

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA
COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD DE
LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL
CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015**

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

AUTOR:

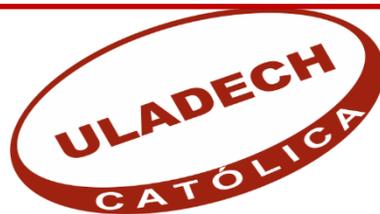
GIANCARLO SANJINEZ AGURTO

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA
COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD DE
LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL
CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015**

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

AUTOR:

GIANCARLO SANJINEZ AGURTO

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

Secretario

Lic. Adm Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

DEDICATORIA

A mi madre Rosa Nery
Agurto y a mi hijo quienes
aumentan mi deseo de
continuar creciendo más.

A mi amigo Lenin García
Torres que siempre estará
presente en mi corazón.

A mis hermanos
quienes me
inculcaron a
continuar adelante,
superando los
obstáculos que se
presentan.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por mantenerse presente en cada momento de mi vida.

A los empresarios y trabajadores de las MYPE quienes me brindaron todas las facilidades e información valiosa para desarrollar el presente trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo: “Conocer qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015”. Se empleó la metodología de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario con una población para la variable Competitividad; para el primer objetivo es conocida (N=10) gerentes; en el segundo objetivo es infinita; por otra parte, la variable Gestión de Calidad es una población finita conocida donde N= 47 trabajadores y 10 gerentes; siendo los resultados agrupados de acuerdo a la variable. De los resultados se tiene que el 90% de los gerentes no comprende las necesidades de sus clientes, un 86% de los clientes evidencia que la empresa si cumple con las ofertas y promociones que presenta, de otro lado un 77% de los trabajadores evidencia que si cuentan con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad y un 80% de los gerentes evidencia que la empresa si cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados.

Palabras clave: Competitividad, Gestión de Calidad, MYPE

ABSTRACT

The present investigation had like objective: "To know what characteristics has the Competitiveness and Management of Quality in the MYPE item cevicherías of the center of the city of Piura, year 2015". The methodology of descriptive level, quantitative type, non-experimental design, Cross section, survey technique and the questionnaire instrument with a population for the variable Competitiveness was used; for the first objective it is known (N = 10) managers; in the second objective it is infinite; On the other hand, the variable Quality Management is a known finite population where N= 47 workers and 10 managers; the results being grouped according to the variable. Of the results, 90% of managers do not understand the needs of their clients, 86% of the clients show that the company does comply with the offers and promotions that it presents, on the other hand 77% of the workers evidence if they have the necessary resources to perform quality work and 80% of the managers show that the company does have the necessary resources to meet the objectives set.

Keywords: Competitiveness, Quality Management, MSE.

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	v
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	15
2.1 Antecedentes	15
2.1.1 Variable Competitividad	15
2.1.2 Variable Gestión de Calidad	21
2.2 Bases Teóricas.....	26
III. HIPOTESIS	39
3.1 Hipótesis general	39
IV. METODOLOGIA.....	40
4.1 Diseño de la investigación	40
4.2 Población y muestra	41
4.3 Matriz de Operacionalización de las Variables.....	44
4.4 Plan de análisis.....	47
4.5 Matriz de consistencia.....	48
4.6 Principios Éticos.....	51
V. RESULTADOS.....	52
5.1 Resultados	52
5.2 Análisis de Resultados	77
VI. CONCLUSIONES.....	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Empresa profesional	52
Tabla 2: Equipos tecnológicos	53
Tabla 3: Innovación de productos.....	54
Tabla 4: Clientes de su jurisdicción.....	55
Tabla 5: Necesidades de los clientes	56
Tabla 6: Beneficios de los trabajadores	57
Tabla 7: Trabajo en equipo	58
Tabla 8: Productos de calidad.....	59
Tabla 9: Ofertas y promociones.....	56
Tabla 10: Satisfacción del cliente	61
Tabla 11: Atención personalizada.....	62
Tabla 12: Atención Rápida y oportuna	63
Tabla 13: Problemas, quejas y reclamos.....	64
Tabla 14: Espacios de atención.....	65
Tabla 15: Satisfacción del trabajador.....	66
Tabla 16: Trabajo en equipo	67
Tabla 17: Recursos para trabajar	68
Tabla 18: Motivación del trabajador.....	69
Tabla 19: Compromiso del trabajador	70
Tabla 20: Misión.....	71
Tabla 21: Objetivos.....	72
Tabla 22: Recursos para producir	73
Tabla 23: Tareas definidas.....	74
Tabla 24: Priorización de tareas.....	75
Tabla 25: Alternativas de acción	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Empresa profesional.....	52
Figura 2: Equipos tecnológicos.....	53
Figura 3: Innovación de productos	54
Figura 4: Clientes de su jurisdicción.....	55
Figura 5: Necesidades de los clientes	56
Figura 6: Beneficios de los trabajadores.....	57
Figura 7: Trabajo en equipo.....	58
Figura 8: Productos de calidad.....	59
Figura 9: Ofertas y promociones	60
Figura 10: Satisfacción del cliente.....	61
Figura 11: Atención personalizada	62
Figura 12: Atención Rápida y oportuna.....	63
Figura 13: Problemas, quejas y reclamos.	64
Figura 14: Espacios de atención	65
Figura 15: Satisfacción del trabajador	66
Figura 16: Trabajo en equipo	67
Figura 17: Recursos para trabajar	68
Figura 18: Motivación del trabajador	69
Figura 19: Compromiso del trabajador	70
Figura 20: Misión.....	71
Figura 21: Objetivos	72
Figura 22: Recursos para producir.....	73
Figura 23: Tareas definidas.....	74
Figura 24: Priorización de tareas	75
Figura 25: Alternativas de acción	76

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el Perú las MYPE juegan un papel muy importante en la estabilidad económica porque son generadoras de empleo, reflejada en el aumento de volumen en producción y consumo, frente a esta oportunidad se viene desarrollando un crecimiento sostenido en la economía que ha venido evolucionando notablemente en los últimos años, cumpliendo un rol fundamental, ofertando bienes y servicios, adquiriendo, vendiendo productos y también añadiéndoles un valor para satisfacer al cliente con la finalidad tener estabilidad en el mercado y competitividad frente a la grandes empresas ya constituidas en el sector empresarial.

Bajo este contexto el perfil de las MYPE es poco eficiente porque no pueden desarrollarse y ser competitivas en el mercado actual; existe un desconocimiento sobre gestión de calidad por parte de sus gerentes, quienes deben hacer uso de información oportuna para que se convierta en una de las claves para el éxito de las MYPE. (Dongo, 2018)

Es por ello que la presente investigación busco realizar un diagnóstico de la situación en que se encuentran las MYPE en la Región Piura (Perú) del rubro cevicheras, en vista que el mercado ha generado grandes variaciones impulsado por la demanda interna en este segmento empresarial; en el Perú actualmente existen según menciona el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) más de 2 millones 332 mil 218 unidades de empresas formales y activas las cuales solo el 63,3% han sido constituidas por personas naturales, que tiene como fuente principal de información el Registro Único

de Contribuyentes de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Y tiene una participación de 24% en el PBI nacional. (INEI, 2018)

Por esta razón, las MYPE en este rubro son de suma importancia para la economía. En la región Piura existe una gran diversidad de vida marina, regida por los efectos de la Corriente de Humboldt, de aguas frías y la Corriente del Niño de aguas cálidas. Este fenómeno natural hace de nuestro mar el más rico del mundo. En él existen más de 700 especies de peces y más 400 especies de mariscos, que desde tiempos remotos nuestros ingeniosos cocineros han sabido emprender la cocina peruana. (Mallet, 2019)

Es por ello que el Perú es un país de gran variedad gastronómica gracias a la riqueza de su territorio y su diversidad cultural. Cada ciudad tiene un plato típico con un sabor distinto e insuperable, la gran cantidad y variedad de productos del campo y decenas de culturas vivas, crean una infinita oferta que sin duda hacen una cocina privilegiada, en donde cuesta decidir cuál es mejor que otra. (Mallet, 2019)

La Región Piura, ofrece una gran variedad recursos alimenticios (platos típicos) en donde se incluyen los marinos basados en la gran variedad de productos marinos y hacen de la cocina piurana, una de las más sabrosas del Perú y el mundo. Podemos encontrar platos típicos como: “ceviches”, “sudados”, “chupes”, y otros platos que convierten en un paraíso de sabores. No obstante, el popular “Ceviche” es el plato representativo del Perú y la Región, valorado dentro y fuera de nuestro territorio, siendo el motivo de orgullo y símbolo de identidad nacional que está constituido, según los gustos, de pescado fresco, mariscos, moluscos, cebolla, ají, jugo de limón y sal que, hacen de él, una obligación a degustar para los turistas. (Salcedo, 2016)

La Región de Piura es la sexta con mayor participación empresarial a nivel nacional, aunque no se tiene un número exacto del total de las MYPE por causa de la informalidad, de acuerdo a publicaciones del Ministerio de la Producción se estima que existen más de 120 000 MYPE a nivel regional y solo el 55% están registradas; es decir, solo 65 412. (Belletich, 2018)

Las MYPE materia de la investigación tiene en entorno dos enfoques; el primero es el entorno interno en los de mayor relevancia la administración, el financiamiento, la infraestructura donde:

En el aspecto administrativo la gran mayoría de las MYPE son empresas netamente familiares que son dirigidas por sus propios dueños y no cuentan con la preparación profesional que se requiere convirtiéndose en jefes autoritarios, creen tener la razón siempre, no escuchan a sus trabajadores, permitiéndoles que den algunas sugerencias, sobre todo el personal de cocina es el que da más propuestas a su empleador; con respecto a los trabajadores, están siempre dispuestos a realizar sus labores de la mejor manera y los que están mejor motivados, son los mozos, por la remuneración que perciben y las propinas que los clientes les proporcionan de acuerdo a la atención que estos brindan.

El financiamiento es generado por las operaciones propias de la empresa y capital propio para las MYPE que tienen años de experiencia; obtener buenas ventas logran ganancias suficientes, para ampliar, mejorar la maquinaria, mobiliario y elaborar ellos mismos parte de los insumos que necesitan para la preparación de los alimentos que allí expenden siendo suficientes para mantener el curso normal de la empresa generando una ventaja frente a otros competidores. Por otra parte, las MYPE que recién inician, y tienen

poco tiempo prestando sus servicios, el financiamiento lo obtienen realizando préstamos en las cajas municipales y los bancos de la ciudad.

Con respecto a la infraestructura se puede decir que la mayoría de las MYPE cuentan con instalaciones inadecuadas, que tienen en promedio 80 metros cuadrados, con corredores incluidos que no permiten el ingreso de la luz natural del día, otros cuentan con amplios ventanales. Cuando llega el verano utilizan un promedio de 7 ventiladores, algunos tienen las mesas demasiado cerca entre unas y otras, lo que no permite desplazarse con facilidad a los mozos como a los clientes, causando incomodidad a los clientes que se encuentran en el local consumiendo en esos momentos, los mismos que están acondicionados con información de las bondades que se ofrecen de manera llamativa, que logran el interés de los comensales y la facilidad al momento de realizar su pedido.

El segundo enfoque son los factores que se ven con la herramienta PEST. Se encuentra el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), Ministerio Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Ministerio de la Producción (PRODUCE), gobiernos regionales y locales. Estas instituciones emiten normas y regulaciones en los mercados como el laboral y financiero. Por otro lado, la crisis política podría generar un riesgo significativo en las MYPE afectando la inversión pública, la inversión privada, y las expectativas de los agentes económicos. (Marthans, 2017)

Por consiguiente, el 02 de julio 2013 se publicó en el Diario Oficial El Peruano la Ley N° 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, incluyendo una nueva categoría empresarial; la “mediana empresa”, que, si bien no goza de beneficios laborales, con su incorporación se busca organizar a las MYPE teniendo en cuenta las siguientes características:

- Las micro, pequeñas y medianas empresas deberán determinar la categoría empresarial que les corresponde en función de sus niveles de ventas anuales, es decir:

a) Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

b) Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

c) Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT

Es así que el Estado Peruano, asume la responsabilidad, pero por los grados de corrupción, la presencia de normas legales, contables y tributarias, muchas veces confuso, engorroso, burocrático e inestable genera, desventajas en donde la informalidad dificulta su desarrollo durante la ejecución. (Ramos, 2016)

Por esta razón, el Estado Peruano busca organizar los problemas complejos que tienen las MYPE, la informalidad, capacitación y financiamiento, apoyándolas a acceder al mercado con el objetivo de promocionar su desarrollo que tienen como base

fundamental el cumplimiento de estándares óptimos de calidad, asegurando que el apoyo brindado este acorde con los requerimientos del mercado actual que es un muy variante. (Ramos, 2016)

Con respecto al factor económico, la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), el Banco de la Nación y el Banco Agropecuario promueven y articulan íntegramente a través de los intermediarios financieros el financiamiento a las MYPE, diversificando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales MPTE (2018); esta ayuda financiera es de mucha importancia para las MYPE que desean ampliar o diversificar su negocio. Si el Estado generara las condiciones para fortalecer la estabilidad financiera, creación y competitividad de las MYPE a través de la reducción de la carga tributaria (justicia fiscal), implementación de capacitación, reducción de barreras legales para su formalización, créditos bancarios con cuotas de intereses bajas, así como la priorización de la producción nacional de calidad en lugar de la foránea; se podría ver a largo plazo, cambios importantes en las MYPE. (Belletich, 2018)

Sin embargo, han sido golpeadas significativamente durante el periodo del fenómeno del Niño Costero; en donde algunas, inclusive, lo perdieron todo. No obstante, muchas MYPE vieron en las dificultades mayores oportunidades para salir adelante y han podido prevalecer por empuje, esfuerzo y espíritu de lucha, sin embargo, la tasa de mortalidad de las MYPE es grande porque no cuentan con estrategias de desarrollo a corto y largo plazo que puedan garantizar la estabilidad rentable y desarrollar proyectos emprendedores que las puedan consolidar como empresas. (Belletich, 2018)

En el aspecto social las MYPE brindan una importante contribución por su propia naturaleza porque dinamizan las zonas donde operan, generan puestos de trabajo con impactos positivos y negativos. Sin embargo, la forma cómo la empresa se introduce en la sociedad, la producción y distribución de los bienes y servicios que pueda brindar a los consumidores la vuelven importante para el desarrollo, considerando que las evoluciones de los sueldos actúan sobre el volumen de consumo; la tasa de inflación y su evolución, que presiona a sobre el poder adquisitivo de las personas; los estratos socioeconómicos generan mejores niveles de calidad de vida que incurren notablemente en las expectativas de las MYPE y por tal en sus proyectos de inversión. (Parra, 2018)

En consecuencia, hoy en día las MYPE requieren de alianzas estratégicas es decir joint venture, que les permita asociarse, participar en ferias y promociones, así como realizar la llamada ‘inteligencia comercial’ buscando nichos de mercado e invertir a largo plazo, entre otras maneras de asociación; no tan solo entre sí mismas sino, y ante todo, con las medianas y grandes empresas. (Zegarra, 2016)

Con respecto a los avances tecnológicos que en la actualidad afectan el mercado porque avanza a un ritmo descontrolado; como la automatización de operaciones, tráfico de datos, Big-data, obsolescencia del capital humano, la sencillez para comprar y vender es decir cada progreso que se realice causa efectos en la economía. El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como la Internet es un instrumento fundamental para las MYPE dejando de ser una exclusividad de las grandes empresas y de quienes más recursos poseen. Son muy pocos los lugares del país donde no se use un celular inteligente o no exista alguna cabina de Internet. Sin embargo, la

competitividad en este segmento de mercado, la innovación se viene constituyendo como eje importante a tomar en cuenta, así como la planeación en los negocios y la constitución de nuevas empresas. (Andrade, 2018)

A través del tiempo la tecnología ha ayudado a quitar barreras para realizar negocios, mejorar procesos, pero también aumento los niveles de competitividad empresarial. al ser una herramienta de ilimitada recursos, el ritmo de su avance obliga a que el comercio tradicional sea superado por el comercio digital. Países con economías globalizadas como los Estados Unidos, Israel, China, Japón e India son quienes más uso de las TIC e innovaciones tecnológicas han aplicado y la aplican a su mercado empresarial. (Wellman, 2018)

Sin embargo, en el Perú, particularmente, el uso de estas herramientas es aún muy limitado. Depende ello, las características particulares de nuestra economía, la elevada informalidad, la nula capacitación que se le brinda a las MYPE, la injusticia tributaria y los pocos recursos estatales que se destinan a la investigación, a la ciencia y a la tecnología. Por tanto, hoy en día, la implementación de las TIC (correo electrónico, comercio electrónico, aplicaciones móviles, webs, banca online, cursos, celulares, computadoras, y una ilimitada gama de software y hardware) ya no es un lujo, o una inversión; sino una necesidad fundamental que permite a las MYPE en particular, a estar a la vanguardia de los procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional.

El 93% de MYPE percibe que el uso de la tecnología es un gasto y opta por prescindir de ella. Limitándose a una amplia gama de herramientas que les ayudaría a

maximizar las ventas, reducir costos, conectarse con otras MYPE tener nuevas oportunidades comerciales, mejora el acceso a la información, mejora la gestión administrativa interna aumenta la transparencia con el sector público y privado, facilita acuerdos comerciales y más. (Parra, 2018)

Es por ello que, para las MYPE la tecnología es un elemento fundamental para su desarrollo competitivo de la empresa, dado que posibilita incrementos en la producción, que se demuestra en disminución del costo unitario del producto o servicio ofrecido. Sin embargo, el no contar con ello limita la estructura organizacional de cualquier empresa y su desarrollo tecnológico que se ve afectado por el énfasis que dedica a este apartado y la unión de los esfuerzos propios en relación con los que actúan otras empresas competidoras. (Braun, 2015)

Según Porter, (2015) para que las empresas estén en una buena posición competitiva, se debe hacer un profundo análisis del poder de negociación de los proveedores, las características de los clientes y su poder de negociación, Amenaza de entrada de nuevos competidores, Amenaza de ingreso de productos sustitutos, así como la rivalidad entre los distintos competidores.

Sin embargo, las MYPE no conocen exactamente cuáles son las características de la competencia, lo que reduce considerablemente el poder de negociación que se tiene ante los proveedores, el bajo volumen de compra y el reducido capital financiero convierten a las MYPE en poco importantes para el proveedor adecuándose a los condiciones demandadas por él, es por ello que el proveedor se encuentra interesado en seguir acrecentando y para esto necesita nuevos clientes, posiblemente constituya una

buena relación comercial con su cliente; frecuentemente el proveedor es poderoso cuando son pocos proveedores y tienen altos niveles de inversión, siendo la calidad del servicio o producto que brinda no tan fácil de sustituir.

La amenaza de productos o servicios sustitutos se convierte en un desafío que no procede de un competidor conocido, sino que proviene de una empresa que produce otro producto que tiene la misma función. Sin embargo, la mejor manera de reducir la amenaza de los productos sustitutos es lograr la lealtad del cliente de cualquier forma posible, la producción de un producto con ventajas en los sustitutos, el uso de herramientas publicitarias y la marca son primordiales para una empresa individual. La innovación también puede ayudar a las empresas a seguir mejorando continuamente sus productos para reducir la amenaza de los sustitutos.

En cuanto al poder de negociación de los clientes, es importante saber cuáles son sus necesidades y las particularidades de sus clientes para evaluar así cuál es el poder de negociación que se tiene frente a los clientes como potencia competitiva pueden solicitar rebajas en los precios, demandando una calidad superior o más y mejores servicios, confrontando a los competidores entre sí, todo a costas de los beneficios industriales.

El dominio que tiene cada grupo de consumidores depende de la situación real en el mercado y de la importancia de sus compras comparadas con el total de ventas de la empresa. Sin embargo, las MYPE no cuentan con esta ventaja ya que no poseen capacidad de endeudamiento y por lo tanto la compra del producto viene siendo en cantidades reducidas, lo que mayormente toman como ventaja competitiva es que utilizan muchos de ellos una estrategia de diferenciación de productos.

En cuanto a los nuevos competidores En el caso objeto de investigación (MYPE rubro cevicherías) es uno de los segmentos de mercado con mayor número de competidores que aparece cada año, pero también es un segmento de mercado con la tasa de mortalidad alta. Este rubro atrae nuevos competidores porque parece fácil, sin embargo, la aparición de supermercados que ahora vienen con sus respectivos restaurantes y franquicias de comida rápida afectan el mercado por su alta calidad y exclusividad de servicio para un público exigente, convirtiéndose en una amenaza porque que se podría reflejar en las ventas y rentabilidad. Es por eso que los gerentes deben estar constantemente observando no sólo a la competencia sino, también, a los nuevos restaurantes que seguro aparecerán en su zona.

Al mismo tiempo el enfrentamiento entre competidores se presenta en forma de competencia de precios, publicidad, introducción de nuevos productos y aumento de servicios a los consumidores. Esta rivalidad surge de la presión u oportunidad percibida por algunos competidores por mejorar sus posiciones de mercado. El nivel con que los competidores están creando nuevos productos, reduciendo precios y aumentando su publicidad tiene un impacto importante en la rentabilidad industrial. Si la rivalidad dentro de ella es fuerte, el potencial de rentabilidad es bajo, entre las MYPE del centro de la ciudad de Piura, si existe una fuerte competencia ya que constantemente estas se encuentran innovando sus productos para satisfacer las necesidades de los consumidores que cada vez son más exigentes en calidad y servicio.

Es por ello que el presente trabajo de investigación ha centrado el interés en las MYPE cevicherías del Distrito de Piura quienes deben hacer frente no solo al

crecimiento económico y desarrollo en donde intervienen tanto las grandes y las pequeñas empresas así como los negocios nuevos y los ya consolidados, sino también a la informalidad en las que se encuentran algunas, para esto es necesario realizar un estudio de investigación que permita determinar las principales características de la competitividad y la gestión de calidad de estas MYPE y que colabore en la toma de decisiones futuras.

El presente trabajo de investigación se deriva de la línea de investigación denominada: “Caracterización de la capacitación, rentabilidad, competitividad y financiamiento en las MYPE”, línea que ha sido asignada por la escuela de administración de la ULADECH católica y pertenece al campo disciplinario de la promoción de las MYPE. Y según lo que se ha podido investigar con anterioridad se ha demostrado la importancia que tiene competitividad y la gestión de calidad para la progresión y crecimiento de las MYPE, sin embargo, a nivel del entorno del estudio se desconoce realmente algo acerca de la competitividad de las MYPE o si estas responden continuamente a los requerimientos de un entorno que cada vez es mucho más dinámico, turbulento e imprevisible que las ayuden a mantenerse en los mercados y garantizar una buena participación, todo ello hace necesario, la afiliación de un sistema de gestión de calidad que ayude a conseguir los logros, objetivos establecidos haciendo mejor y más competitivas a las MYPE en los actuales escenarios económicos, particularmente por el rol que desempeñan en donde las empresas exitosas están plenamente identificadas y constituyen una buena ventaja competitiva. Por todas estas razones, el Problema General

en la investigación que se ha identificado es ¿Qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura?

Este problema permite señalar como objetivo general: Conocer qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

También se presentan los siguientes objetivos específicos: (a) conocer los factores de competitividad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015; (b) Identificar las formas de satisfacción del cliente de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015; (c) Identificar los factores del compromiso laboral de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015; (d) Conocer el proceso de la planeación en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

El presente trabajo de investigación se justifica de manera teórica debido a que establece un soporte teórico para el estudiante o cualquier persona que esté interesada en adquirir información de la presente investigación, a través de la literatura empleada, incentivando y promoviendo a los mismos a poner en práctica diferentes alternativas que permitan resolver el tema de la falta de competitividad y gestión de calidad existentes en las MYPE, la investigación realizada permite y constituye un elemento importante para la obtención del título universitario como licenciado en administración asimismo a la Universidad Católica Ángeles Chimbote (ULADECH) le permitirá desarrollar los estándares de calidad al exigir dentro de sus normativas para la titulación de sus egresados la elaboración y sustentación de trabajos de investigación mediante tesis.

De manera práctica esta investigación se desarrolla con la finalidad de Conocer qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad de los propietarios en las MYPE comerciales del área anteriormente señalada en el centro de la ciudad de Piura. Por lo tanto, se estará en la competencia de diseñar estrategias pertinentes debido a que se tiene un diagnóstico preciso que servirá de base para futuras investigaciones, además cabe recalcar la trascendencia de las MYPE en la generación de empleo y contribución al producto bruto interno.

De manera metodológica ya que la información se ha recogido utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta a través de tres cuestionarios: uno dirigido a los colaboradores, el segundo dirigido a los clientes y toda la información de las respuestas obtenidas han sido analizadas y procesadas utilizando como soporte el programa Excel de tal forma que se han obtenido conclusiones que conlleven a un beneficio en general sin alterar ni manipular los resultados.

La investigación realizada es de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, modelo transversal, para el recojo de los datos se aplicó la técnica de la encuesta y los instrumentos empleados han sido dos cuestionarios con preguntas cerradas de escala nominal y ordinal dirigidos a propietarios y clientes. De igual forma la investigación queda delimitada desde la perspectiva temática: por las variables competitividad y gestión de calidad. Desde la perspectiva geográfica: Distrito de Piura del Departamento de Piura comprendidas en el centro de la ciudad de Piura. Perspectiva Psicográfica: microempresas rubro cevicherías y delimitación temporal: año 2015.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Competitividad

Según Puma (2015), quien realizo un trabajo de investigación titulado “Estudio de factibilidad de un nuevo modelo de negocio para la Cevichería El Peruanito en el cantón cuenca”, presentada en la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador). Se empleó la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: la competitividad de una empresa inicia dentro de ella por lo que es necesario enfocarse directamente en el cliente que es uno de los activos más importantes para la empresa. Los productos y servicios deben de cumplir con sus expectativas, el trato y la relación con el cliente debe de generar confianza por parte del mismo para que sea leal y contribuya a construir en el público una idea positiva de la empresa recomendándola y aumentando las ventas actuando como ente publicitario para la empresa ya que las recomendaciones son más importantes que el precio, los procesos deben de ser lo más rápidos y sencillos. Así mismo, debido a que la mayoría de las MYPE son empresas familiares es importante que no vean a la empresa como una fuente de recursos personales.

Por otro lado, indica que la tecnología, el servicio y las relaciones con clientes y proveedores son de suma importancia y se han convertido, en piedras angulares que se deben tomar en cuenta cuando se trata de competitividad, considerando que las necesidades de los clientes cada vez son más particulares. El contacto constante con los clientes, el pedir opiniones, proporciona a la empresa información extremadamente útil

para el futuro en el diseño y las tendencias del uso de sus productos, y de esta manera apuntalar sus productos y procesos hacia la obtención de mejores resultados basándose en la información obtenida.

Además, señala que, contar con equipos de calidad y realizar alianzas estratégicas para compras, ventas, outsourcing y benchmarking, las empresas pueden reducir costos, asegurar ingresos, aumentar la producción y la calidad de los productos y servicios.

Cabana (2016) realizó una investigación titulada “Variables críticas en las ventajas competitivas de restaurantes gourmet, La Serena, Chile” presentada en la Universidad de la Serena (Chile) para optar el grado de Doctor en Ciencias Administrativas. Empleó la metodología no experimental, transaccional, correlacional concluyendo: que la ventaja competitiva depende significativamente de la lealtad de los clientes, esto mismo provoca que sea relevante que exista una gestión proactiva sistémica, focalizada en la calidad de servicio y la satisfacción que esta genera. Como consecuencia de lo anterior, se debe alcanzar un vínculo de relación con el cliente que llevara a la lealtad del mismo. Por lo tanto, sólo tendrán un desarrollo sostenible sí la lealtad del cliente es un activo que contribuya en la creación de una propuesta de valor innovadora que consolide la ventaja competitiva de la empresa.

Bizarrón (2016) realizó una investigación titulada “Personalidad de los Administradores, como Factor de Competitividad de las Empresas Restauranteras de Puerto Vallarta, Jalisco” presentada en la escuela superior de Comercio y Administración de México para optar el grado de Doctor en Ciencias Administrativas. Se empleó la metodología no experimental, transaccional, correlacional y llego a las siguientes

conclusiones: la competitividad se puede medir por medio de la satisfacción del cliente, este a su vez medido por la calidad en el servicio, calidad en el producto y el precio así mismo estas empresas son netamente familiares, carecen de conceptos claros de la administración, ya que la mayoría, de los que manejan lo hacen de manera empírica y de forma tradicional, es decir, que se guían a través de los consejos de familiares y amigos, lo que origina una deficiente organización, además la falta de una adecuada administración, la ineficaz toma decisiones de diferentes situaciones, así también, la falta de experiencia para planear a largo plazo, dejar que la calidad de su producto baje, olvidar recompensar a sus empleados, tener miedo al cambio, no definir y seguir el objetivo esto se convierte en un problema, que baja los niveles o pérdida de competitividad.

Seminario (2017) realizó una investigación titulada “Influencia del marketing relacional para la fidelización de los clientes de las cevicherías de la ciudad de Iquitos” presentada en la Universidad Científica del Perú para optar por el título de licenciada en Administración. Empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: el grave problema que muchas empresas MYPE manifiestan es que no ejecutan una apropiada gestión empresarial, puesto que muchas veces se manejan en base a la experiencia aprendida, lo cual puede relacionarse claramente de manera negativa en la competitividad. Las MYPE deben planificar planteándose metas y objetivos alcanzables, que se organicen de una manera adecuada delimitando a los trabajadores a las funciones por los cuales fueron contratados, innovando constantemente, además de buscar diferenciarse de su competencia, contando con productos creativos y distintos que contengan un valor agregado ya que los clientes buscan una atención personalizada,

cordial y rápida. Asimismo, capacitar al personal de su empresa, velar por su bienestar y motivarlos a alcanzar sus metas y objetivos implementando un sistema de control eficiente el cual permita la evaluación de su productividad, además de la búsqueda de la mejora continua de los procesos desarrollados en la empresa.

Campos (2017) realizó un trabajo de investigación titulado “Logística de entrada y la Competitividad de las Mypes Gastronómicas de San Juan De Lurigancho” presentada en la Universidad Cesar Vallejo Lima (Perú) para optar por el título de licenciado en Administración. Empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: las empresas deben generar estrategias de competitividad y mejoramiento de la productividad que le ayuden a sobresalir sobre los demás y así lograr un mejor desarrollo económico. Encontrando las principales causas de problemática: la falta de innovación, espacios de servicio no adecuados, el poco conocimiento de las estrategias de competitividad, valor agregado entre otros, generados por la política y objetivos determinados en la creación de una gestión de la competitividad.

Además, concluye que la estrategia más utilizada por los empresarios, es la diferenciación por producto, apreciando que la optimización de la cadena de producción y el valor agregado son puntos que se relacionan en el mejoramiento de la productividad.

Según Jiménez (2017) quien realizó una investigación titulada “Plan de marketing para el restaurante “el limón” de la ciudad de Lambayeque” presentada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Chiclayo (Perú), para optar por el título de Licenciado en Administración Empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: la calidad de servicio es una ventaja competitiva de la empresa que ayuda a

cumplir los objetivos trazados, logrando por lo consiguiente la satisfacción del cliente, sobrepasando sus expectativas, deseos y/o percepciones.

Por otro lado, también concluye que el financiamiento es una alternativa de decisión a cuál recurre la empresa en ocasiones para aplicarlos en inversiones como una estrategia financiera, por tal motivo la alternativa de financiamiento debe ser analizada desde su origen, siendo indispensable que el empresario determine cuál es capacidad de endeudamiento y cuáles son los costos a pagar por el financiamiento para lograr una buena calidad de servicio.

Meléndez (2018) realizó una investigación titulada “La ventaja competitiva y el posicionamiento de marca de la Cevichería el pulpo”, presentada en la Universidad de Huánuco (Perú), para optar por el título de Licenciado en Marketing y Negocios Internacionales. Empleo la metodología no experimental –transversal, de tipo exploratoria – descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: que Facebook es la principal y más popular red social en donde la empresa puede brindar información acerca de precios, ofertas y promociones; que las mujeres son las que acceden con mayor frecuencia a las redes sociales; también que a medida que la edad de los consumidores avanza, el acceso, la frecuencia de uso y el tiempo de dedicación a las redes sociales disminuyen.

Además, concluye que para que la publicidad sea efectiva debe desde un primer momento se debe atraer la atención de los clientes, y partir de allí muestren el interés y el deseo para que obtengan el producto que se presenta; finalmente, la sugerencia de productos o servicios y el uso de redes sociales para la publicidad, es un factor influyente

en los clientes, porque hace que este medio de comunicación se propague no sólo a nivel local, sino a nivel nacional e internacional.

Rivera (2017) realizó un trabajo de investigación titulado “Caracterización de la Competitividad y el control interno de las micro y pequeñas empresas de servicios del Perú, rubro restaurantes. caso restaurante Cevichería el Tío Jhony empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Sullana,” presentada en la Universidad Los Ángeles de Chimbote de Sullana Piura (Perú), para optar por el grado de licenciado en administración. Empleó la metodología descriptiva y llegó a las siguientes conclusiones: las ventajas competitivas de la MYPE se concentran en un enfoque de costos, en su aplicación busca reducir los costos que tiene el proceso del servicio, pero que le puede ser muy problemático a la hora de tratar de recortar los precios para brindar sus servicios destacando más el área de operaciones, que la administrativa debido a la falta de capacidad de organización.

Según Plasencia (2018) quien realizó una investigación titulada “Restaurante con Temática de Amor, una alternativa de negocio innovador para diversificar la oferta turística en la ciudad de Trujillo”, presentada en la Universidad Nacional de Trujillo de (Perú). Empleó la metodología descriptiva y llegó a las siguientes conclusiones: para sacar adelante el sector y hacerlo más competitivo y fuerte es necesario contar con personal profesional que provea la calidad más alta de servicios, ya que el profesional, se preocupa y vela por la calidad de su trabajo, posee capacidad, disposición para aprender, sabe emplear los conocimientos y capacidades ante las demandas que exige el ejercicio de su profesión, tiene la virtud de ser flexible, adaptarse al cambio y ayuda a la superación y mejora continua de la empresa, y seguir unas pautas claves, basadas en una serie de

principios y valores que deben orientar los parámetros sobre los que debe fundamentarse su desarrollo y estas son: liderazgo, competitividad, asociatividad, capacitación, tecnología y financiamiento.

2.1.2 Variable Gestión de Calidad

Culqui (2016), realizó una investigación titulada “: “La innovación gastronómica en Los Súper Ceviches en el cantón Ambato.”, presentado en la Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador) para obtener el título de Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebidas. Empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: la integración e innovación de sistemas de gestión constituye un paso de avance en la administración de las empresas, fundamentalmente por la disminución de funciones y por la innovación gastronómica enfocada principalmente a los clientes insatisfechos.

Además, concluye que para impulsar el desarrollo consecutivo y permanente se debe trabajar con cuatro grandes ejes que van a permitir el crecimiento las cuales son: capacitación, tecnología, equipos y financiamiento, donde predomina el acceso a préstamos bancarios. Para todo esto es primordial que exista una formalización y romper con muchos paradigmas que han restringido el acceso a los mercados.

Borja (2014), realizó una investigación titulada “Propuesta de un Modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la Norma Internacional Iso 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo”, presentada en la universidad de internacional de Ecuador. Empleo la metodología descriptiva y llego a las

siguientes conclusiones: Es necesario hoy en día que las empresas que presenten problemas al momento de la entrega de servicio busquen la forma de corregir esta debilidad, ya que lo que busca el cliente actualmente es la calidad no solo del producto sino también la calidad de servicio entregada en el momento de comprar un producto.

Además también concluye que se ha vuelto más común el deseo de las empresas por mejorar sus procesos mediante la implementación de modelos de gestión de calidad - ISO 9001 se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer las necesidades del cliente.

Tembleque (2014), realizó un trabajo de investigación denominado “Proyecto de implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015”, presentada en la universidad Politécnica de Cartagena (Colombia) para optar por el título Administración y Gestión de Empresas. Empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: el sistema de gestión tiene como objetivo que la organización demuestre, por un lado, la destreza para brindar de forma eficiente los servicios, que instalaciones satisfagan los requisitos de sus clientes como los reglamentos aplicables, y, por otro lado, mejorar continuamente a mediante los procesos de medición, seguimiento y mejora continua. Es decir que, con la implementación de un sistema de gestión de calidad las empresas pueden consolidar de manera efectiva la misión involucrando a todos sus miembros del equipo que la componen y mejorar la eficacia de las mismas.

Además menciona que es necesario la colaboración y activa disposición de cada uno de los integrantes de la empresa. Así, al incrementar la calidad, el cliente podrá darse cuenta del cambio y la empresa logrará mayores beneficios.

Torres (2016), realizo una investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio rubro Cevicherías del p.j. Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote”, presentada en la universidad católica Los Ángeles de Chimbote (Perú) para optar por el título de Licenciado en Administración. Utilizo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: Existe una relación directa muy clara entre las dimensiones que constituyen la calidad, los elementos tangibles y recursos humanos que promueven el crecimiento patrimonial de las empresas.

Además, concluye que la a calidad de los servicios está correlacionada con el desarrollo sostenible y las dimensiones: empatía, seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad, así mismo se deben poner en funcionamiento estrategias de mejoramiento de la gestión mediante métodos que impliquen la conexión entre la calidad de los servicios y el desarrollo sostenible.

Flores (2014) realizo una investigación titulada “Proyecto de inversión implementación de un restaurante especializado en comida marina en el distrito de Independencia denominado “concha y ají” tradición y sabor”, presentada en la Pontificia Universidad Privada del Norte (Perú) para obtener el grado de Licenciado en administración. Empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: las empresas de cualquier rubro deben contar con un sistema de gestión de calidad, el cual asegure la garantía de cada producto y servicios brindado y le permita a la organización ser distinta y obtener una ventaja relevante sobre sus competidores, ya que esta es muchas veces demandada por países extranjeros que siguen los estándares internacionales. En virtud a esta competitividad, una empresa podrá tener éxito y reconocimiento sólo si

brinda eficientemente productos y servicios que satisfagan plenamente las demandas y expectativas del cliente, lo que se convierte en una condición indispensable.

Por otro lado, también concluye que es fundamental las capacitaciones periódicas al personal, en los temas de satisfacción al cliente y calidad, además de curso en gastronomía y temas que permitan mantener la calidad de los procesos de producción. Seguir innovando nuestras promociones para mantener e incrementar el público objetivo.

Rodríguez (2017), realizó una investigación titulada “Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote”. Presentada en la Universidad Los Ángeles de Chimbote (Perú), para optar por el título de magister en administración, empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: el carácter global de la economía donde se desenvuelven las empresas traen consigo muchas posibilidades de negocio con características especiales para competir, como mejorar, la diversidad de sus platos, la buena atención, el ambiente, ofreciendo una mejor infraestructura, satisfaciendo mejor las exigencias de sus clientes frecuentes y por lo tanto se fidelicen , logrando así posicionarse y mantener una mayor participación en el mercado, esto exige a las empresas a emplear herramientas de gestión que aseguren su desarrollo y permanencia en el mercado.

Castillón (2014), realizó una investigación titulada “La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería punta sal del distrito de el Alto”, presentada en la universidad de Piura. Utilizo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: la utilidad de un sistema de gestión de calidad se basa en el ordenamiento

del desarrollo de un conjunto de actividades; esto para tener un mejor control de los servicios brindados, permitiendo alcanzar mejores resultados y teniendo facilidad para detectar errores y solucionar los mismos. Como punto de partida para la realización de uno o más procedimientos se debe tener un procedimiento guía que indique un estándar a seguir.

Además, concluye que, cuando la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes se encuentran en un nivel medio no le garantiza a la empresa a mantenerse vigente en el tiempo, puesto que está inmerso en un mercado competitivo donde cada uno de ellos lucha por distinguirse y mantener una ventaja competitiva frente a los demás.

Chapoñan (2014), realizó una investigación titulada “Potenciales turísticos en las playas de puerto eten” presentada en la Universidad Privada Juan Mejía Baca Chiclayo (Perú), para obtener el grado de Licenciado administrativas Hotelera, Turismo, Ecoturismo y Gastronomía, empleo la metodología descriptiva y llego a las siguientes conclusiones: que en la actualidad las empresas que logren alcanzar un reconocimiento propio deben enfocarse en la calidad de servicio al cliente, con la modificación constante de la prestación de servicios y la innovación se tiene que conseguir que los clientes se sientan satisfechos, más aún si es un Restaurante donde la calidad es un elemento fundamental en la empresa.

Además concluye que, si en las organizaciones todos estuvieran conscientes que la calidad es un avance hacia el desarrollo que de alguna forma asegura la estancia en el mercado y aumenta las utilidades, puede lograrse que todos la conviertan en un modo de vida, que conlleva en conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias y lo

más importante poder obtener un criterio de ellos para desarrollar mejoras continuas en la empresa.

Silva (2015) realizó una investigación titulada “Calidad del servicio al cliente en el restaurante la Lomita tambo grande” presentada en la Universidad Nacional de Piura para obtener el grado de licenciada en ciencias administrativas. Empleo la metodología descriptiva y llegó a las siguientes conclusiones: toda empresa tiene clientes a los cuales satisfacer, y de ello depende la rentabilidad y el éxito que pueden alcanzar en el mercado. Más allá de la clase de negocio, la calidad de los servicios es un aspecto primordial para lograr una ventaja competitiva sobre la competencia.

Además, concluye que la motivación para trabajar es esencial para que los miembros de la organización sean productivos, creativos, se comprometan y se sientan fieles a la empresa logrando así calidad en el servicio.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teorías de competitividad

Según García (2015) considera que la competitividad de una empresa puede definirse como la habilidad que tiene para brindar un producto y/o servicio más barato o de mejor calidad, o cualquier combinación de ambos elementos rebasando las exigencias de sus clientes, en un entorno de competencia perfecta, implica vender el producto homogéneo a precios de mercado pero con menor costo de producción a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector, lo cual se interpreta en incrementos de beneficios. La escasa competitividad se afilia con la

insuficiencia de competir en precio y en calidad, lo cual suele ser sinónimo de ruina y aniquilación de la empresa.

Desde el punto de vista de la competitividad, una empresa es una tecnología, una forma de poder organizar en conjunto los elementos productivos con una entrada (la rentabilidad) que determina su existencia en donde el Gobierno debe apoyar con medidas específicas para fortalecer la competitividad direccionando la económica, la asociación de los elementos productivos obtenidos por sus habitantes. (Ramirez, 2015)

2.2.1.1 Competitividad Empresarial.

La competitividad de una organización es relativa a la eficacia para consumir las metas y objetivos para cumplir la misión. Sin embargo, eficacia no implica eficiencia, por lo que una organización puede ser lo suficientemente eficaz, puesto que cumple bien con su misión, pero esto no conlleva a que resulte eficiente, puesto que invierte más recursos en el logro de sus resultados económicos. Así mismo puede conseguir ser eficiente y la misión estar mal manifestada, por lo que podría resultar ineficaz la gestión de la empresa. (Aquino, 2014)

2.2.1.1.1 Competitividad Interna

La competitividad interna está estrechamente relacionada con el progreso de la posición económico-financiera. La empresa que mantiene en el tiempo una secuencia positiva y creciente es una empresa eficiente. Se refiere al talento que tiene cada organización y su constante esfuerzo de progreso para alcanzar un rendimiento colosal de

los recursos disponibles como personal, capital, materiales, ideas y el desarrollo de los procesos de transformación. (Galeon, 2015)

2.2.1.1.2 Competitividad Externa

La competitividad externa se asocia a las ventas y, en consecuencia, la empresa que progresa o mantiene la cuota de mercado tiene unas políticas comerciales eficaces. Es por ello que se puede decir que mantiene dependencia en el modelo de mercado al cual se haya sumergido la empresa, que deberá analizar entonces la agilidad, la invención e innovación de nuevos productos, etc, para alcanzar un nivel de competitividad que le permita mantenerse en el mercado. Una vez obtenido un nivel de competitividad adecuado, este deberá mantenerse con el pasar del tiempo a través de la creación de nuevas ideas para el futuro y del aprovechamiento de oportunidades. (Galeon, 2015)

2.2.1.2 Factores de la competitividad

a) Calidad del servicio

Calidad de producto es la capacidad de hacer satisfactores sea un bien económico, servicio que puedan satisfacer las exigencias y necesidades de los clientes. En otro contexto, también significa desarrollar correctamente cada proceso de producción para así satisfacer a los clientes internos de la empresa y evitar satisfactores defectuosos. Su importancia se fundamenta en que la satisfacción del cliente acrecienta la fidelidad del producto en organizaciones mercantiles, asimismo la calidad del servicio está unida con la cualidad de satisfacer a clientes, usuarios o ciudadanos, de manera decente, neutral, generosa, transparente, responsable, puntual, etc., alcanzando niveles superiores de

satisfacción en sus conexiones con la organización o institución proveedora del servicio.
(Galeon, 2015)

b) Productividad

La productividad es la capacidad de realizar la cantidad de producto producido, anclada a una excelente calidad, por hora trabajada. Es por ello que productividad depende en gran nivel de la tecnología (capital físico) utilizada y la calidad del profesionalismo de los colaboradores (capital humano), así en países netamente industrializados los colaboradores pueden realizar en promedio mucha más cantidad de bienes gracias a la existencia de maquinaria que se mecanizan o automatizan parte realizar los procesos.
(Galeon, 2015)

Con respecto a los servicios, singularmente los que necesitan de la atención personal directa, la productividad parcialmente es más difícil de poder mejorar mediante capital físico o humano. Sin embargo, históricamente la producción de bienes manufacturados ha tenido grandes aumentos en la productividad debido a la introducción de equipo y tecnologías nuevas.

Es decir las comparaciones concretas a nivel internacional, muestran que la calidad del capital humano o la intensidad del capital físico (nivel de mecanización), sólo pueden explicar una fracción minúscula de la competitividad a nivel general o la renta de los países desarrollados. Esa constatación compromete que las teorías para explicar la productividad y el incremento sólo aclara muy levemente la productividad observada.
(Galeon, 2015)

Una importante productividad se origina en una mayor disposición de producción a igualdad de costos, o un menor costo a igualdad de producto producido. Un costo disminuido permite ofrecer precios más bajos lo cual es fundamental para las empresas volviéndolas competitivas en el mercado. (Jimenez, 2014)

c) Innovación

Según Gaytón, (2014) la innovación es todo proceso en el cual a partir de una idea, creación o investigación de un requerimiento se desarrolla un producto, técnica o servicio valioso hasta que sea comerciable y aceptado. Por lo consiguiente de acuerdo con este concepto, innovar no es más que la elaboración de crear algo nuevo o que no se conoce a partir de la investigación metódica de una necesidad, ya sea de manera particular, grupal u organizacional, para lograr una meta económica. Esto quiere decir, que la innovación produce ideas que pueden comercializar en un mercado específico.

Para crear e innovar es necesario tener un gran entendimiento de la necesidad, pues no todas las ideas innovadoras logran tener éxito, por lo tanto, es imprescindible jugar con todas las herramientas fundamentales y/o necesarias para que la creación o innovación no solo pueda sorprender sino también funcionar.

d) Integración

La integración está constituida por múltiples elementos que se basan en la normativa y los vínculos entre los individuos, es decir unir o hacer un solo paquete las partes; convirtiendo a las unidades antes independientes en componentes fundamentales de un solo sistema coherente, haciendo énfasis en la estrecha relación que existe entre la

integración y el poder, en el sentido de que se establece una relación en donde los actores, unidades o componentes normativos se puedan modificar; estableciendo de ésta manera procesos y sucesos que trasciendan a nivel global en la composición, dinámica e historia mundial.

Son cuatro las dimensiones que tiene un proceso de Integración, el dominio, que está compuesto por las poblaciones de las áreas geográficas inmersas; el alcance, se refiere a los distintos aspectos normativos, económicos, sociales, culturales, donde se desarrolla la unión de la integración; el nivel son las gratificaciones, beneficios o dificultades de las unidades integradas; el peso comprende la cohesión del sistema integrado que prueba la capacidad para afrontar y desarrollar tensiones, presiones, desequilibrios y divisiones. (Quiroz, 2017)

2.2.1.3 Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es un término propio del marketing que se refiere al placer que tiene el cliente correspondido a cualquier producto que ha adquirido o servicio que ha recibido, cuándo éste cumple o sobrepasa las expectativas deseadas.

Cuando un cliente adquiere un producto u obtiene un servicio y éste cumple con sus expectativas, entonces quedará complacido y muy posiblemente volverá a comprar o visitar, aunque posiblemente se decida por acudir a la competencia si llega a encontrar una mejor promoción o servicio. Sin embargo, cuando un cliente adquiere un producto u obtiene un servicio que no solamente cumple con sus expectativas, sino que las sobrepasa muy por encima de lo estimado, entonces quedará satisfecho y no sólo volverá a

comprarnos o visitarnos, sino que muy posiblemente se convertirá en un cliente fiel y nos recomendará con otros consumidores. Por lo consiguiente, lograr la absoluta satisfacción del cliente, brindándole un producto o servicio que no tan solo cumpla con sus expectativas si no que las sobrepase es la esencia del éxito de toda organización. (Aquino, 2018)

2.2.1.3.1 Formas de satisfacción del cliente

- a) **Ofrecer producto de calidad:** ofrecer un producto que tenga insumos de calidad, que cuente con un diseño atrayente, que pueda complacer los requerimientos, los gustos y las preferencias de los consumidores. (Gaytón, 2014)
- b) **Cumplir con lo prometido:** proyectar que el producto tenga las propiedades indicadas en la publicidad y hacer efectivas las ofertas de ventas. Según si se cumple con lo prometido la empresa muestra su transparencia y crea un sentimiento de confianza y fiabilidad. (Gaytón, 2014)
- c) **Brindar un excelente servicio al cliente:** brindar una atención de calidad, un trato agradable, un ambiente fresco en donde haya comodidad, un trato particular, una oportuna atención. (Gaytón, 2014)
- d) **Ofrecer una atención personalizada:** brindar ofertas exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades singulares, tratando que un mismo colaborador atienda todas las consultas en todo momento al mismo cliente. (Gaytón, 2014)
- e) **Brindar una rápida atención:** brindar una oportuna atención al atender lo requerido, al ofrecer un producto, al ofrecer un servicio, resolviendo los problemas, quejas y reclamos. (Gaytón, 2014)

- f) **Resolver problemas, quejas y reclamos:** escuchar y dar solución a los problemas, quejas y reclamos de manera oportuna y efectiva. (Gaytón, 2014)
- g) **Espacio de servicio o marco espacial:** es uno de los tres factores que constituye la experiencia del cliente. Se trata del lugar donde el cliente estimula dicha experiencia, lo cual es importante para la empresa, ya que elabora reacciones emocionales en el cliente. En los servicios de atención presencial podemos ver de manera fácil los elementos que forman el espacio: la señalización, los colores, el mobiliario, la imagen de las personas que atienden al público (inclusive otros clientes), influyen en la sensación que el cliente experimentará. (Basile, 2018)

2.2.2 Teorías de gestión de calidad

La calidad es un tema nuevo de desarrollo, hoy en día no se puede hablar de hacer solo las cosas bien sino mantener un alto grado de calidad adecuado durante el desarrollo de un producto o servicio. Sin embargo, existen muchas definiciones de calidad, el empleo de cada una depende netamente del área en que se este laborando. Anteriormente se pensaba que la calidad era muy costosa y por eso influenciaba en las ganancias producidas por la organización. Hoy se sabe que el rebuscar la calidad resulta en una rebaja en los costos de las organizaciones y por ende una mayor ganancia.

Es por ello que la calidad puede tener varios conceptos, dos de los cuales son primordiales para la organización, ya que estos sirven para planear la calidad y la estrategia empresarial. Por calidad se entiende como la carencia de deficiencias que

pueden presentarse como: demora en las entregas, defectos durante los servicios, facturas erróneas, anulación de contratos de ventas, etc. Calidad es adaptarse a la situación.

(Zejsler, 2015)

2.2.2.2 El compromiso laboral

El compromiso que tienen los trabajadores se ve integrada a la participación con su empresa, y con ello su aportación para mejorar la imagen y el nombre de la misma. Los trabajadores cuentan con orden de disposición y convicción que vistas en su grupo revelan la eficiencia y el bienestar de la empresa. (Flores, 2015)

Por otro lado, la unión entre la responsabilidad de los trabajadores y otros factores clave como la eficiencia, la productividad, la seguridad, la captación y retención, la satisfacción, permanencia y lealtad de los clientes hacen posible que la empresa se desarrolle y en definitiva obtenga rentabilidad. (Flores, 2015)

Por lo tanto, el compromiso que tienen los trabajadores hacia la empresa es un elemento fundamental para las estrategias y gestión empresarial. Sin embargo, las condiciones mínimas de trabajo: las características de los locales, instalaciones, equipos, productos, capital humano, procedimientos y procesos pueden generar un riesgo a los colaboradores si no son los correctos. (Aquino, 2018)

2.2.2.2.1 Factores del compromiso laboral

Son todos aquellos en donde la empresa puede influir de manera directa en el trabajador para su desarrollo y permanencia de manera positiva o negativa.

(Barrios, 2016)

a) Satisfacción. La satisfacción del trabajador esta íntegramente ligada al compromiso laboral, a la motivación y la productividad. Es decir, cuando mayor sea su satisfacción en la empresa, mayor será su productividad y compromiso beneficiando a la empresa de manera significativa.

b) Integración. Es la vinculación del trabajador con la cultura y política de la empresa que refleja el clima laboral y la satisfacción del éxito de la empresa. (Barrios, 2016)

c) Recursos. Son los elementos con los que dispone el trabajador para realizar bien su trabajo, tenga eficiencia y productividad para cumplir con los objetivos delineados por la empresa. (Barrios, 2016)

d) Motivación. Es uno de los elementos que más incurre sobre los trabajadores y se da cuando el trabajador tiene bienestar laboral y desarrollo profesional en un buen ambiente en el trabajo, ya que los trabajadores motivados son el primer eslabón de una cadena que conlleva a una mayor lealtad de los clientes y aumento de beneficios para la empresa. (Barrios, 2016)

e) El grado de compromiso laboral hace referencia al dinamismo de cada puesto y tarea a realizar. Por ello, si en las tareas de trabajo falta un compromiso firme por

parte del empleado, la calidad terminara disminuyendo y causando un prestigio negativo sobre la empresa y sus gerentes. Por ello la retención de trabajadores y clientes son recíprocos. Para mejorar la lealtad de sus clientes, una empresa debe primero consolidar la fidelidad de los empleados. Y de igual forma, para establecer objetivos que vinculen el crecimiento con los beneficios, no sólo se debe tener en cuenta la lealtad y satisfacción de los clientes, sino también el compromiso y la lealtad de los trabajadores. (Jimenez, 2014)

2.2.2.3 Planeación de la calidad

Es el proceso que asegura que todos los miembros de una empresa se involucren y participen en conjunto como un solo equipo de trabajo, brindando las fuerzas operativas y los medios necesarios para lograr productividad y si es necesario realizar cambios que se le pueden y deben hacer al proceso para tener una mayor calidad que satisfagan las necesidades requeridas por los clientes. (Zejsler, 2015)

2.2.2.3.1 Procedimientos para la Planeación de la Calidad

Según Marthans (2017) para que una empresa se establezca y pueda mantenerse en el mercado actual se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. Definir la visión y misión de la empresa. - la misión es un dictamen que parte de la especificación de lo que se hace, tomando en cuenta; los clientes o usuarios, el espacio geográfico que se abarca, los sectores de producción o servicio que se desarrollan.

2. Establecer Objetivos. - la empresa debe identificar cuáles son sus objetivos, sin embargo estos deben ser claros específicos y alcanzables detallando cada una de las metas a lograr.

3. Identificar los recursos. - cada una de las metas contar con los recursos necesarios para lograr su cumplimiento.

4. Establecer las tareas de objetivos relacionados. - Priorizar tareas, cada meta debe tener definidas sus tareas, proyectos y logros. Mantener la motivación dentro de los trabajadores por cumplimiento de objetivos, realizar un plan de incentivos.

5. Priorizar objetivos y tareas. - priorizar cada una de las metas y tareas para cada objetivo según sea su importancia. Es decir, la tarea que se considere más importante se deberá abordar primero.

6. Identificar alternativas de acción. – cada plan de gestión debe tener un plan de contingencia por si algunos de los aspectos del plan maestro no logran ser alcanzados. (Marthans, 2017)

Por otro lado, Paz (2015) señala que en la planificación de la calidad se desarrollan los productos y procesos que son necesarios para lograr satisfacer las necesidades de los clientes y no se hace énfasis en las barreras que pueden presentarse, sino en las herramientas que son utilizadas para cualquier tarea de una empresa y así solucionarlo.

Así mismo actualmente la planeación es considerada parte integra de la estrategia total de la empresa, y se administra como elemento estratégico fundamental. Por eso la gestión de la calidad tiene impacto estratégico en la organización y representa una ocasión

de competitividad, poniendo mayor intensidad en el mercado y en las necesidades del cliente. Así podemos decir que la gestión de la calidad ya no es una manera de evitar los reclamos de clientes insatisfechos, sino que sirve para innovar sistemas y desarrollar actividades para hacer mejor las cosas en el momento oportuno y no esperar a que se haya un error para corregirlo. (Paz, 2015)

III. HIPOTESIS

3.1 Hipótesis general

Según Hernández, Fernández & Baptista, (2015) sostienen que las investigaciones de tipo descriptiva miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar, por ello la presente investigación no necesita establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de cada situación problemática de la Variable Competitividad y Gestión de Calidad del rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura.

IV. METODOLOGIA

4.1 Diseño de la investigación

La presente investigación es de nivel descriptivo ya que pretende describir las propiedades y características propias de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura año 2015. Y según Hernández, Fernández, & Baptista (2015). Las investigaciones de nivel descriptivo enumeran, clasifican y señalan las propiedades, características y rasgos importantes de las variables a investigar.

El tipo de la investigación es cuantitativo ya que al momento de la recolección y presentación de los datos estos han sido examinados de manera científica, en forma numérica empleando la estadística. Para ello se han recogido y analizado los datos sobre las variables de gestión de calidad y la competitividad a la vez que se han estudiado las características, propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva de tal forma que los resultados obtenidos se han podido generalizar. Es decir que los datos obtenidos se han cuantificado.

Se ha utilizado el diseño no experimental en donde las variables de competitividad y gestión de calidad no han sido manipuladas de ninguna forma por lo que se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto y ambiente en el que se desarrolla.

El Modelo será transversal debido a que la información ha sido recolectada en un determinado momento (Hernández , Fernández & Baptista, (2015). Por lo que se busca

determinar y conocer las causas, factores o variables que generan situaciones problemáticas dentro de un determinado contexto social.

4.2 Población y muestra

En la presente investigación la población se encuentra conformada por 10 MYPE comerciales rubro cevicherías, distribuidas en el centro de la ciudad de Piura del distrito Piura del departamento de Piura, comprendidas en el siguiente cuadrante: Avenida Bolognesi, Avenida Sullana, Calle Lambayeque y Calle Lima.

La población para la variable Competitividad se acudió a los gerentes y clientes, para el primer objetivo la población es conocida (N=10) gerentes y no es necesario establecer ninguna fórmula y el segundo objetivo se acudió a los clientes por lo tanto la población es infinita y se aplicó la fórmula:

Población: competitividad

$$N = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2} \quad N = \frac{1.96^2 \times 0.75 \times 0.25}{0.05^2} \quad N = \frac{3.8416 \times 0.75 \times 0.25}{0.0025} \quad N = \frac{0.7203}{0.025}$$

$$N = 288,12 \quad N = 288$$

En donde:

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual)

P= representa las características similares homogéneas de las personas. (0,75)

Q= representa las características heterogéneas o no similares (0,25) las dos suman el 100% de la caracterización.

E= Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que queda a criterio del encuestador. (0.05)

La población para la variable gestión de calidad se acudió a los trabajadores y gerentes, es una población finita conocida donde N= 57 (47 trabajadores y 10 gerentes) y debido a esto no es necesario establecer ninguna fórmula ya que se ha trabajado con toda la población dispuesta a brindar información los mismos que han sido determinadas de manera o tipo de muestreo aleatorio simple por conveniencia.

Cuadro 1

Relación de MYPE

N°	Nombre	Trabajadores	Gerentes
01	Cevichería El Encuentro	05	01
02	Cevichería Frutos del	05	01
03	Cevichería Casa Blanca	04	01
04	Cevichería El Submarino	06	01
05	Cevichería Pedrito	05	01
06	Cevichería El Rocoto	04	01
07	Cevichería La Tomasa	05	01
08	Cevichería Miramar	04	01
09	Cevichería Entre patas	04	01
10	Cevichería Don Sevillano	05	01
	Total	47	10

4.2.1 Criterios de Inclusión

4.2.1.1 Para la Variable Competitividad

- Personas que tengas más de 18 años, que sean clientes frecuentes, clientes organizacionales y clientes finales.

4.2.1.2 Para la Variable Gestión de Calidad

- Se va a considerar a propietarios y propietarias que tengan más de un año en la actividad comercial.

4.2.2 Criterios de Exclusión

- Se excluirá a personas con características que no puedan brindar una información real y fidedigna.
- Menores de 18 años
- Personas que no consuman el producto.

4.3 Matriz de Operacionalización de las Variables

Matriz de Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala
Competitividad	Capacidad que tiene una empresa para brindar un producto y/o servicio más barato o de mejor calidad, o cualquier combinación de ambos elementos rebasando las expectativas de sus clientes. (García, 2015)	Objetivos: Factores de la competitividad	Calidad de servicio Productividad Innovación Dominio Alcance Nivel Peso	La dimensión: “Factores de la competitividad” se medirá con sus indicadores: “Calidad de servicio, productividad, Innovación, dominio, alcance, nivel y peso” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Gerentes	Nominal
		Formas de satisfacción del cliente	Calidad de producto Ofertas Servicio al cliente Atención Personalizada Atención Rápida Quejas y Reclamos Instalaciones	La dimensión: “Formas del cliente” se medirá con sus indicadores: “calidad de producto, servicio al cliente, atención, instalaciones” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Clientes	Nominal

Gestión de calidad	Mantener un alto grado de calidad adecuado durante el desarrollo de un producto o servicio, disminuyendo costos y obteniendo una mayor ganancia. (Zejser, 2015)	Factores del Compromiso laboral	Satisfacción Integración Recursos Motivación Grado de compromiso	La dimensión: “Factores del compromiso laboral” se medirá con sus indicadores: “satisfacción, integración, , recursos, motivación, grado de compromiso” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Trabajador	Nominal
		Procedimientos de planeación	Misión Objetivos Recursos Objetivos relacionados Objetivos priorizados Alternativas	La dimensión: “Procedimientos de planeación” se medirá con sus indicadores: “misión, objetivos, recursos, objetivos relacionados, objetivos priorizados y alternativas” con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Gerentes	Nominal

4.4 Plan de análisis.

Para el desarrollo de la presente investigación se ha empleado la técnica de la encuesta, que busca recaudar información valiosa por medio de un cuestionario prediseñado, el mismo que no modificará el entorno ni controlará el proceso que está en observación. Los datos han sido obtenidos a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa dueños, trabajadores y clientes de las MYPE cevicherías del distrito Piura, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Los cuestionarios se han obtenido a partir de la operacionalización de las variables, dichos cuestionarios han sido validados por el juicio de expertos quienes se caracterizan por ser Licenciados en Administración, colegiados y con el grado de Maestría. Luego de haber validado dichos instrumentos fueron entregados a las fuentes de información (propietarios, trabajadores y clientes). Así el primer cuestionario dirigido a los gerentes de las MYPE en estudio consta de preguntas divididas en dos secciones: la primera sección 7 preguntas referentes al primer objetivo específico, la segunda sección 06 preguntas referentes al cuarto objetivo específico de la variable gestión de calidad, dichas preguntas son de escala nominal y ordinal. El segundo cuestionario dirigido a los clientes, de las mismas MYPE consta de siete preguntas dividida en una sección: preguntas referentes gestión de calidad dichas preguntas son de escala nominal y ordinal. Y el tercer cuestionario dirigido a los trabajadores preguntas referentes a gestión de calidad.

4.5 Matriz de consistencia

Fuente: elaboración propia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensi ones	Indicadores	Metodología
Caracterización de la Competitividad y la Gestión de Calidad en las MYPE rubro Cevicherías del centro de la ciudad de Piura año 2015.	¿Qué características tiene la Competitividad y la Gestión de Calidad en las MYPE rubro Cevicherías del centro de la ciudad de Piura.	Conocer qué características tiene la Competitividad y la Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015. (a) Identificar los factores de la competitividad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.	Según Hernández, Fernández & Baptista, (2015) la investigación por ser no necesita establecer hipótesis.	Competitividad.	Factores de la competitividad	Calidad de servicio Productividad Innovación Dominio Alcance Nivel Peso	La investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo se empleará la técnica observación y el instrumento la encuesta.

		(b) Conocer las formas de satisfacción del cliente de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.			Formas de satisfacción del cliente	Calidad de producto Ofertas Servicio al cliente Atención Personalizada Atención Rápida Quejas y Reclamos Instalaciones	La investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo se empleará la técnica observación y el instrumento la encuesta.
		(c) Identificar los factores del compromiso laboral en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.		Gestión de calidad.	Factores del Compromiso laboral	Satisfacción Integración Recursos Motivación Grado de compromiso	La investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo se empleará la técnica observación y el instrumento la encuesta.

		(d) Conocer el procedimiento de la planeación en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.			Procedimiento de planeación	Misión Objetivos Recursos Objetivos relacionados Objetivos priorizados Alternativas	La investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo se empleará la técnica observación y el instrumento la encuesta.
--	--	---	--	--	-----------------------------	--	---

4.6 Principios Éticos

En la presente investigación se ha trabajado con total veracidad los resultados obtenidos de las unidades de análisis (propietarios, trabajadores y clientes) de las MYPE cevicherías del centro de la ciudad de Piura, se tabularon y graficaron ordenando los datos de acuerdo a cada variable para luego realizar el análisis pregunta por pregunta y su posterior interpretación empleando el programa Excel para un mejor conocimiento de los hechos. Respetando la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el presente estudio. Además, todas las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes han sido rechazadas de manera contundente. Dicho esto, la investigación se realizó con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo y responsabilidad social.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 variable 1: Competitividad.

Objetivo 1: Identificar los factores de la competitividad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

Tabla 1
¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	30%
NO	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
Elaboración: Propia

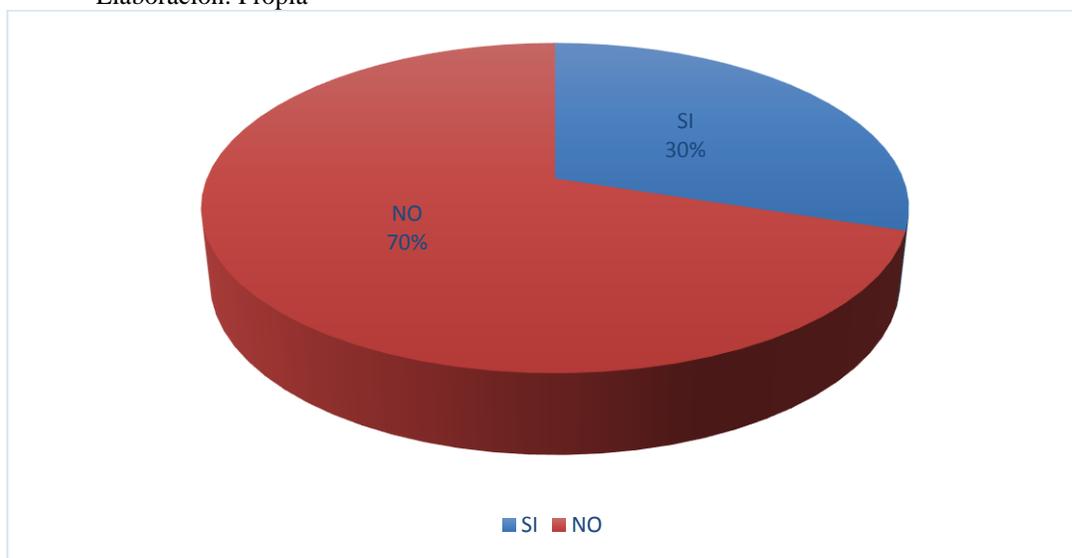


Figura 1: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 1 ¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 1 y figura 1 se observa que el 70% no cuenta con personal profesional para brindar un servicio de calidad, en tanto el 30% si cuenta con personal profesional.

Tabla 2
 ¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
 Elaboración: Propia

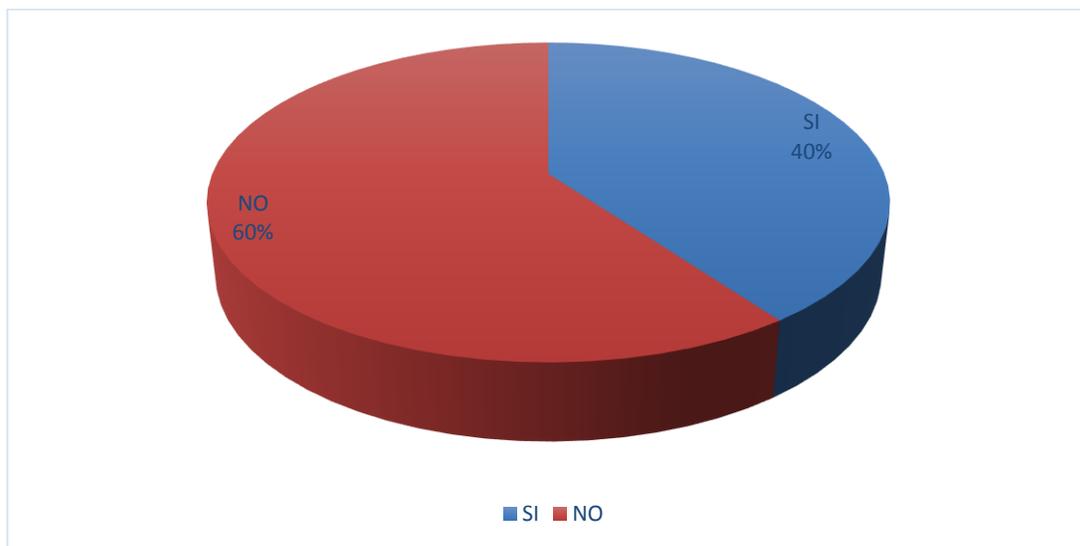


Figura 2: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 2 ¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
 Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 2 y figura 2 se observa que el 60% de los gerentes no cuenta con los equipos tecnológicos necesarios para que el trabajador realice un buen trabajo y cumpla con las tareas asignadas, en tanto el 40% si cuenta los equipos.

Tabla 3
 ¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

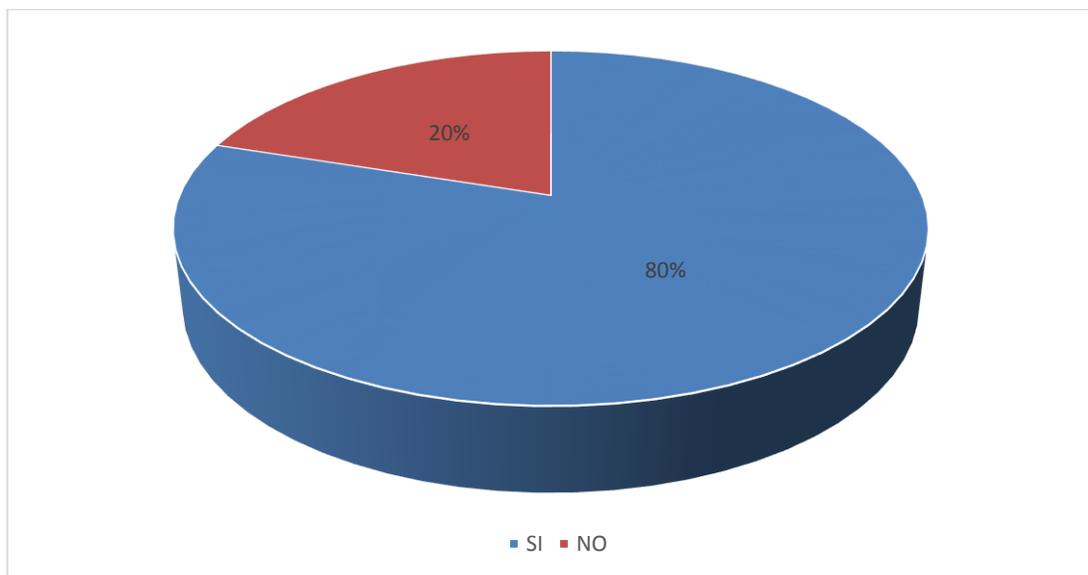


Figura 3: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 3 ¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 3 y figura 3 se observa que el 80 % si escucha a sus trabajadores para innovar los productos y así satisfacer al cliente, y el 20% no escucha a sus trabajadores.

Tabla 4
 ¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

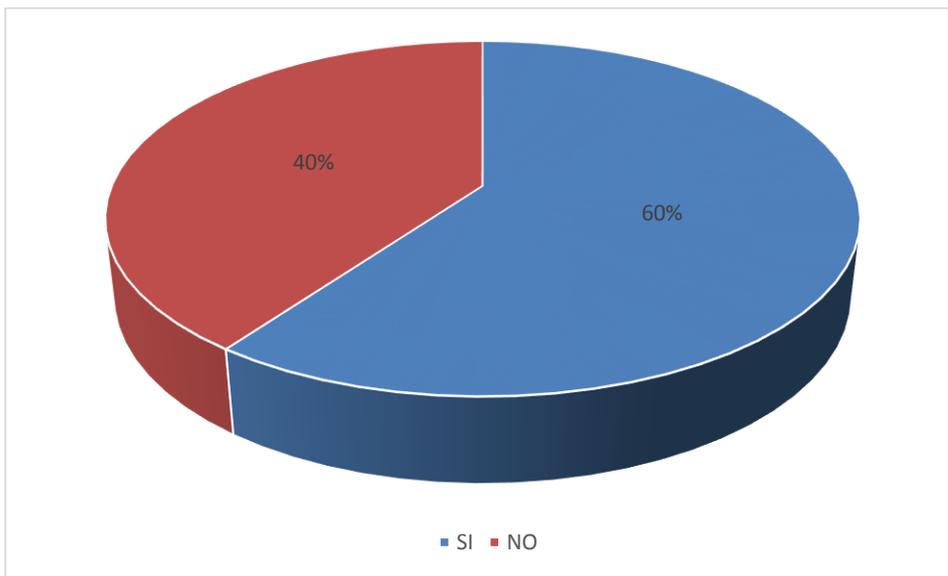


Figura 4: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 4 ¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 4 y figura 4 se observa que el 60 % si considera que asisten clientes de toda su jurisdicción, en tanto el 40% no lo considera.

Tabla 5
 ¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	10%
No	90	90%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

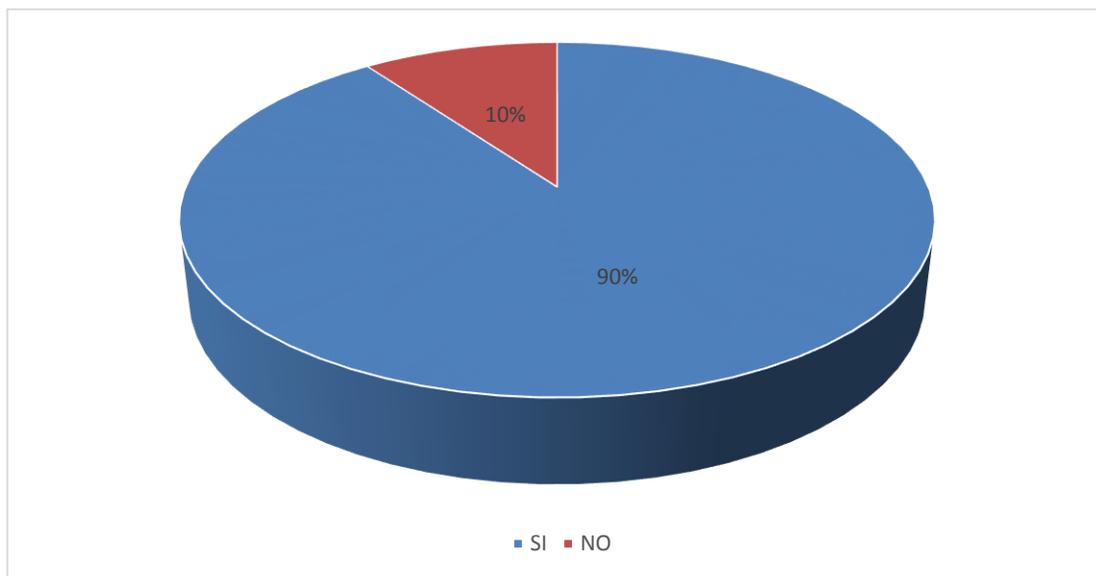


Figura 5: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 5 ¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 5 y figura 5 se observa que el 90% no comprende las necesidades de sus clientes de acuerdo a su zona, en tanto el 10% si las comprende.

Tabla 6
¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

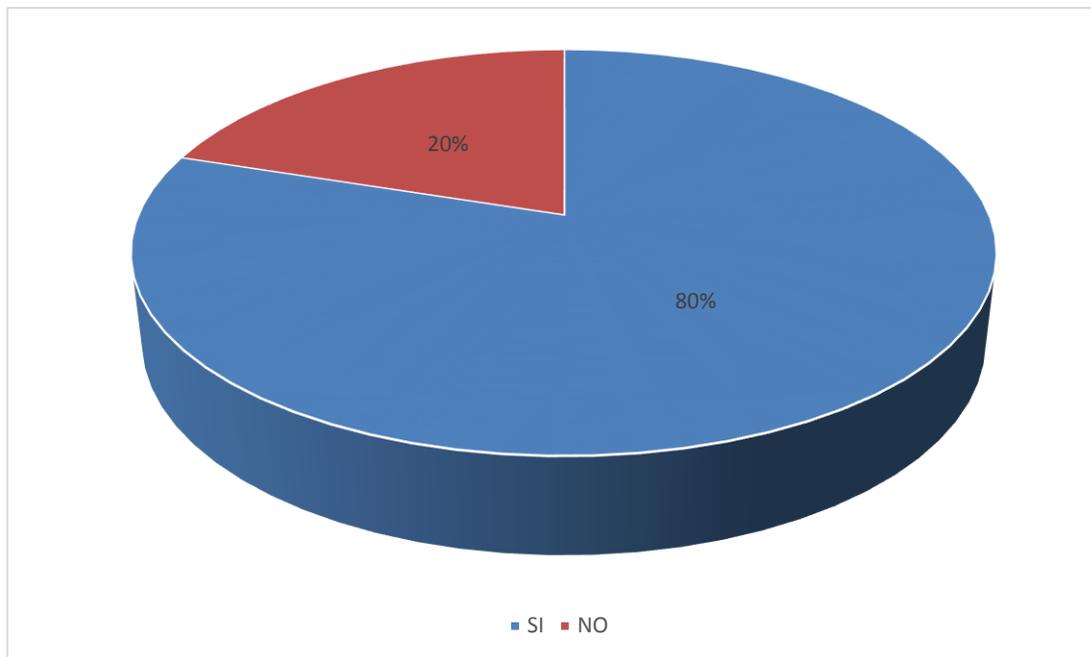


Figura 6: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 6 ¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 6 y figura 6 se observa que el 80% si cumple con los sueldos y beneficios a los trabajadores y el 20 % no cumple.

Tabla 7
¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

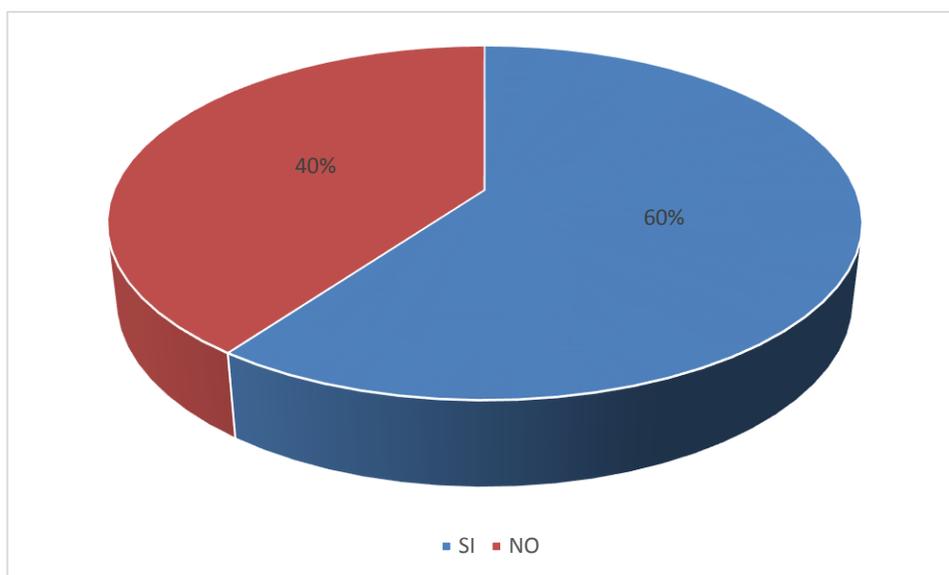


Figura 7: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 7 ¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 7 y figura 7 se observa que el 60% si demuestran trabajar en equipo, en tanto el 40 % no demuestra trabajar en equipo.

Objetivo 2: Conocer las formas de Satisfacción del cliente de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

Tabla 8
¿Cree usted que la empresa brinda un producto atractivo, y de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	219	76%
No	69	24%
Total	288	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

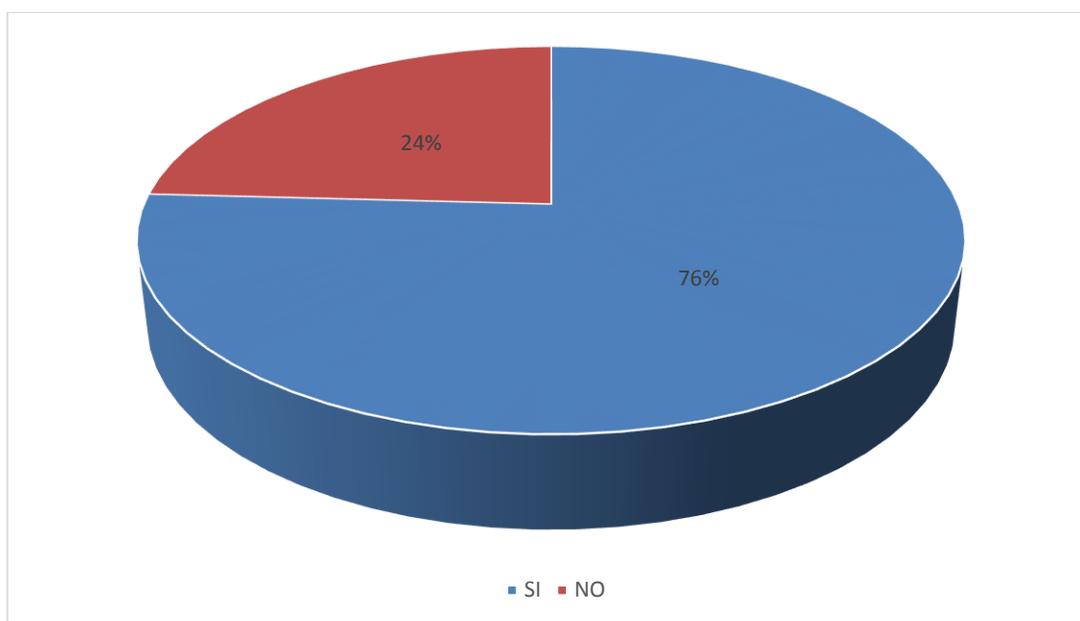


Figura 8: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 8 ¿Cree usted que la empresa brinda un producto atractivo, y de calidad?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 8 y figura 8 se observa que el 76 % si cree que la empresa brinda productos atrayentes y de calidad; en tanto el 24% no lo brinda.

Tabla 9
¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?

Categoría	Frecuencia	porcentaje
Si	248	86%
No	40	14%
Total	288	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

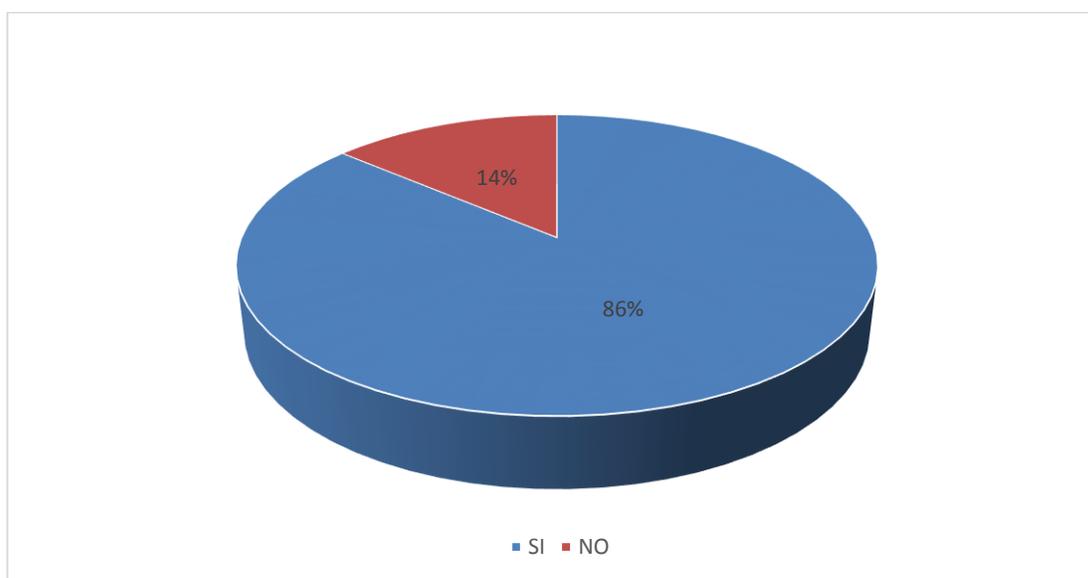


Figura 9: grafico circular que corresponde a la pregunta N° 9 ¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 9 y figura 9 se observa que el 86% si cumplen con las ofertas y promociones y el 14% no cumple.

Tabla 10
¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	109	38%
No	179	62%
Total	288	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.
Elaboración: Propia

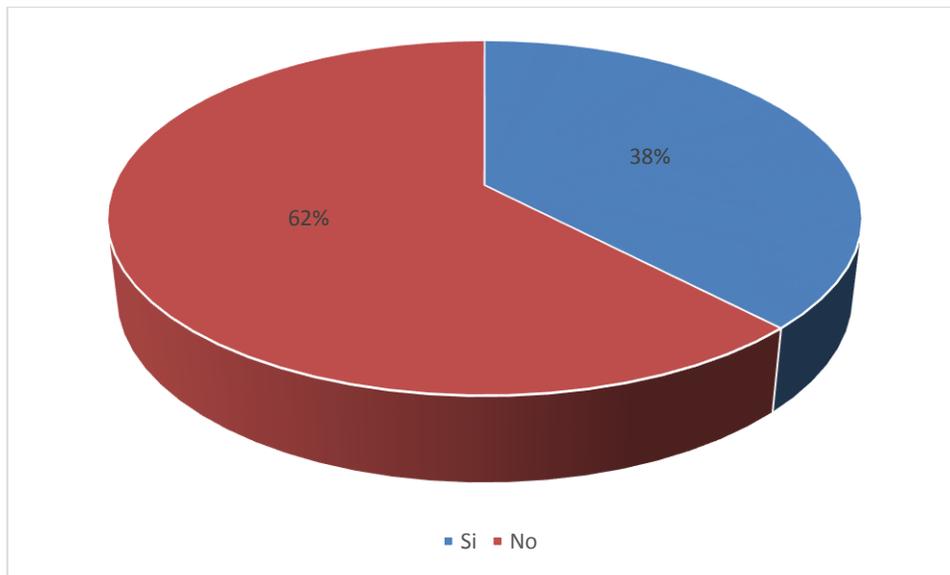


Figura 10: grafico circular que corresponde a la pregunta N°10 ¿Cree usted que en la empresa se brinda una atención amable, agradable y siente satisfecho?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.
Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 10 y figura 10 se observa que el 68 % no se sienten satisfechos con la atención; en tanto el 32% si se siente satisfecho.

Tabla 11
¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	21%
No	228	79%
Total	288	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

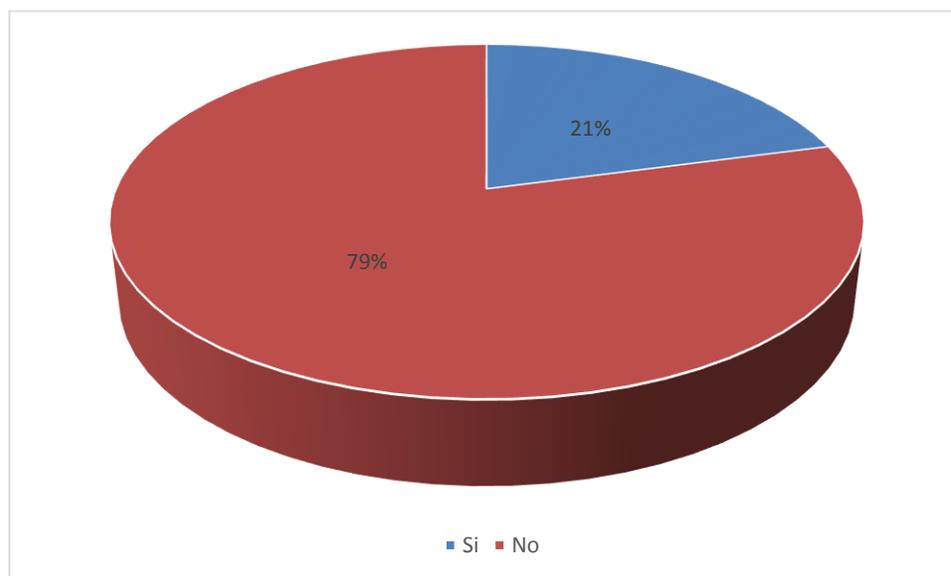


Figura 11: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 11 ¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 11 y figura 11 se observa que el 79 % no atiende de forma personalizada a los clientes; en tanto el 21% si lo hace.

Tabla 12
¿La atención es rápida y oportuna?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	28%
No	207	72%
Total	288	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

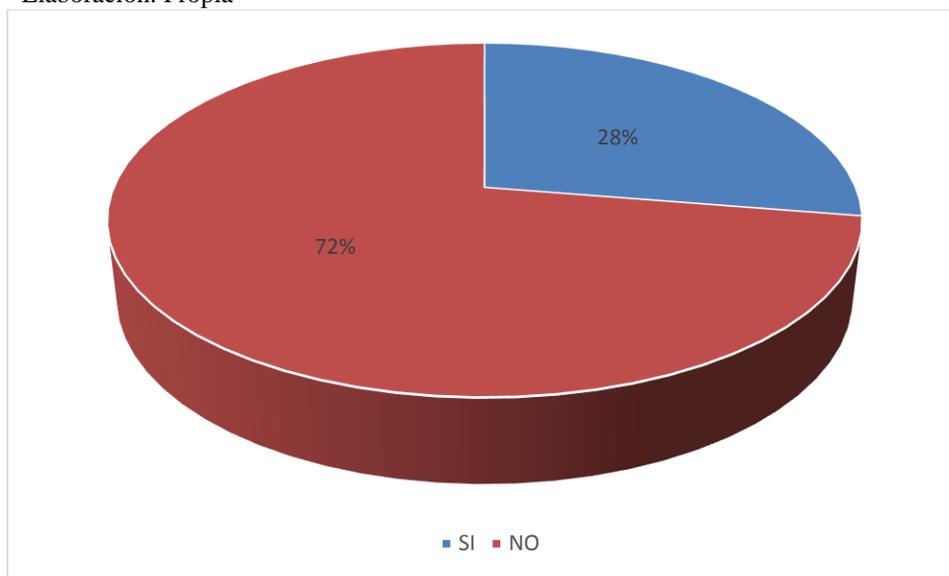


Figura 12: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 12 ¿La atención es rápida y oportuna?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 12 y figura 12 se observa que el 72 % no ofrece atención rápida y oportuna; en tanto el si la ofrece; en tanto el 28% si la ofrece.

Tabla 13
¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	199	69%
No	89	31%
Total	288	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.
Elaboración: Propia

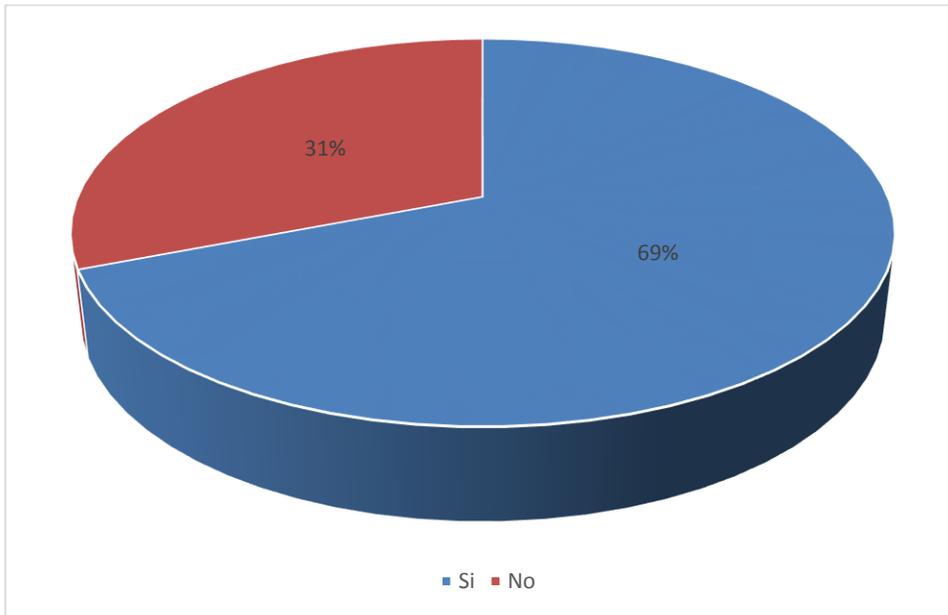


Figura 13: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 13 ¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.
Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 13 y figura 13 se observa que el 69 % no atiende los problemas, reclamos y quejas de inmediato; en tanto el 31% si lo atiende.

Tabla 14
¿Cree usted espacios de atención son cómodos y frescos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	118	41%
NO	170	59%
Total	288	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.
Elaboración: Propia

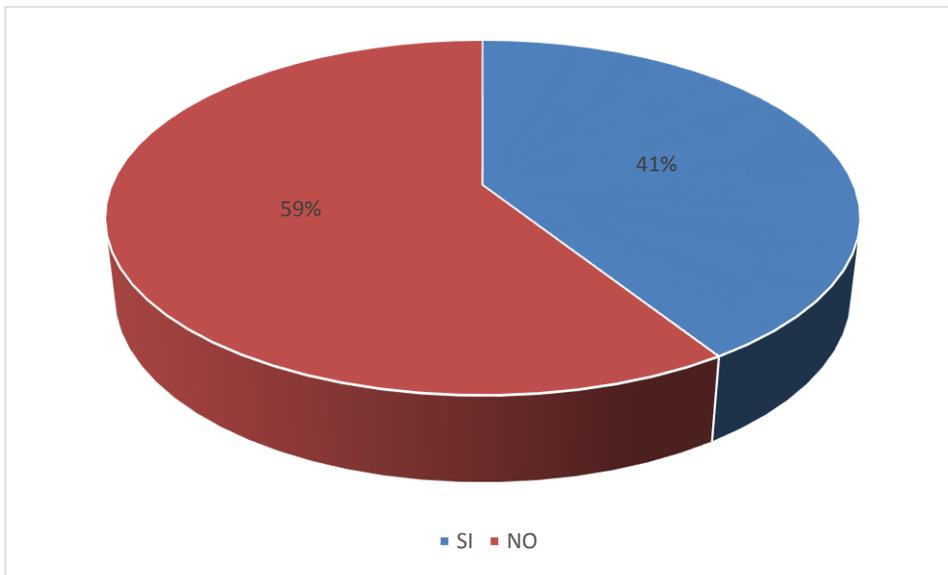


Figura 14: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 14 ¿Los espacios de atención son cómodos y frescos?

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.
Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 14 y figura 14 se observa que el 59 % no encuentran los espacios de atención cómodos y frescos; en tanto el 41% si lo son.

5.1.1.2 variable 2: Gestión de Calidad

Objetivo 3: - Identificar los factores del compromiso laboral en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

Tabla 15
¿Usted se siente satisfecho trabajando en esta empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	70%
No	14	30%
Total	47	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

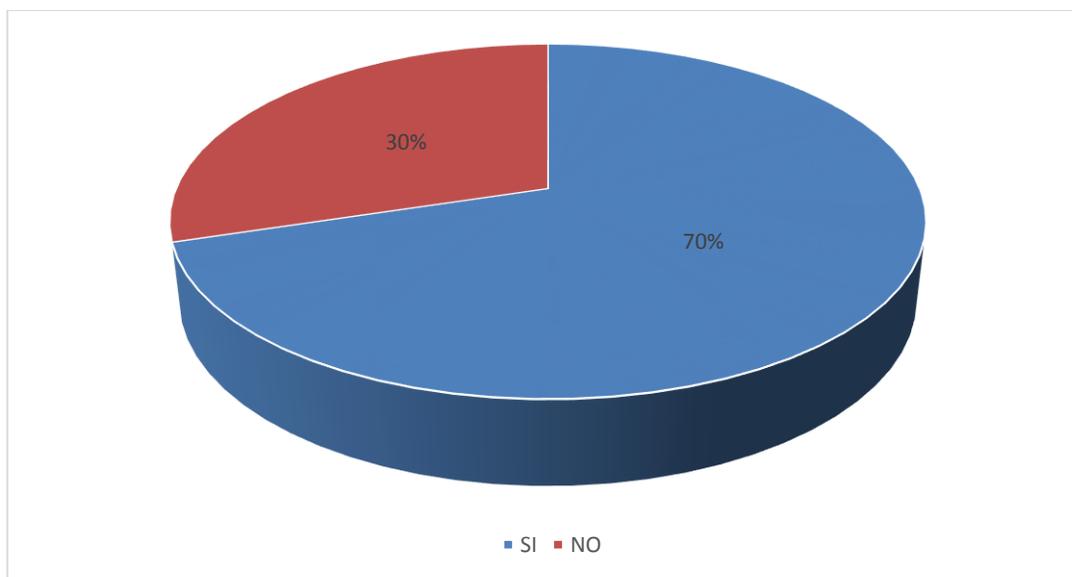


Figura 15: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 15 ¿Usted se satisfecho trabajando en esta empresa?

Fuente: Cuestionario aplicado a los Trabajadores.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 15 y figura 15 se observa que el 70 % de los trabajadores si se satisfecho bien en la empresa donde labora; en tanto el 30% no se siente satisfecho.

Tabla 16
 ¿Se siente parte de un equipo de trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	55%
No	21	45%
Total	47	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

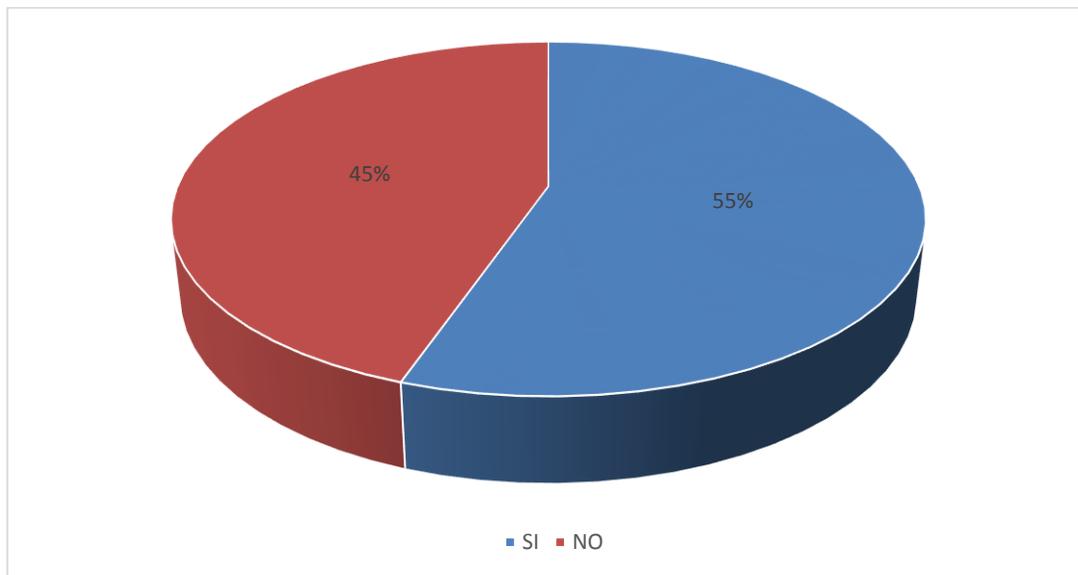


Figura 16: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 16 ¿Se siente parte de un equipo de trabajo?

Fuente: Cuestionario aplicada a los trabajadores.

Elaboración: Propia.

COMENTARIO

En la tabla 16 y figura 16 se observa que el 55 % si se sienten parte de un equipo de trabajo; en tanto el 45% no se sienten parte del equipo.

Tabla 17

¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	77%
No	11	23%
Total	47	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

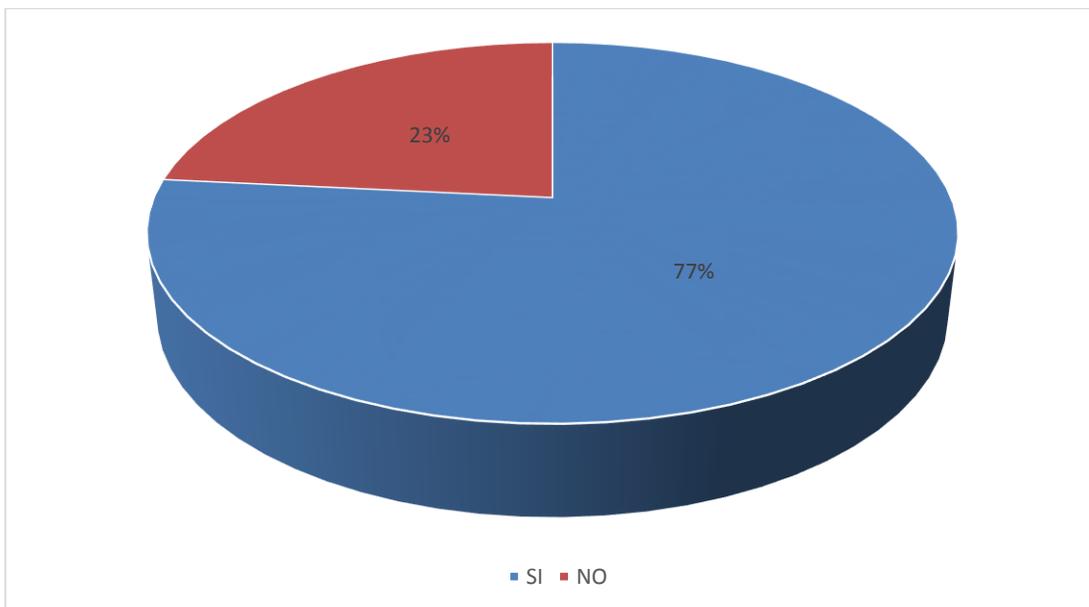


Figura 17: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 17 ¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 17 y figura 17 se observa que el 77 % si cuentan con los recursos necesarios para realizar bien su trabajo; en tanto el 23% no cuentan con los recursos.

Tabla 18

¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	66%
No	16	34%
Total	47	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

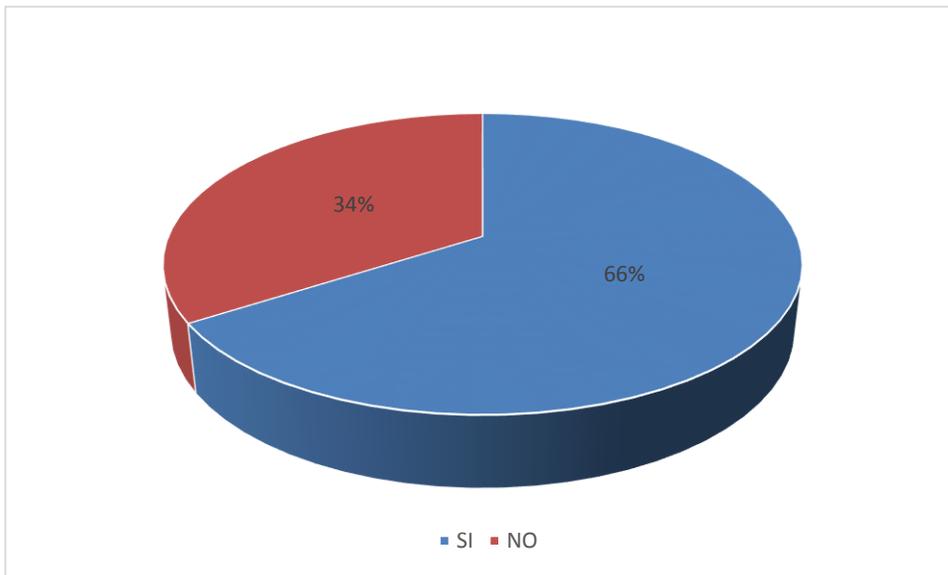


Figura 18: grafico circular que corresponde a la pregunta N° 18 ¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 18 y figura 18 se observa que el 66 % si se sienten motivados para realizar un trabajo de calidad; en tanto el 34% no lo están.

Tabla 19
¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?

Categoría	Frecuencia	porcentaje
Si	29	62%
No	18	38%
Total	47	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

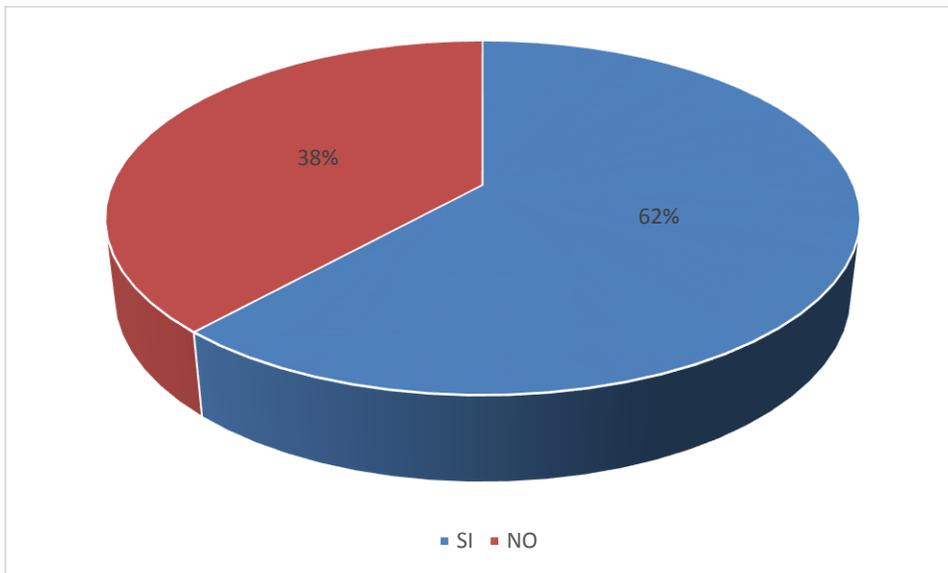


Figura 19: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 19 ¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 19 y figura 19 se observa que el 62 % de los trabajadores si están comprometidos con la empresa; en tanto el 38% no están comprometidos.

Objetivo 4: - Conocer el procedimiento de la planeación en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

Tabla 20
¿La misión de la empresa es clara y comprensible?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

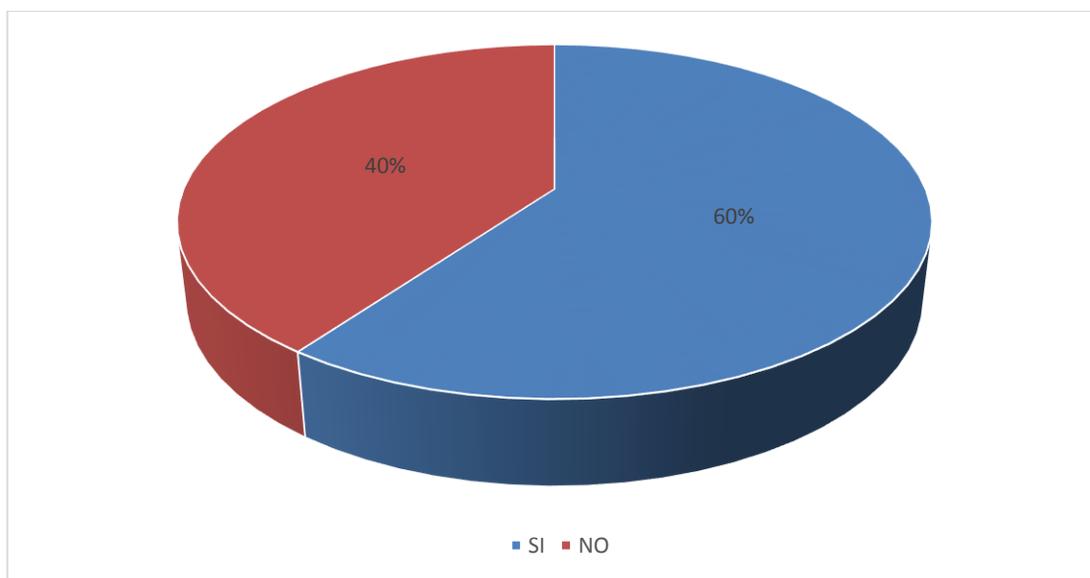


Figura 20: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 20 ¿La misión de la empresa es clara y comprensible?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 20 y figura 20 se observa que el 60 % si cuenta con una misión clara y comprensible para que la empresa obtenga beneficios y sea competitiva; en tanto el 40% no cuenta con una misión que ayude a cumplir con los objetivos de la empresa.

Tabla 21
¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
Elaboración: Propia

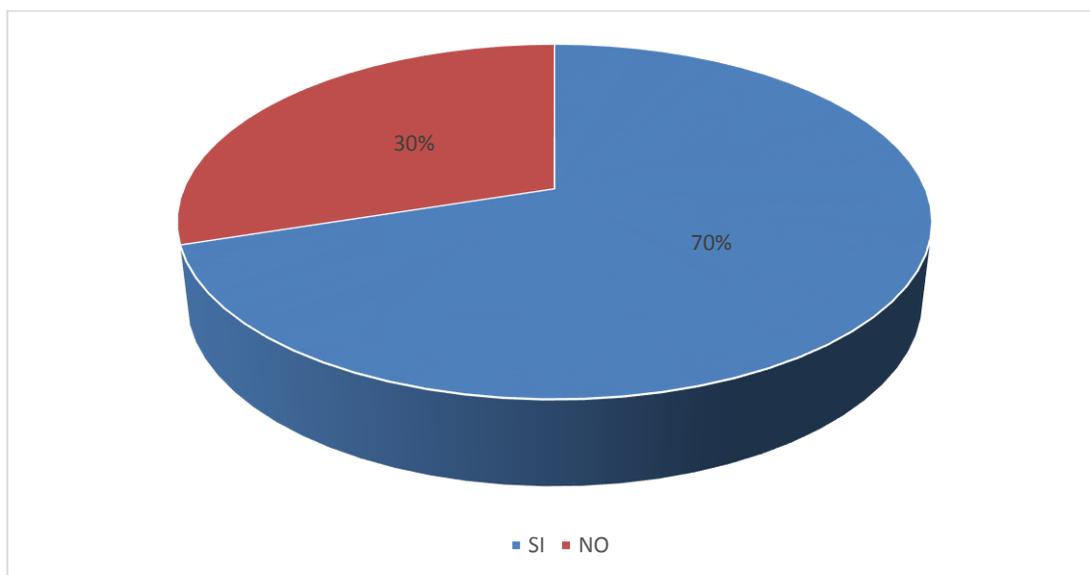


Figura 21: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 21 ¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 21 y figura 21 se observa que el 70 % si han establecido objetivos que pueden ser alcanzados; en tanto el 30% no han establecidos objetivos.

Tabla 22

¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

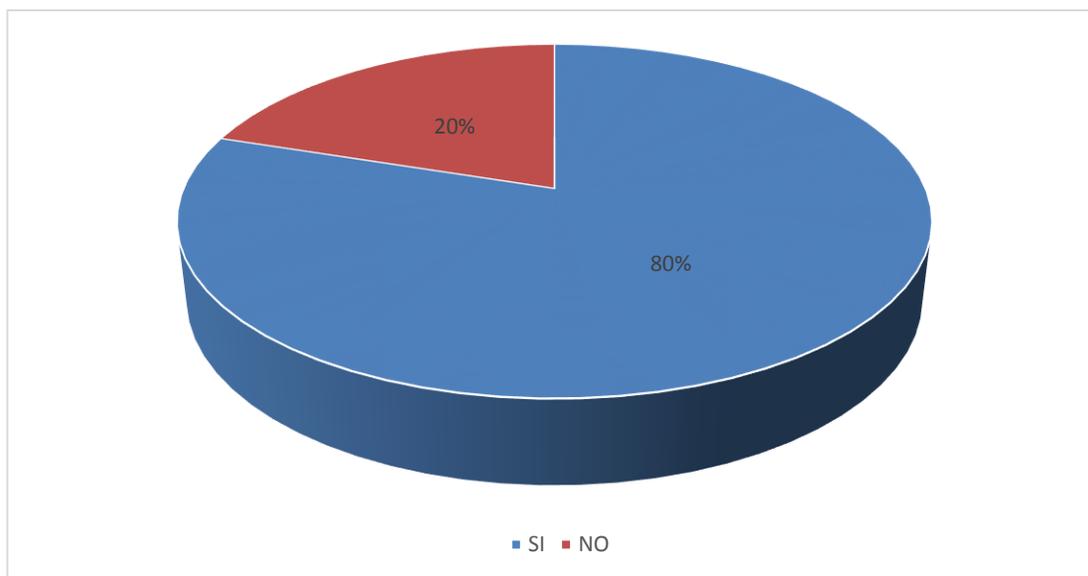


Figura 22: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 22 ¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 22 y figura 22 se observa que el 80 % si cuentan con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados; en tanto el 20 % no cuentan con los recursos.

Tabla 23
¿Las tareas para cada meta están bien definidas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
Elaboración: Propia

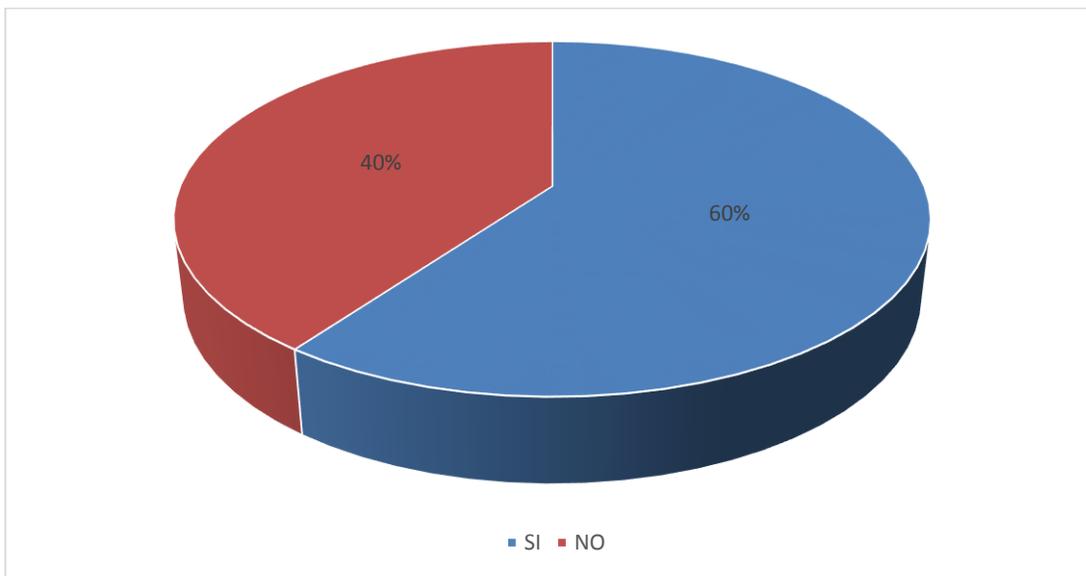


Figura 23: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 23 ¿Las tareas para cada meta están bien definidas?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.
Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 23 y figura 23 se observa que el 60 % no tienen las tareas definidas para cada proceso de producción-, el tanto el 40 % si las tienen.

Tabla 24
¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

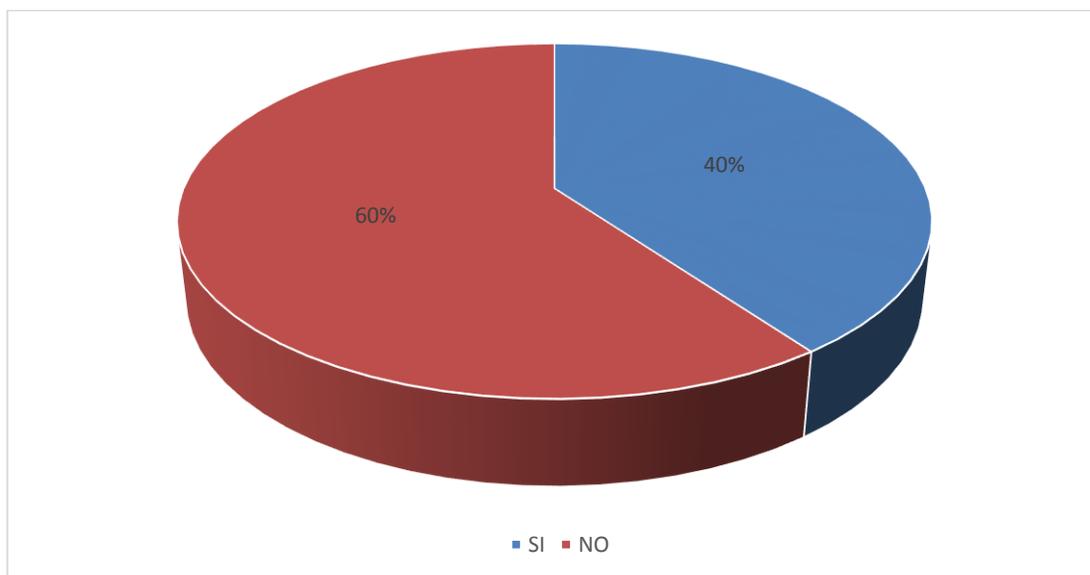


Figura 24: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 24 ¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 24 y figura 24 se observa que el 60 % no priorizan tareas según sea su importancia; en tanto el 40% si priorizan tareas.

Tabla 25

¿Cuenta con alternativas de acción para solucionar los problemas de la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

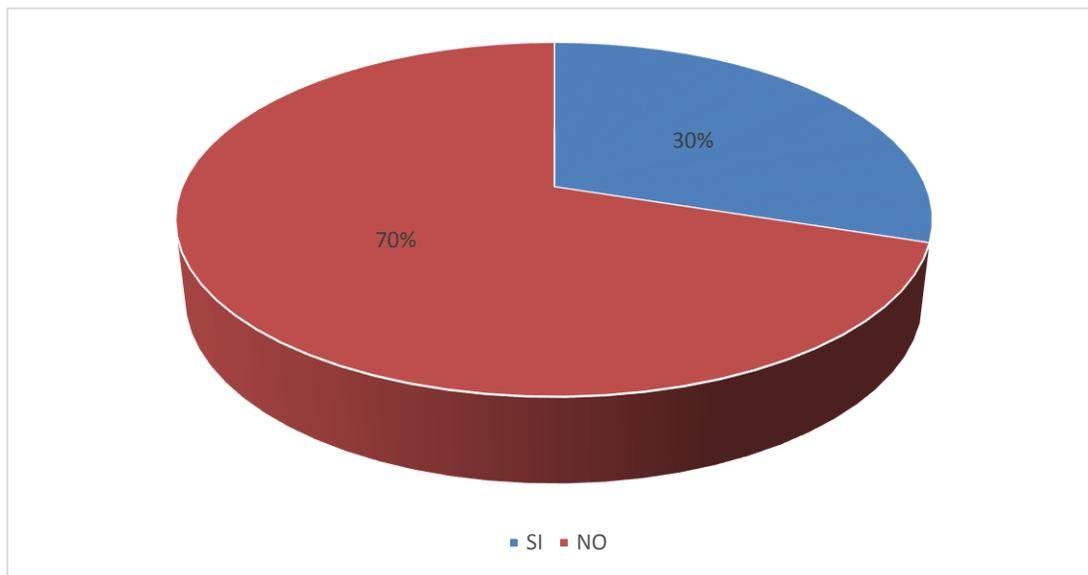


Figura 25: gráfico circular que corresponde a la pregunta N° 25 ¿Cuenta con alternativas de acción para solucionar los Problemas de la empresa?

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes.

Elaboración: Propia

COMENTARIO

En la tabla 25 y figura 25 se observa que el 70 % no tienen alternativas de acción para solucionar los problemas de la empresa; en tanto el 30% si cuentan con alternativas de acción que ayuden a solucionar los problemas de la empresa.

5.2 Análisis de Resultados

5.2.1 Resultados variable Competitividad

Objetivo 1: Identificar los factores de la competitividad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

En la tabla 1 y figura 1 se observa que el 70% no cuenta con personal profesional para brindar un servicio de calidad, en tanto el 30% si cuenta con personal profesional; resultado que discrepa con Plasencia (2018) quien en su investigación “Restaurante con Temática de Amor, una alternativa de negocio innovador para diversificar la oferta turística en la ciudad de Trujillo” concluyó que para sacar adelante el sector y hacerlo más competitivo y fuerte es necesario contar con personal profesional que provea la calidad más alta de servicios. Por otro lado, Galeón (2015) señala que la calidad de servicio significa desarrollar correctamente cada proceso de producción para así satisfacer a los clientes internos de la empresa y evitar satisfactores defectuosos. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE cuenten con colaboradores profesionales para que la empresa desarrolle correctamente cada proceso de producción y logre satisfacer a los clientes y así cumplir con sus objetivos.

En la tabla 2 y figura 2 se observa que el 60% no cuenta con los equipos tecnológicos necesarios para que el trabajador realice un trabajo de calidad y cumpla con las tareas asignadas, en tanto el 40% si cuenta los equipos necesarios que ayudan a cumplir con los objetivos de la empresa; resultado que es discrepante con Puma (2015) quien es

su investigación “Estudio de factibilidad de un nuevo modelo de negocio para la Cevichería El Peruanito en el cantón Cuenca” concluyó que la tecnología, el servicio y las relaciones con clientes y proveedores son de suma importancia y se han convertido, en piedras angulares que se deben tomar en cuenta cuando se trata de competitividad. Por otro lado, Galeón (2015) señala que productividad depende en gran nivel de la tecnología y capital físico utilizado. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE utilicen equipos tecnológicos de calidad para aumentar la productividad y el rendimiento eficiente de los recursos como lo menciona Galeón.

En la tabla 3 y figura 3 se observa que el 80 % si escucha a sus trabajadores para innovar los productos y así satisfacer al cliente, y el 20% no escucha a sus trabajadores lo que no les permite innovar sus productos; lo que coincide con Seminario (2017) quien en su investigación “Influencia del marketing relacional para la fidelización de los clientes de las cevicherías de la ciudad de Iquitos” concluyó que, las MYPE deben innovar constantemente, y buscar diferenciarse de su competencia, contando con productos creativos y distintos que contengan un valor agregado. Por otro lado, Gaytón (2014) señala la innovación es todo proceso en el cual a partir de una idea, creación o investigación de un requerimiento se desarrolla un producto, técnica o servicio que pueda satisfacer al cliente. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE busquen innovar constantemente los productos para que se diferencien de los competidores y así satisfacer a los clientes como lo menciona Gaytón para ser competitivos en el mercado actual.

En la tabla 4 y figura 4 se observa que el 60 % si considera que asisten clientes de toda su jurisdicción, en tanto el 40% no lo considera; resultado que es cercano con Campos

(2017) quien es su investigación “Influencia del marketing relacional para la fidelización de los clientes de las cevicherías de la ciudad de Iquitos” señala que el grave problema que tienen las MYPE en la actualidad es que no ejecutan una apropiada gestión empresarial. Por otro lado, Quiroz (2017) señala el dominio está compuesto por las poblaciones de las áreas geográficas inmersas dentro de la jurisdicción de la empresa. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE se orienten en el dinamismo y flexibilidad para tener ventaja competitiva en el mercado y pueda atender a todos los clientes de su jurisdicción.

En la tabla 5 y figura 5 se observa que el 90% no comprende las necesidades de sus clientes de acuerdo a su zona, en tanto el 10% si las comprende; resultado que es contradictorio con Puma (2015) quien señala en su investigación “Estudio de factibilidad de un nuevo modelo de negocio para la Cevichería El Peruanito en el cantón Cuenca” que es necesario enfocarse directamente en el cliente que es uno de los activos más importantes para la empresa. Por otro lado, Aquino (2018) señala que cuando un cliente adquiere un producto u obtiene un servicio y éste cumple con sus expectativas, entonces quedará complacido y muy posiblemente volverá a comprar. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE comprendan las necesidades de los clientes para que generen confianza y sean leales.

En la tabla 6 y figura 6 se observa que el 80% si cumple con los sueldos y beneficios a los trabajadores y el 20 % no cumple; resultado cercano a lo dicho en su investigación “Influencia del marketing relacional para la fidelización de los clientes de las cevicherías de la ciudad de Iquitos” en la que concluyó que velar por el bienestar del

personal de la empresa mejora la productividad. Por otro lado, Quiroz (2017) señala que las gratificaciones, beneficios motivan a los colaboradores y ayudan a cumplir con los objetivos de la empresa. Por la tanto, se recomienda que la MYPE cumplan con los beneficios de los colaboradores para que se sientan satisfechos y tengan mayor productividad.

En la tabla 7 y figura 7 se observa que el 60% si demuestran trabajar en equipo, en tanto el 40 % no demuestra trabajar en equipo. Lo que coincide con (Campos 2017) quien en su investigación “Logística de entrada y la Competitividad de las Mypes Gastronómicas de San Juan De Lurigancho” concluyó que las empresas deben generar estrategias de competitividad y mejoramiento de la productividad que le ayuden a sobresalir sobre los demás y así lograr un mejor desarrollo económico. Por otro lado, Quiroz (2017) señala que el trabajo en equipo comprende la cohesión del sistema integrado que prueba la capacidad para afrontar y desarrollar tensiones, presiones, desequilibrios y divisiones. Por la tanto, se recomienda que la MYPE integren de manera eficiente a todos los miembros de la empresa para que sean capaces de afrontar los problemas que puedan suceder en la empresa como lo menciona Quiroz.

Objetivo 2: Conocer las formas de Satisfacción del cliente de las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

En la tabla 8 y figura 8 se observa que el 76 % si cree que la empresa brinda productos atractivos y de calidad; en tanto el 24% no lo brinda; resultado que es cercano con lo dicho por Bizarrón (2016) quien en su investigación “Personalidad de los Administradores, como Factor de Competitividad de las Empresas Restauranteras de

Puerto Vallarta, Jalisco” concluyó que la satisfacción del cliente se puede medir por la calidad del producto. Por otro lado, Aquino (2018) señala que la satisfacción del cliente es un término propio del marketing que se refiere al placer que tiene el cliente correspondido a cualquier producto que ha adquirido o servicio que ha recibido, cuándo éste cumple o sobrepasa las expectativas deseadas. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE ofrezcan productos de calidad para satisfacer al cliente y obtener mayores beneficios.

En la tabla 9 y figura 9 se observa que el 86% si cumplen con las ofertas y promociones y el 14% no cumple; lo que es cercano a lo dicho por Meléndez (2018) quien en su investigación “La ventaja competitiva y el posicionamiento de marca de la Cevichería el pulpo” concluyó que desde un primer momento se debe atraer la atención de los clientes, y partir de allí muestren el interés y el deseo para que obtengan el producto que se presenta. Por otro lado, Gaytón (2014) señala que para que la empresa sea transparente y pueda crear confianza y fiabilidad con los clientes debe hacer efectiva la publicidad y las ofertas de ventas. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE ofrezcan productos de calidad y cumplan con las promociones brindadas para satisfacer al cliente como lo menciona Gaytón.

En la tabla 10 y figura 10 se observa que el 62 % no se sienten satisfechos con la atención; en tanto el 38 % si se siente satisfecho; lo que discrepa con lo señalado por Bizarrón (2016) quien en su investigación “Personalidad de los Administradores, como Factor de Competitividad de las Empresas Restauranteras de Puerto Vallarta, Jalisco” concluyó que la competitividad se puede medir por medio de la satisfacción del cliente.

Por otro lado, Aquino (2018) señala que, para lograr la absoluta satisfacción del cliente, se debe brindar un producto o servicio que no tan solo cumpla con sus expectativas si no que las sobrepase. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE brinden productos de calidad que sobrepasen las expectativas deseadas por el cliente para tener ventaja competitiva y mejorar sus beneficios como lo señala Aquino.

En la tabla 11 y figura 11 se observa que el 79 % no atiende de forma personalizada a los clientes; en tanto el 21% si atiende de forma personalizada; resultado que discrepa con Seminario (2017) quien es su investigación “Influencia del marketing relacional para la fidelización de los clientes de las cevicherías de la ciudad de Iquitos” señala que, los clientes buscan una atención personalizada. Por otro lado, Gaytón (2014) señala que la satisfacción del cliente se logra si se ofrece una atención personalizada, brinda ofertas exclusivas, brinda un producto que satisfaga necesidades singulares, tratando que un mismo colaborador atienda todas las consultas en todo momento al mismo cliente. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE atiendan a los clientes de la manera más rápida y oportuna para lograr satisfacerlos como lo menciona Gaytón.

En la tabla 12 y figura 12 se observa que el 72 % no ofrece atención rápida y oportuna; en tanto el si la ofrece; en tanto el 28% si la ofrece. resultado que discrepa con Seminario (2017) quien señala en su investigación “Influencia del marketing relacional para la fidelización de los clientes de las cevicherías de la ciudad de Iquitos” que los clientes buscan una atención rápida. Por otro lado, Gaytón (2014) señala que brindar una oportuna atención al atender lo requerido, al ofrecer un producto, es un factor importante para satisfacer al cliente. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE atiendan a los clientes

de manera personalizada y brinde un servicio de calidad para que los clientes se sientan satisfechos como lo menciona Gaytón.

En la tabla 13 y figura 13 se observa que el 69 % no atiende los problemas, reclamos y quejas de inmediato; en tanto el 31% si los atiende; lo que discrepa con Puma (2015) que en su investigación “Estudio de factibilidad de un nuevo modelo de negocio para la Cevichería El Peruanito en el cantón cuenca” concluyó que la relación con el cliente debe de generar confianza por parte del mismo para que sea leal y contribuya a construir en el público una idea positiva de la empresa recomendándola y aumentando las ventas actuando como ente publicitario. Por otro lado, Gaytón (2014) señala que resolver problemas, quejas y reclamos, escuchar y dar solución a los problemas, quejas y reclamos de manera oportuna y efectiva logra satisfacer a los clientes. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE atiendan de manera eficiente a los clientes solucionando cualquier problema, queja o reclamo de manera rápida y oportuna para lograr calidad de servicio como lo menciona Gaytón.

En la tabla 14 y figura 14 se observa que el 59 % no encuentran los espacios de atención cómodos y frescos; en tanto el 41% si lo son. Lo que es cercano a lo dicho por Campos (2017) en su investigación “Logística de entrada y la Competitividad de las Mypes Gastronómicas de San Juan De Lurigancho” en la que concluyó que las principales causas de problemática de las MYPE son la falta de espacios de servicio no adecuados, el poco conocimiento de las estrategias de competitividad. Por otro lado, Basile (2018) señala que los espacios de servicios es uno de los tres factores que constituye la experiencia del cliente. Se trata del lugar donde el cliente estimula dicha experiencia, lo

cual es importante para la empresa, ya que elabora reacciones emocionales en el cliente. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE cuenten con espacios de atención en donde los clientes se sientan satisfechos como lo menciona Basile.

5.2.2 Resultados variable Gestión de Calidad.

Objetivo 3: - Identificar los factores del compromiso laboral en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

En la tabla 15 y figura 15 se observa que el 70 % si está satisfecho en la empresa donde labora; en tanto el 30% no se siente satisfecho. Lo que es coincidente a lo dicho por Silva (2015) en su investigación “Calidad del servicio al cliente en el restaurante la Lomita tambo grande” en donde señala que, para que un colaborador sea productivo en la empresa debe estar satisfecho. Por otro lado, Barrios (2016) señala que la satisfacción del trabajador esta íntegramente ligada al compromiso laboral, a la motivación y la productividad. Es decir, cuando mayor sea su satisfacción en la empresa, mayor será su productividad y compromiso beneficiando a la empresa de manera significativa. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE se preocupen por el bienestar de sus trabajadores capacitándolos, ayudando a cumplir con sus objetivos para que tengan mayor productividad y la empresa se pueda beneficiar como lo menciona Barrios.

En la tabla 16 y figura 16 se observa que el 55 % si se sienten parte de un equipo de trabajo; en tanto el 45% no se sienten parte del equipo. resultado cercano con Tembleque (2014) quien en su investigación “Proyecto de implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015” concluyó que, con la implementación de un sistema

de gestión de calidad las empresas pueden consolidar de manera efectiva la misión involucrando a todos sus miembros del equipo que la componen y mejorar la eficacia de las mismas. Por otro lado, Zejser (2015) señala que la planeación de calidad es un proceso que asegura que todos los miembros de una empresa se involucren y participen en conjunto como un solo equipo de trabajo, brindando las fuerzas operativas y los medios necesarios para lograr productividad. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE se integren un sistema de gestión de calidad para que la empresa obtenga mayores beneficios.

En la tabla 17 y figura 17 se observa que el 77 % si cuentan con los recursos necesarios para realizar bien su trabajo; en tanto el 23% no cuentan con los recursos; resultado que es cercano con Torres (2016) quien en su investigación “Caracterización de la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio rubro Cevicherías del p.j. Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote” señala que existe una relación directa muy clara entre las dimensiones que constituyen la calidad, los elementos tangibles y recursos humanos que promueven el crecimiento patrimonial de las empresas. Por otro lado, Barrios (2016) señala que los recursos son los elementos con los que dispone el trabajador para realizar bien su trabajo, tenga eficiencia y productividad para cumplir con los objetivos delineados por la empresa. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE cuenten con los recursos necesarios para que el trabajador pueda realizar un trabajo de calidad y cumpla con los objetivos establecidos de la empresa.

En la tabla 18 y figura 18 se observa que el 66 % si se sienten motivados para realizar un trabajo de calidad; en tanto el 34% no lo están. resultado que coincide con lo señalado por Silva (2015) en su investigación “Calidad del servicio al cliente en el

restaurante la Lomita tambo grande” en la que concluyó que la motivación para trabajar es esencial para que los miembros de la organización sean productivos, creativos, se comprometan y se sientan fieles a la empresa logrando así calidad en el servicio. Por otro lado, Barrios (2016) señala que la motivación del trabajador es uno de los elementos que más incurre sobre los trabajadores y se da cuando el trabajador tiene bienestar laboral y desarrollo profesional en un buen ambiente en el trabajo, ya que los trabajadores motivados son el primer eslabón de una cadena que conlleva a una mayor lealtad de los clientes y aumento de beneficios para la empresa. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE motiven constantemente a los trabajadores para que incurran en la lealtad de los clientes de manera eficiente y aumente los beneficios de la empresa como lo menciona Barrios.

En la tabla 19 y figura 19 se observa que el 62 % de los trabajadores si están comprometidos con la empresa; en tanto el 38% no están comprometidos; resultado que es cercano con Tembleque (2014) quien en su investigación “Proyecto de implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015” concluyó que, con la implementación de un sistema de gestión de calidad las empresas pueden consolidar de manera efectiva la misión involucrando a todos sus miembros del equipo que la componen y mejorar la eficacia de las mismas. Por otro lado, Jiménez (2014) señala que, para mejorar la lealtad de sus clientes, una empresa debe primero consolidar la fidelidad de los empleados. Y de igual forma, para establecer objetivos que vinculen el crecimiento con los beneficios, no sólo se debe tener en cuenta la lealtad y satisfacción de los clientes, sino también el compromiso y la lealtad de los trabajadores. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE

establezcan objetivos alcanzables y vinculen a los trabajadores en su desarrollo para obtener beneficios deseados.

Objetivo 4: - Conocer el procedimiento de la planeación en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.

En la tabla 20 y figura 20 se observa que el 60 % si cuenta con una misión clara y comprensible para que la empresa obtenga beneficios y sea competitiva; en tanto el 40% no cuenta con una misión clara; resultado cercano con Tembleque (2014) quien en su investigación “Proyecto de implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015” señala que, con la implementación de un sistema de gestión de calidad las empresas pueden consolidar de manera efectiva la misión. Por otro lado, Marthans (2017) señala que la misión es un dictamen que parte de la especificación de lo que se hace, tomando en cuenta; los clientes o usuarios, el espacio geográfico que se abarca, los sectores de producción o servicio que se desarrollan. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE comuniquen la misión de la empresa a cada uno de los miembros de forma clara y comprensible para que se enfoquen en sus beneficios como lo menciona Marthans.

En la tabla 21 y figura 21 se observa que el 70 % si han establecido objetivos que pueden ser alcanzados; en tanto el 30% no han establecidos; resultado cercano con Tembleque (2014) quien señala en su investigación “Proyecto de implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015” que con la implementación de un sistema de gestión de calidad las empresas pueden consolidar de manera efectiva la misión involucrando a todos sus miembros del equipo que la componen y mejorar la eficacia de las mismas. Por otro lado, Marthans (2017) señala que la empresa debe identificar cuáles

son sus objetivos, sin embargo estos deben ser claros específicos y alcanzables detallando cada una de las metas a lograr. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE establezcan objetivos claros específicos y alcanzables detallando cada una de las metas a lograr para que se obtengan los beneficios deseados.

En la tabla 22 y figura 22 se observa que el 80 % si cuentan con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados; en tanto el 20 % no cuentan con los recursos; resultado cercano con Torres (2016) que en su investigación “Caracterización de la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio rubro Cevicherías del p.j. Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote” concluyó que existe una relación directa muy clara entre las dimensiones que constituyen la calidad, los elementos tangibles y recursos humanos que promueven el crecimiento patrimonial de las empresas. Por otro lado, Marthans (2017) señala que cada una de las metas debe contar con los recursos necesarios para lograr su cumplimiento. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE cuenten con los recursos necesarios para cada función determinada dentro de la organización y se pueda lograr producir de forma eficiente como lo menciona Marthans.

En la tabla 23 y figura 23 se observa que el 60 % no tienen las tareas definidas para cada proceso de producción-, el tanto el 40 % si las tienen. resultado contradictorio con Castellón (2014) quien en su investigación “La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería punta sal del distrito de el Alto” señala que, para la realización de uno o más procedimientos se debe tener un procedimiento guía que indique un estándar a seguir. Por otro lado, Marthans (2017) señala que establecer las tareas de objetivos relacionados benefician a la empresa de forma importante. Por lo tanto, se recomienda que

las MYPE definan las tareas a seguir para cada trabajador y obtener beneficios para la empresa como lo menciona Marthans.

En la tabla 24 y figura 24 se observa que el 60 % no priorizan tareas según sea su importancia; en tanto el 40% si lo hacen. resultado que discrepa con Castellón (2014) quien en su investigación “La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería punta sal del distrito de el Alto” concluyó que la utilidad de un sistema de gestión de calidad se basa en el ordenamiento del desarrollo de un conjunto de actividades; esto para tener un mejor control de los servicios brindados, permitiendo alcanzar mejores resultados. Por otro lado, Marthans (2017) señala que se debe priorizar cada una de las metas y tareas para cada objetivo según sea su importancia. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE identifiquen las tareas primordiales para realizarlas primero y obtengan beneficios requeridos para la empresa.

En la tabla 25 y figura 25 se observa que el 70 % no tienen alternativas de acción para solucionar los problemas de la empresa; en tanto el 30% si tienen. resultado que discrepa con Castellón (2014) quien en su investigación “La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería punta sal del distrito de el Alto” concluyó que como punto de partida para un procedimiento se debe tener guía que indique un estándar a seguir. Por otro lado (Marthans, 2017) señala que cada plan de gestión debe tener un plan de contingencia por si algunos de los aspectos del plan maestro no logran ser alcanzados. Por lo tanto, se recomienda que las MYPE establecer un plan de contingencia como lo señala Marthans.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a los factores de la competitividad que usan las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura se identificó que aplican la innovación escuchando a los trabajadores para mejorar sus productos, así mismo cumplen con el nivel de sueldos y beneficios como le corresponden a los colaboradores, tienen dominio en la mayoría de la jurisdicción y accesibilidad para que los clientes asistan y los trabajadores se desempeñen mejorando en trabajar en equipo. De otra parte, en gran mayoría no logran comprender las necesidades de los clientes, de igual manera no brindan un servicio profesional de calidad y por último los equipos tecnológicos no producen al nivel que exige el mercado.

Respecto a las formas de satisfacción del cliente se tiene las ofertas y promociones, brindan productos de calidad atrayentes sus reclamos y quejas siempre son atendidos. De otra parte, no brindan atención personalizada, rápida y oportuna no agradable y el cliente se siente poco satisfecho.

Con relación a los factores de compromiso laboral para la gestión de calidad las MYPE cuentan en su mayoría con los recursos necesarios, se sienten satisfechos de trabajar en la empresa, motivados y les gusta el trabajo que desarrollan y por lo general tienen un alto grado de compromiso con la institución.

Con respecto al procedimiento de la planeación para la gestión de calidad en su mayoría las MYPE cuentan con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados y alcanzables, asimismo la misión es clara y comprensible para todos los miembros de la empresa. De otra parte, no cuentan con alternativas de acción y tampoco priorizan las tareas más importantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Andrade, D. M. (2017). *cybertesis.unmsm.edu.pe*. Obtenido de ybertesis.unmsm.edu.pe: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7135/Calvopina_ad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aquino, C. (31 de julio de 2018). *Educared.cu*. Recuperado el 15 de mayo de 2016, de Educared.cu: https://www.ecured.cu/Satisfacci%C3%B3n_del_cliente
- Aquino, J. A. (12 de Octubre de 2014). *Monografias.com*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2015, de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos12/calser/calser.shtml>
- Barrios, Y. (Agosto de 5 de 2016). *esan.edu.pe*. Obtenido de esan.edu.pe: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/la-importancia-de-la-capacitacion-en-la-empresa/>
- Basile, E. (Agosto de 2018). *callcenternews.com.a*. Obtenido de callcenternews.com.a: www.callcenternews.com.ar/management/480-edcd
- BCRP. (20 de Febrero de 2015). *bcrp.gob.pe*. Obtenido de bcrp.gob.pe: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2015/mayo/reporte-de-inflacion-mayo-2015.pdf>
- Belletich, E. (25 de 03 de 2018). *udep.edu.pe*. Obtenido de udep.edu.pe: <http://udep.edu.pe/hoy/2018/las-mipymes-oportunidades-y-problemas-a-un-ano-del-desborde-del-rio-piura/>
- Braun, F. (24 de octubre de 2015). *Wikipedia*. Recuperado el 08 de septiembre de 2015, de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad
- Caeiro, H. (19 de Marzo de 2015). *actiongroup.com.ar*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de actiongroup.com.ar: <http://www.actiongroup.com.ar/oee-overall-equipment-effectiveness-efectividad-global-de-los-equipamientos/>
- Campos, M. M. (2015). *repositorio.unp.edu.pe*. Obtenido de repositorio.unp.edu.pe: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/312/ADM-MAV-CAM-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castañeda, J. P. (16 de Mayo de 2015). *larepublica.pe*. Obtenido de larepublica.pe: <https://larepublica.pe/economia/189148-competitividad-y-ventajas-competitivas>
- Crece, N. (2016). *crece negocios.com*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de <http://www.crecenegocios.com/fuentes-de-financiamiento-para-una-empresa/>
- Domínguez, S. (14 de mayo de 2018). *El Peruano.com.pe*. Obtenido de El Peruano.com.pe: <https://elperuano.pe/noticia-pymes-podran-elevar-su-aporte-al-crecimiento-de-economia-66322.aspx>

- Dongo, A. P. (18 de Agosto de 2018). *expreso.com.pe*. Obtenido de *expreso.com.pe*: <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Dousdebes, S. B. (julio de 2014). *repositorio.uide.edu.ec*. Obtenido de *repositorio.uide.edu.ec*: <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>
- Escalante, J. (24 de Enero de 2014). Siete puntos claves en los cambios de la ley de MYPE. *El Comercio*, pág. Economía.
- Espinoza, R. (22 de octubre de 2017). *robertoespinosa.es*. Obtenido de *robertoespinosa.es*: <https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos/>
- Flores, A. (15 de octubre de 2015). *Monografias.com*. Obtenido de *Monografias.com*: www.monografias.com
- Flores, J. R. (mayo de 2014). *pirhua.udep.edu.pe*. Obtenido de *pirhua.udep.edu.pe*: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1864/AE_270.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Friego, E. (2014). *Foro de Profesionales Latinoamericanos de Seguridad*. Recuperado el febrero de 2016, de <http://www.forodeseuridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Galeon. (20 de noviembre de 2015). *Galeon.com*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2015, de *Galeon.com*: <http://viviaangrup.galeon.com/enlaces998821.html>
- García, F. (22 de mayo de 2014). Mypes informales rebasan el 96% en Piura, según señala Cofide. *Diario La República*.
- Gaytón, G. M. (24 de Febrero de 2014). *www.enaes.es*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de *www.enaes.es*: <https://www.enaes.es/blog/como-pasar-de-ser-una-empresa-competente-una-competitiva-articulo-publicado-en-gestion-revista?action#gref>
- Guerrero, C. L. (2016). *ptolomeo.unam*. Obtenido de *ptolomeo.unam*: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/2171/1/Tesis.pdf>
- Hernandez, F. y. (27 de Junio de 2015). *es.slideshare.net*. Obtenido de *es.slideshare.net*: <https://es.slideshare.net/MarianaAndreaDlaPaz/hernandez-fernandez-baptista-i-49915464>
- Herrera, N. E. (17 de febrero de 2015). Problemas y ventajas de su desarrollo de las mypes en el Perú. *Diario el peruano*, pág. 24.
- Hidalgo Vega, D. (15 de julio de 2016). *wikipedia*. Obtenido de *wikipedia*: https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Piura

- Jimenez, J. I. (07 de Octubre de 2014). *El Pais.com*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2015, de El Pais.com: http://elpais.com/diario/2007/10/07/negocio/1191762867_850215.html
- Kong Ramos, J. A., & Moreno Quilcate, J. M. (2014). “*Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPE del Distrito de San José – Lambayeque en el Período 2010-2012*”. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Chiclayo.
- López Bautista, J. L. (26 de marzo de 2014). *gestiopolis.com*. Recuperado el 10 de mayo de 2016, de Fuentes de financiamiento para las empresas.: <http://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
- Mallet, J. A. (22 de octubre de 2019). *Peru Info*. Obtenido de Peru Info: <https://peru.info/es-pe/gastronomia/noticias/2/14/20-platos-tipicos-del-peru-que-no-puedes-perderte>
- Marthans, J. J. (26 de diciembre de 2017). *gestion.pe*. Obtenido de gestion.pe: <https://gestion.pe/economia/crisis-politica-impacto-economia-2018-223528>
- mhindustrias.com. (13 de Abril de 2015). *mhindustrias.com*. Recuperado el 26 de febrero de 2016, de mhindustrias.com: <https://www.mhindustrias.com/2015/04/13/eficiencia-general-de-los-equipos/>
- Montero, R. S. (21 de setiembre de 2016). *repositorio.upct.es*. Obtenido de repositorio.upct.es: <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1>
- Mora Mendoza, M. T. (29 de enero de 2016). *prezy.com*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de Capacitación de Personal y Desarrollo de Recursos Humanos: disponible desde https://prezi.com/fldesddyx_0i/capacitacion-de-personal-y-desarrollo-de-recursos-humanos/
- Muniz, K. (12 de Enero de 2018). *researchgate.net*. Obtenido de researchgate.net: <https://www.researchgate.net>
- Nncy, S. I. (2015). *repositorio.unp.edu.pe*. Obtenido de repositorio.unp.edu.pe: <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/999/browse?value=Calidad&type=subject>
- Nunes, P. (22 de Marzo de 2015). *old.knoow.net/*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de old.knoow.net/: <http://old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/eficiencia-productiva.htm>
- Parra, D. (12 de Enero de 2018). *researchgate.net*. Obtenido de researchgate.net: https://www.researchgate.net/post/En_un_mercado_volatil_y_cambiante_como_el_actu_al_cual_debe_ser_la_hoja_de_ruta_que_debe_seguir_el_responsable_de_mercadeo_en_la_organizacion
- Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and competitors*. Buenos Aires: McGraw Hill.
- Porter, M. (15 de Agosto de 2015). *Monografias.com*. Obtenido de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos12/escom/escom.shtml>

- Produce. (2014). *Ministerio de la Producción*. Obtenido de <http://www.produce.gob.pe/>:
<http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2014.pdf>
- Quiroz, L. (2017). *scielo.conicyt.cl*. Obtenido de scielo.conicyt.cl:
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n58/0717-554X-cmoebio-58-00089.pdf>
- Ramirez, O. G. (23 de Junio de 2015). *www.milenio.com*. Obtenido de www.milenio.com:
<http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Ramos, E. E. (24 de Setiembre de 2016). *mep.pe*. Obtenido de mep.pe:
<https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Rivera, J. A. (14 de Diciembre de 2014). *Monografias.com*. Recuperado el 06 de Noviembre de 2015, de [Monografias.com](http://www.monografias.com/): <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Salcedo, M. (16 de junio de 2016). *Emarket.pe*. Obtenido de [Emarket.pe](http://emarket.pe/):
<https://emarket.pe/blog/gastronomia-de-la-costa-sierra-y-selva/>
- Zegarra, A. M. (24 de setiembre de 2016). *Mep.pe*. Obtenido de [Mep.pe](http://mep.pe/): <https://mep.pe/marco-legal-e-institucional-para-las-micro-y-pequenas-empresas-en-el-peru/>
- Zejsler, R. (Setiembre de 2015). *ctcalidad.blogspot.com*. Recuperado el 09 de Noviembre de 2015, de ctcalidad.blogspot.com: <http://ctcalidad.blogspot.com/2015/09/la-trilogia-de-juran.html>

ANEXOS



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado(a) encuestado el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la Competitividad y Gestión de calidad de las MYPE del rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015**”.

Indicaciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (X) la respuesta que considere correcta de acuerdo a su opinión.

Competitividad (Gerentes)

Pregunta N° 1 ¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?

Si () No ()

Pregunta N° 2 ¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?

Si () No ()

Pregunta N° 3 ¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?

Si () No ()

Pregunta N° 4 ¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?

Si () No ()

Pregunta N° 5 ¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?

Si () No ()

Si () No ()

Pregunta N° 6 ¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?

Pregunta N° 7 ¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?
Si () No ()

Gestión de Calidad (Gerentes)

Pregunta N° 1: ¿La misión de la empresa es clara y comprensible?

Si () No ()

Pregunta N° 2: ¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?

Si () No ()

Pregunta N° 3: ¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?

Si () No ()

Pregunta N° 4: ¿Las tareas para cada meta están bien definidas?

Si () No ()

Pregunta N° 5: ¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?

Si () No ()

Pregunta N° 6: ¿Cuenta con alternativas de acción para solucionar los Problemas de la empresa?

Si () No ()

Muchas gracias.



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado(a) encuestado el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE del rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015**”.

Indicaciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (X) la respuesta que considere correcta de acuerdo a su opinión.

Competitividad (Clientes)

Pregunta N° 1 ¿Cree usted que la empresa brinda un producto atrayente, y de calidad?

Si () No ()

Pregunta N° 2 ¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?

Si () No ()

Pregunta N° 3 ¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?

Si () No ()

Pregunta N° 4 ¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?

Si () No ()

Pregunta N° 5 ¿La atención es rápida y oportuna?

Si () No ()

Pregunta N° 6 ¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?

Si () No ()

Pregunta N° 7 ¿Cree usted que los espacios de atención son cómodos y frescos?

Si () No ()

Muchas gracias.



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado(a) encuestado el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE del rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015**”.

Indicaciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (X) la respuesta que considere correcta de acuerdo a su opinión.

Gestión de Calidad (Trabajadores)

Pregunta N° 1 ¿Usted se satisfecho trabajando en esta empresa?

Si () No ()

Pregunta N° 2 ¿Se siente parte de un equipo de trabajo?

Si () No ()

Pregunta N° 3 ¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?

Si () No ()

Pregunta N° 4 ¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?

Si () No ()

Pregunta N° 5 ¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?

Si () No ()

Muchas gracias.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, HECTOR ORLANDO ARIAS CLAVISO IDENTIFICADO CON DNI
02186302, MAGISTER EN
DOCENCIA UNIVERSITARIA :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos.

ENCUESTA-CUESTIONARIO, elaborado por
GIDN CARLO SANJINEZ AGUIRRE, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015", que se encuentra realizando.

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

Piura, FEBRERO 2019



D.N.I. 02186302
CLAVISO - 06248



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015.

CONSULTA DE EXPERTOS

Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes.

Pregunta	Puntaje
Nivel	
Si pertenece a la dimensión del estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión del estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión del estudio	1
No pertenece a la dimensión del estudio	0

PREGUNTAS DE COMPETIVIDAD	PUNTAJE			
	3	2	1	0
1.-¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?	X			
2.-¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?	X			
3.-¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?	X			
4.-¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?	X			
5.-¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?	X			
6.-¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?	X			
7.-¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?	X			
8.-¿Cree usted que la empresa brinda un producto atrayente, y de calidad?	X			
9.-¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?	X			
10.- ¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?	X			
11.-¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?	X			
12.-¿La atención es rápida y oportuna?	X			
13.-¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?	X			
14.-¿Cree usted que los espacios de atención son cómodos y frescos?	X			


 CARLOS ALBERTO REYES GALAVO
 S.R.L. - 02780000
 CLAD - 06248

Validación

Ítems relacionado con (Competitividad)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Necesita mas ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1.-¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
2.-¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?	X			X		X	SI () NO(X)
3 ¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?	X			X		X	SI () NO(X)
4.-¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?	X			X		X	SI () NO(X)
5 ¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?	X			X		X	SI () NO(X)
6 ¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?	X			X		X	SI () NO(X)
7 ¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?	X			X		X	SI () NO(X)


 OFICINA CLAYTON RECTIFICADORA
 S.R.L. COTACACHI
 CLAY - 06348

8.-¿Cree usted que la empresa brinda un producto atrayente, y de calidad?	X		X			X	SI () NO(X)
9.-¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?	X		X			X	SI () NO(X)
10.-¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?	X		X			X	SI () NO(X)
11.-¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?	X		X			X	SI () NO(X)
12.-¿La atención es rápida y oportuna?	X		X			X	SI () NO(X)
13.-¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?	X		X			X	SI () NO(X)
14.-¿Cree usted que los espacios de atención son cómodos y frescos?	X		X			X	SI () NO(X)


 LIC. AUREA CLAYTON REYES GALAYDO
 S.E.S. COSTA RICA
 CLAD - 05248



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015.

CONSULTA DE EXPERTOS

Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes.

Pregunta Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión del estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión del estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión del estudio	1
No pertenece a la dimensión del estudio	0

PREGUNTAS DE GESTIÓN DE CALIDAD	PUNTAJE			
	3	2	1	0
1.-¿Usted se satisfecho trabajando en esta empresa?	X			
2.-¿Se siente parte de un equipo de trabajo?	X			
3.-¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?	X			
4.-¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?	X			
5.-¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?	X			
6.-¿La misión de la empresa es clara y comprensible?	X			
7.-¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?	X			
8.-¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?	X			
9.-¿Las tareas para cada meta están bien definidas?	X			
10.-¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?	X			
11.-¿Cuenta con alternativas de acción para solucionar los Problemas de la empresa?	X			


OFICINA GENERAL DE ASESORIA
 D. E. L. GOBIERNO
 CHAO - PIURA

Validación

Ítems relacionado con (Gestión de Calidad)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Necesita mas ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO(X)
1.-¿Usted se satisfecho trabajando en esta empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
2.-¿Se siente parte de un equipo de trabajo?	X			X		X	SI () NO(X)
3.- ¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
4.-¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?	X			X		X	SI () NO(X)
5.-¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
6.-¿La misión de la empresa es clara y comprensible?	X			X		X	SI () NO(X)
7.-¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?	X			X		X	SI () NO(X)
8.-¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?	X			X		X	SI () NO(X)
9.-¿Las tareas para cada meta están bien definidas?	X			X		X	SI () NO(X)
10.-¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?	X			X		X	SI () NO(X)
11.-¿Cuenta con alternativas de acción para solucionar los Problemas de la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)


 LICENCIADO EN GESTIÓN DE CALIDAD
 M.S. C. GUSTAVO GARCÍA
 CLAD - 96248

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, Manuel Gerardo Merino Hinojosa IDENTIFICADO CON DNI
02659237, MAGISTER EN
CIENCIAS Políticas :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos.

CUESTIONARIO, elaborado por
CAROLINA SANDRA AGUIRRE, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015", que se encuentra realizando.

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

Piura, Febrero 2019


Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAP 172 - I -



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015.

CONSULTA DE EXPERTOS

Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes.

Pregunta Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión del estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión del estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión del estudio	1
No pertenece a la dimensión del estudio	0

PREGUNTAS DE COMPETIVIDAD	PUNTAJE			
	3	2	1	0
1.-¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?	X			
2.-¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?	X			
3.-¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?	X			
4.-¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?	X			
5.-¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?	X			
6.-¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?	X			
7.-¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?	X			
8.-¿Cree usted que la empresa brinda un producto atrayente, y de calidad?	X			
9.-¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?	X			
10.- ¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?	X			
11.-¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?	X			
12.-¿La atención es rápida y oportuna?	X			
13.-¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?	X			
14.-¿Cree usted que los espacios de atención son cómodos y frescos?	X			


 Lic. Adm. Manuel G. Merino Herosbolza
 CLAP 172 - I -

Validación

Ítems relacionado con (Competitividad)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Necesita mas ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1.-¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
2.-¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?	X			X		X	SI () NO(X)
3¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?	X			X		X	SI () NO(X)
4.-¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?	X			X		X	SI () NO(X)
5 ¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?	X			X		X	SI () NO(X)
6 ¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?	X			X		X	SI () NO(X)
7 ¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?	X			X		X	SI () NO(X)


 Lic. Adm. Marcel G. Heredia Heriberto
 CLAF 172 - E -

8.-¿Cree usted que la empresa brinda un producto atrayente, y de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
9.-¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?	X			X		X	SI () NO(X)
10.-¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?	X			X		X	SI () NO(X)
11.-¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?	X			X		X	SI () NO(X)
12.-¿La atención es rápida y oportuna?	X			X		X	SI () NO(X)
13.-¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?	X			X		X	SI () NO(X)
14.-¿Cree usted que los espacios de atención son cómodos y frescos?	X			X		X	SI () NO(X)


 Lic. Adm. Warner G. Medina Hueso
 CLAP 172 - 1

8.-¿Cree usted que la empresa brinda un producto atractivo, y de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
9.-¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?	X			X		X	SI () NO(X)
10.-¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?	X			X		X	SI () NO(X)
11.-¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?	X			X		X	SI () NO(X)
12.-¿La atención es rápida y oportuna?	X			X		X	SI () NO(X)
13.-¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?	X			X		X	SI () NO(X)
14.-¿Cree usted que los espacios de atención son cómodos y frescos?	X			X		X	SI () NO(X)


 Lic. Adm. Manuel G. Hevito Hevito
 CLAP 172 - I



**UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO CEVICHERÍAS DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015.

CONSULTA DE EXPERTOS

Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes.

Pregunta Nivel	Puntaje
Si pertenece a la dimensión del estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión del estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión del estudio	1
No pertenece a la dimensión del estudio	0

PREGUNTAS DE GESTIÓN DE CALIDAD	PUNTAJE			
	3	2	1	0
1.-¿Usted se satisfecho trabajando en esta empresa?	X			
2.-¿Se siente parte de un equipo de trabajo?	X			
3.-¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?	X			
4.-¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?	X			
5.-¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?	X			
6.-¿La misión de la empresa es clara y comprensible?	X			
7.-¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?	X			
8.-¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?	X			
9.-¿Las tareas para cada meta están bien definidas?	X			
10.-¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?	X			
11.-¿Cuenta con alternativas de acción para solucionar los Problemas de la empresa?	X			


 Lic. Adm. Walter G. Merino Heróbolz
 CLAP 172 - E

Validación

Ítems relacionado con (Gestión de Calidad)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Necesita mas ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO(X)
1.-¿Usted se satisfecho trabajando en esta empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
2.-¿Se siente parte de un equipo de trabajo?	X			X		X	SI () NO(X)
3.- ¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?	X			X		X	SI () NO(X)
4.-¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?	X			X		X	SI () NO(X)
5.-¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)
6.-¿La misión de la empresa es clara y comprensible?	X			X		X	SI () NO(X)
7.-¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?	X			X		X	SI () NO(X)
8.-¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?	X			X		X	SI () NO(X)
9.-¿Las tareas para cada meta están bien definidas?	X			X		X	SI () NO(X)
10.-¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?	X			X		X	SI () NO(X)
11.-¿Cuenta con alternativas de acción para solucionar los Problemas de la empresa?	X			X		X	SI () NO(X)


 Lic. Adm. Manuel G. Merino Hirsboitz
 CLAP 172 - I

Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Qué características tiene la Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPE rubro cevicherías de la ciudad de Piura, año 2015?	<p>Conocer qué características tiene la Competitividad y la Gestión de Calidad en las MYPE rubro Cevicherías de la ciudad de Piura, año 2015.</p> <p>específicos</p> <p>Identificar los factores de la competitividad en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.</p>	Competitividad	Factores de la competitividad	<p>¿Cuenta usted con personal profesional para brindar un servicio de calidad?</p> <p>¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos necesarios para que los trabajadores realicen un buen trabajo?</p> <p>¿La empresa escucha a sus trabajadores para innovar sus productos?</p> <p>¿Considera usted que a su Cevichería asisten clientes de toda su jurisdicción?</p> <p>¿Logra usted comprender las necesidades de sus clientes de acuerdo a la zona que corresponda?</p> <p>¿La empresa cumple con los sueldos y beneficios de los trabajadores?</p> <p>¿Durante la jornada laboral los trabajadores demuestran trabajar en equipo?</p>	<p>Descriptiva, tipo cuantitativo, no experimental y de corte transversal.</p>
	<p>Conocer las formas de satisfacción del cliente en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.</p>		Formas de satisfacción del cliente.	<p>¿Cree usted que la empresa brinda un producto atrayente, y de calidad?</p> <p>¿La empresa cumple con las ofertas y promociones que presenta?</p> <p>¿A usted le brindan atención amable, agradable y siente satisfecho?</p> <p>¿Cree usted que la atención brindada es personalizada?</p> <p>¿La atención es rápida y oportuna?</p> <p>¿Sus problemas, quejas y reclamos son atendidos de inmediato?</p> <p>¿Cree usted que los espacios de atención son cómodos y frescos?</p>	

	<p>Identificar los factores del compromiso laboral en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.</p> <p>Conocer el procedimiento de la planeación en las MYPE rubro cevicherías del centro de la ciudad de Piura, año 2015.</p>	Gestión de calidad	Factores del Compromiso o laboral	<p>¿Usted se satisfecho trabajando en esta empresa?</p> <p>¿Se siente parte de un equipo de trabajo?</p> <p>¿Usted cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo de calidad?</p> <p>¿Usted se siente motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?</p> <p>¿Usted está comprometido con la misión y los objetivos de la empresa?</p>	<p>Descriptiva, tipo cuantitativo, no experimental y de corte transversal.</p>
			Procedimientos de planeación	<p>¿La misión de la empresa es clara y comprensible?</p> <p>¿Se han establecido Objetivos Alcanzables?</p> <p>¿La empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con los objetivos trazados?</p> <p>¿Las tareas para cada meta están bien definidas?</p> <p>¿Se priorizan las tareas que sean las más importantes?</p>	<p>Descriptiva, tipo cuantitativo, no experimental y de corte transversal.</p>

CODIFICACION DE ENCUESTAS VARIABLE COMPETIVIDAD

PREGUNTA	CODIGO	ALTERNATIVA 1	ALTERNATIVA 2	TOTAL
Objetivo específico N° 1				
1	1,2	3	7	10
2	1,2	4	6	10
3	1,2	8	2	10
4	1,2	6	4	10
5	1,2	1	9	10
6	1,2	8	2	10
7	1,2	4	4	10
Objetivo específico N° 2				
8	1,2	22	7	29
9	1,2	25	4	29
10	1,2	11	18	29
11	1,2	6	23	29
12	1,2	8	21	29
13	1,2	9	20	29
14	1,2	12	17	29

LIBRO DE CODIFICACIÓN VARIABLE COMPETITIVIDAD

Objetivo específico N° 1							
PERSONAS / PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7
1	1	1	1	2	2	1	2
2	2	2	1	1	1	2	1
3	2	1	1	1	2	1	1
4	2	2	1	1	1	1	1
5	2	1	2	1	1	2	2
6	1	2	2	2	2	1	1
7	2	2	1	1	1	1	1
8	1	2	1	2	2	1	2
9	2	2	1	2	1	1	1
10	2	1	1	1	1	1	2

LIBRO DE CODIFICACIÓN VARIABLE COMPETITIVIDAD

Objetivo específico N° 2							
PERSONAS / PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7
1	1	1	1	2	2	1	2
2	2	2	1	1	1	2	1
3	2	1	1	1	2	1	1
4	2	2	1	1	1	1	1
5	2	1	2	2	1	2	2
6	1	2	2	2	2	1	1
7	2	1	1	1	1	2	1
8	1	1	1	2	2	2	2
9	2	2	1	2	1	1	1

10	2	1	1	1	2	2	2
11	1	1	2	2	2	2	2
12	1	1	2	2	2	2	2
13	1	1	1	2	2	1	2
14	2	2	1	1	1	2	1
15	2	1	1	1	2	1	1
16	2	2	1	1	1	1	1
17	2	1	2	2	1	2	2
18	1	2	2	2	2	1	1
19	2	1	1	1	1	2	1
20	1	1	1	2	2	2	2
21	2	2	1	2	1	1	1
22	2	1	1	1	2	2	2
23	1	1	2	2	2	2	2
24	1	1	2	2	2	2	2
25	1	1	1	2	2	1	2
26	2	2	1	1	1	2	1
27	2	1	1	1	2	1	1
28	2	2	1	1	1	1	1
29	2	1	2	2	1	2	2
30	1	2	2	2	2	1	1
31	2	1	1	1	1	2	1
32	1	1	1	2	2	2	2
33	2	2	1	2	1	1	1
34	2	1	1	1	2	2	2
35	1	1	2	2	2	2	2
36	1	1	2	2	2	2	2

37	1	1	1	2	2	1	2
38	2	2	1	1	1	2	1
39	2	1	1	1	2	1	1
40	2	2	1	1	1	1	1
41	2	1	2	2	1	2	2
42	1	2	2	2	2	1	1
43	2	1	1	1	1	2	1
44	1	1	1	2	2	2	2
45	2	2	1	2	1	1	1
46	2	1	1	1	2	2	2
47	1	1	2	2	2	2	2
48	1	1	2	2	2	2	2
49	1	1	1	2	2	1	2
50	2	2	1	1	1	2	1
51	2	1	1	1	2	1	1
52	2	2	1	1	1	1	1
53	2	1	2	2	1	2	2
54	1	2	2	2	2	1	1
55	2	1	1	1	1	2	1
56	1	1	1	2	2	2	2
57	2	2	1	2	1	1	1
58	2	1	1	1	2	2	2
59	1	1	2	2	2	2	2
60	1	1	2	2	2	2	2
61	1	1	1	2	2	1	2
62	2	2	1	1	1	2	1
63	2	1	1	1	2	1	1

64	2	2	1	1	1	1	1
65	2	1	2	2	1	2	2
66	1	2	2	2	2	1	1
67	2	1	1	1	1	2	1
68	1	1	1	2	2	2	2
69	2	2	1	2	1	1	1
70	2	1	1	1	2	2	2
71	1	1	2	2	2	2	2
72	1	1	2	2	2	2	2
73	1	1	1	2	2	1	2
74	2	2	1	1	1	2	1
75	2	1	1	1	2	1	1
76	2	2	1	1	1	1	1
77	2	1	2	2	1	2	2
78	1	2	2	2	2	1	1
79	2	1	1	1	1	2	1
80	1	1	1	2	2	2	2
81	2	2	1	2	1	1	1
82	2	1	1	1	2	2	2
83	1	1	2	2	2	2	2
84	1	1	2	2	2	2	2
85	1	1	1	2	2	1	2
86	2	2	1	1	1	2	1
87	2	1	1	1	2	1	1
88	2	2	1	1	1	1	1
89	2	1	2	2	1	2	2
90	1	2	2	2	2	1	1

91	2	1	1	1	1	2	1
92	1	1	1	2	2	2	2
93	2	2	1	2	1	1	1
94	2	1	1	1	2	2	2
95	1	1	2	2	2	2	2
96	1	1	2	2	2	2	2
97	1	1	1	2	2	1	2
98	2	2	1	1	1	2	1
99	2	1	1	1	2	1	1
100	2	2	1	1	1	1	1
101	2	1	2	2	1	2	2
102	1	2	2	2	2	1	1
103	2	1	1	1	1	2	1
104	1	1	1	2	2	2	2
105	2	2	1	2	1	1	1
106	2	1	1	1	2	2	2
107	1	1	2	2	2	2	2
108	1	1	2	2	2	2	2
109	1	1	1	2	2	1	2
110	2	2	1	1	1	2	1
111	2	1	1	1	2	1	1
112	2	2	1	1	1	1	1
113	2	1	2	2	1	2	2
114	1	2	2	2	2	1	1
115	2	1	1	1	1	2	1
116	1	1	1	2	2	2	2
117	2	2	1	2	1	1	1

118	2	1	1	1	2	2	2
119	1	1	2	2	2	2	2
120	1	1	2	2	2	2	2
121	1	1	1	2	2	1	2
122	2	2	1	1	1	2	1
123	2	1	1	1	2	1	1
124	2	2	1	1	1	1	1
125	2	1	2	2	1	2	2
126	1	2	2	2	2	1	1
127	2	1	1	1	1	2	1
128	1	1	1	2	2	2	2
129	2	2	1	2	1	1	1
130	2	1	1	1	2	2	2
131	1	1	2	2	2	2	2
132	1	1	2	2	2	2	2
133	1	1	1	2	2	1	2
134	2	2	1	1	1	2	1
135	2	1	1	1	2	1	1
136	2	2	1	1	1	1	1
137	2	1	2	2	1	2	2
138	1	2	2	2	2	1	1
139	2	1	1	1	1	2	1
140	1	1	1	2	2	2	2
141	2	2	1	2	1	1	1
142	2	1	1	1	2	2	2
143	1	1	2	2	2	2	2
144	1	1	2	2	2	2	2

145	1	1	1	2	2	1	2
146	2	2	1	1	1	2	1
147	2	1	1	1	2	1	1
148	2	2	1	1	1	1	1
149	2	1	2	2	1	2	2
150	1	2	2	2	2	1	1
151	2	1	1	1	1	2	1
152	1	1	1	2	2	2	2
153	2	2	1	2	1	1	1
154	2	1	1	1	2	2	2
155	1	1	2	2	2	2	2
156	1	1	2	2	2	2	2
157	1	1	1	2	2	1	2
158	2	2	1	1	1	2	1
159	2	1	1	1	2	1	1
160	2	2	1	1	1	1	1
161	2	1	2	2	1	2	2
162	1	2	2	2	2	1	1
163	2	1	1	1	1	2	1
164	1	1	1	2	2	2	2
165	2	2	1	2	1	1	1
166	2	1	1	1	2	2	2
167	1	1	2	2	2	2	2
168	1	1	2	2	2	2	2
169	1	1	1	2	2	1	2
170	2	2	1	1	1	2	1
171	2	1	1	1	2	1	1

172	2	2	1	1	1	1	1
173	2	1	2	2	1	2	2
174	1	2	2	2	2	1	1
175	2	1	1	1	1	2	1
176	1	1	1	2	2	2	2
177	2	2	1	2	1	1	1
178	2	1	1	1	2	2	2
179	1	1	2	2	2	2	2
180	1	1	2	2	2	2	2
181	1	1	1	2	2	1	2
182	2	2	1	1	1	2	1
183	2	1	1	1	2	1	1
184	2	2	1	1	1	1	1
185	2	1	2	2	1	2	2
186	1	2	2	2	2	1	1
187	2	1	1	1	1	2	1
188	1	1	1	2	2	2	2
189	2	2	1	2	1	1	1
190	2	1	1	1	2	2	2
191	1	1	2	2	2	2	2
192	1	1	2	2	2	2	2
193	1	1	1	2	2	1	2
194	2	2	1	1	1	2	1
195	2	1	1	1	2	1	1
196	2	2	1	1	1	1	1
197	2	1	2	2	1	2	2
198	1	2	2	2	2	1	1

199	2	1	1	1	1	2	1
200	1	1	1	2	2	2	2
201	2	2	1	2	1	1	1
202	2	1	1	1	2	2	2
203	1	1	2	2	2	2	2
204	1	1	2	2	2	2	2
205	1	1	1	2	2	1	2
206	2	2	1	1	1	2	1
207	2	1	1	1	2	1	1
208	2	2	1	1	1	1	1
209	2	1	2	2	1	2	2
210	1	2	2	2	2	1	1
211	2	1	1	1	1	2	1
212	1	1	1	2	2	2	2
213	2	2	1	2	1	1	1
214	2	1	1	1	2	2	2
215	1	1	2	2	2	2	2
216	1	1	2	2	2	2	2
217	1	1	1	2	2	1	2
218	2	2	1	1	1	2	1
219	2	1	1	1	2	1	1
220	2	2	1	1	1	1	1
221	2	1	2	2	1	2	2
222	1	2	2	2	2	1	1
223	2	1	1	1	1	2	1
224	1	1	1	2	2	2	2
225	2	2	1	2	1	1	1

226	2	1	1	1	2	2	2
227	1	1	2	2	2	2	2
228	1	1	2	2	2	2	2
229	1	1	1	2	2	1	2
230	2	2	1	1	1	2	1
231	2	1	1	1	2	1	1
232	2	2	1	1	1	1	1
233	2	1	2	2	1	2	2
234	1	2	2	2	2	1	1
235	2	1	1	1	1	2	1
236	1	1	1	2	2	2	2
237	2	2	1	2	1	1	1
238	2	1	1	1	2	2	2
239	1	1	2	2	2	2	2
240	1	1	2	2	2	2	2
241	1	1	1	2	2	1	2
242	2	2	1	1	1	2	1
243	2	1	1	1	2	1	1
244	2	2	1	1	1	1	1
245	2	1	2	2	1	2	2
246	1	2	2	2	2	1	1
247	2	1	1	1	1	2	1
248	1	1	1	2	2	2	2
249	2	2	1	2	1	1	1
250	2	1	1	1	2	2	2
251	1	1	2	2	2	2	2
252	1	1	2	2	2	2	2

253	1	1	1	2	2	1	2
254	2	2	1	1	1	2	1
255	2	1	1	1	2	1	1
256	2	2	1	1	1	1	1
257	2	1	2	2	1	2	2
258	1	2	2	2	2	1	1
259	2	1	1	1	1	2	1
260	1	1	1	2	2	2	2
261	2	2	1	2	1	1	1
262	2	1	1	1	2	2	2
263	1	1	2	2	2	2	2
264	1	1	2	2	2	2	2
265	1	1	1	2	2	1	2
266	2	2	1	1	1	2	1
267	2	1	1	1	2	1	1
268	2	2	1	1	1	1	1
269	2	1	2	2	1	2	2
270	1	2	2	2	2	1	1
271	2	1	1	1	1	2	1
272	1	1	1	2	2	2	2
273	2	2	1	2	1	1	1
274	2	1	1	1	2	2	2
275	1	1	2	2	2	2	2
276	1	1	2	2	2	2	2
277	1	1	1	2	2	1	2
278	2	2	1	1	1	2	1
279	2	1	1	1	2	1	1

280	2	2	1	1	1	1	1
281	2	1	2	2	1	2	2
282	1	2	2	2	2	1	1
283	2	1	1	1	1	2	1
284	1	1	1	2	2	2	2
285	2	2	1	2	1	1	1
286	2	1	1	1	2	2	2
287	1	1	2	2	2	2	2
288	1	1	2	2	2	2	2

CODIFICACION DE ENCUESTAS VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

PREGUNTA	CODIGO	ALTERNATIVA 1	ALTERNATIVA 2	TOTAL
Objetivo específico N° 3				
15	1,2	33	14	47
16	1,2	26	21	47
17	1,2	36	11	47
18	1,2	31	16	47
	1,2	29	18	47
Objetivo específico N° 4				
20	1,2	6	4	10
21	1,2	7	3	10
22	1,2	8	2	10
23	1,2	6	4	10
24	1,2	4	6	10
25	1,2	3	7	10

LIBRO DE CODIFICACIÓN VARIABLE GESTION DE CALIDAD

PREGUNTAS PERSONAS	1	2	3	4	5
1	2	1	1	2	1
2	1	2	1	1	2
3	2	1	1	1	1
4	1	2	2	1	2
5	1	1	1	2	1
6	2	2	1	1	2
7	2	1	2	2	1
8	1	1	1	2	2
9	2	1	2	1	1
10	1	2	1	1	2
11	2	1	2	2	1
12	2	2	1	1	2
13	1	1	1	1	2
14	2	1	2	1	1
15	1	1	1	2	2
16	1	2	2	1	1
17	2	1	2	2	1
18	1	2	2	1	2
19	1	1	1	1	1
20	1	1	2	2	1
21	1	1	1	1	1

22	2	1	2	2	2
23	1	2	1	1	1
24	2	1	1	1	1
25	1	1	2	1	1
26	1	1	1	2	1
27	1	1	2	2	2
28	1	2	1	1	1
29	1	1	2	1	2
30	2	1	2	1	1
31	1	1	1	2	1
32	2	1	1	1	1
33	2	1	1	1	1
34	1	2	2	2	2
35	1	2	2	1	2
36	1	2	1	2	1
37	1	1	2	1	1
38	1	2	1	1	2
39	1	1	2	1	1
40	1	1	1	2	1
41	1	2	2	1	2
42	1	2	1	1	2
43	1	2	2	2	1
44	1	2	2	1	2
45	1	2	1	1	1
46	1	2	2	1	1
47	1	2	2	1	2

LIBRO DE CODIFICACIÓN VARIABLE GESTION DE CALIDAD

PREGUNTAS PERSONAS	1	2	3	4	5	6
1	2	1	1	2	1	1
2	1	2	1	1	2	2
3	1	1	1	1	2	1
4	1	2	2	1	1	2
5	1	1	1	2	2	1
6	2	1	1	1	2	2
7	2	1	2	2	1	2
8	1	2	1	2	2	2
9	2	1	1	1	1	2
10	1	1	1	1	2	2



- Ejercicios
- Estudiantes
- Boletín de notas
- Bibliotecas
- Calendario
- Discusión
- Preferencias

ESTÁS VIENDO: INICIO > TCC 2019 00 AD PIURA > PRIMERA REVISIÓN

Acerca de esta página
 Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

primera revisión
 BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	REVISIÓN	ARCHIVO	FECHA ENTREGA	FECHA
<input type="checkbox"/>	Acha Calle Acha Call...	Acha Calle	0%	--	--		1078394519	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Aguilar Aguilar Agui...	Aguilar Aguilar	0%	--	--		1077268220	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Huaman Cordova 3 Hua...	huaman cordova 3	0%	--	--		1083717915	25-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Querevalu Rumiche Qu...	Querevalu Rumiche	0%	--	--		1077566560	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Ayosa Castro ...	CASTRO AYOSA	4%	--	--		1078230756	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Ramos Castillo Ramos...	Ramos Castillo	4%	--	--		1077856169	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Julcahuanca...	Castillo Julcahuanca	5%	--	--		1077854682	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Vilela Herrera Vilel...	Vilela Herrera	5%	--	--		1077860888	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Cano Castil...	CASTILLO CANO	6%	--	--		1078246543	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Rado Duque Rado Duqu...	RADO DUQUE	6%	--	--		1078897034	16-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Sanjinez Agurto Sanj...	Sanjinez Agurto	6%	--	--		1077859283	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Camacho Berru 2 Cama...	Camacho Berru 2	10%	--	--		1081406820	21-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Choquehuanca ...	Castro Choquehuanca 2	10%	--	--		1078234964	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Idrogo Ortiz Idrogo ...	IDROGO ORTIZ	10%	--	--		1077207948	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Chulli Zapata 2 Chul...	CHULLI ZAPATA 2	11%	--	--		1078239393	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Villalta Palacios V...	VILLALTA PALACIOS	11%	--	--		1077199167	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Santos Santos Santos...	SANTOS SANTOS	12%	--	--		1082525323	23-feb.-2019