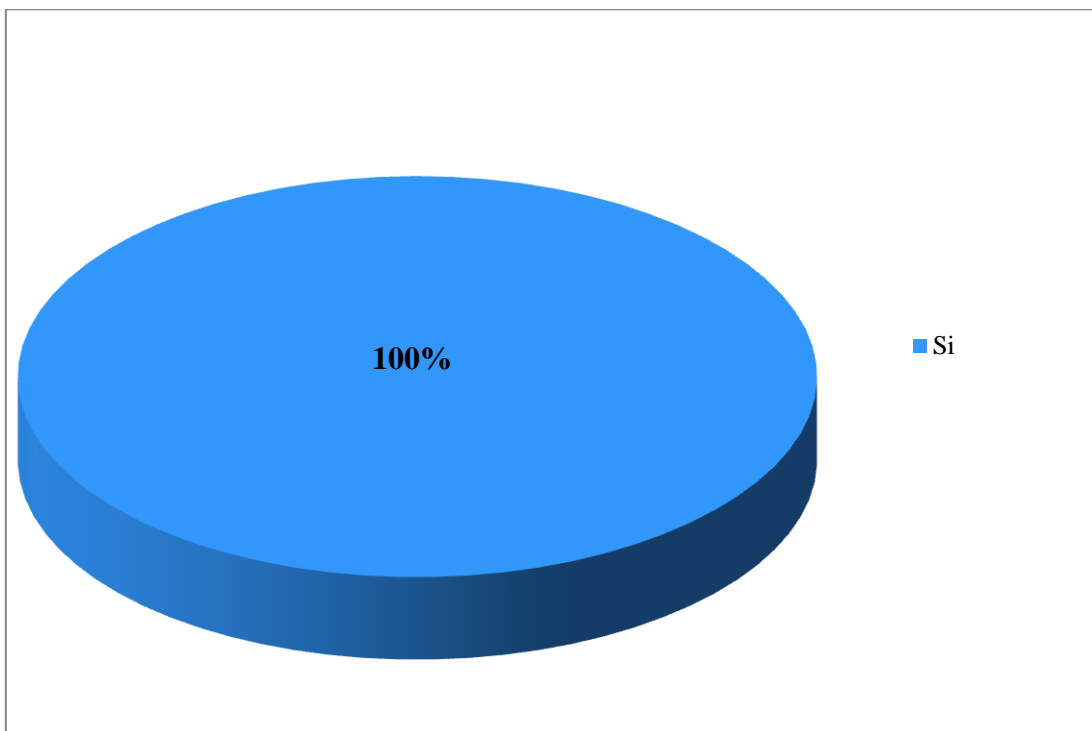


Figura 16: Se considera una empresa competitiva.

Fuente: Tabla 3

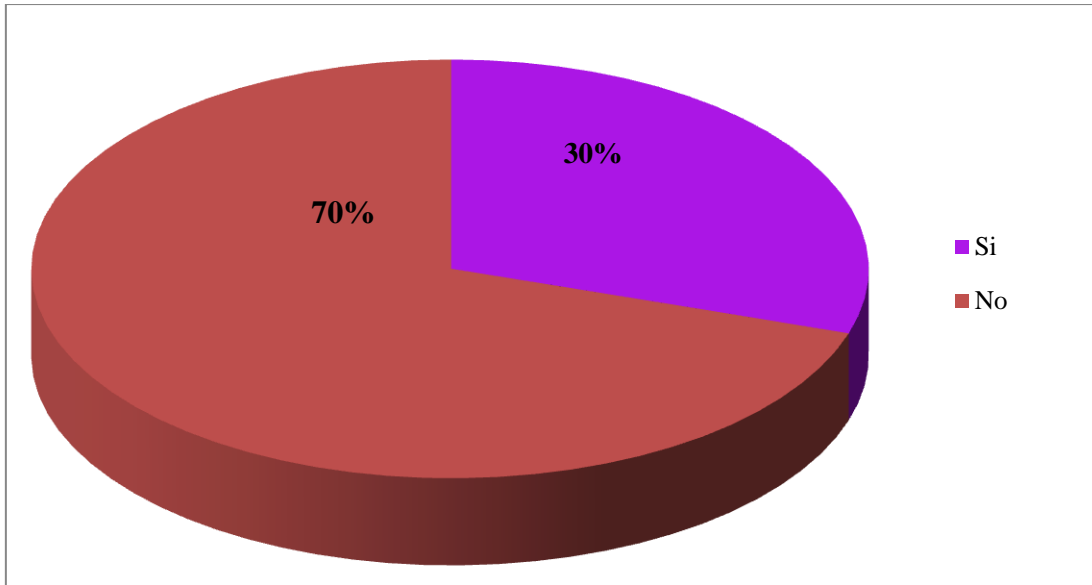


Figura 17: Su empresa cuenta con un plan estratégico.  
Fuente: Tabla 3

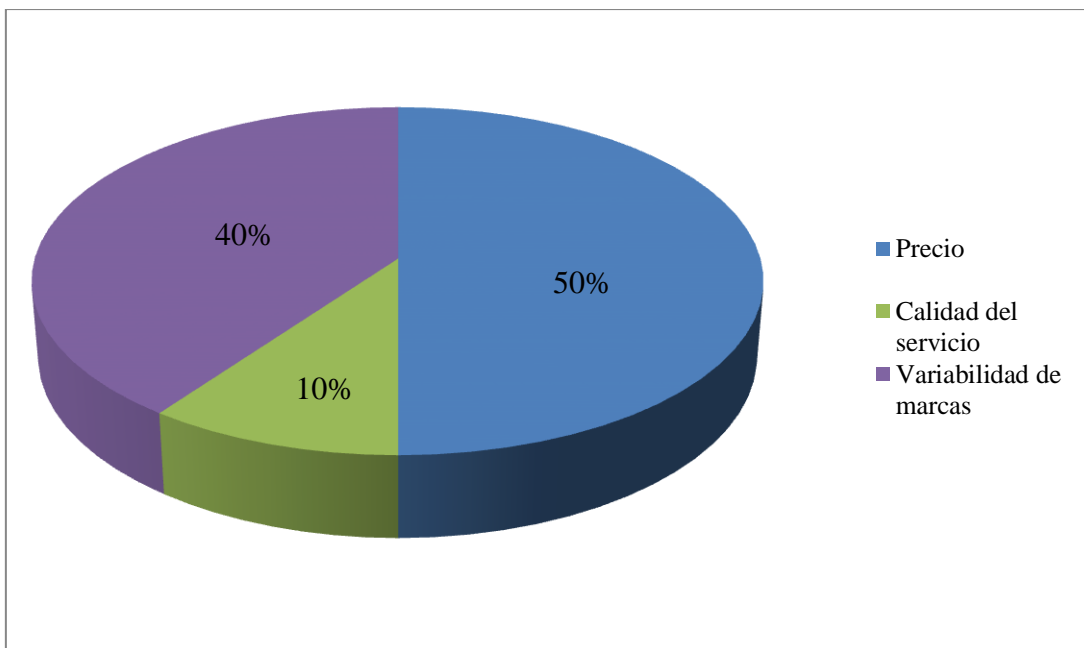


Figura 18: En qué te diferencias de las demás empresas.  
Fuente: Tabla 3



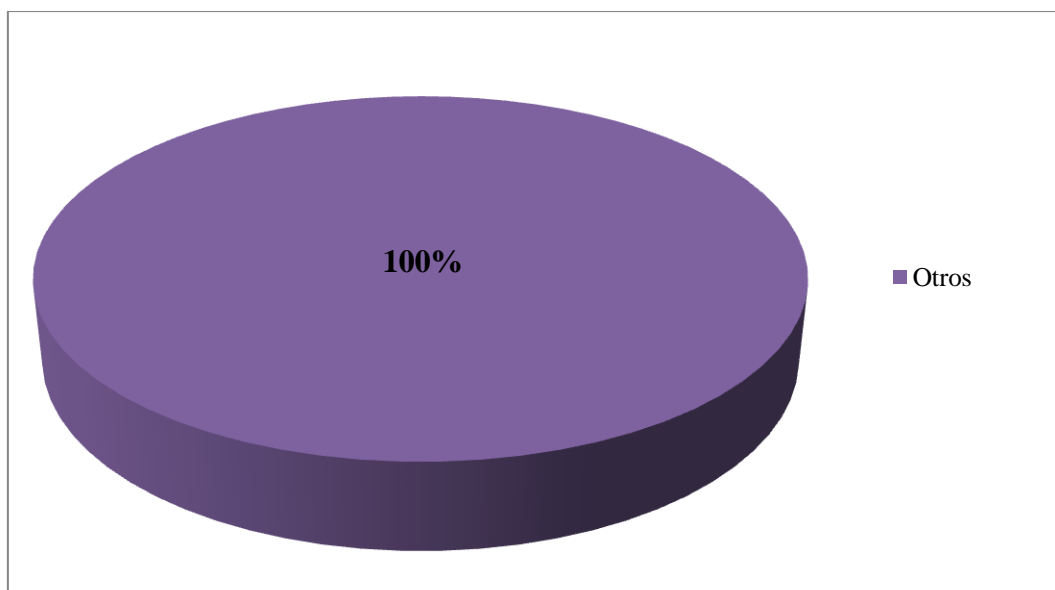


Figura 19: Qué tipo de publicidad usan para darse a conocer como empresa de venta de artículos de Ferretería.

Fuente: Tabla 3