



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE MUEBLES
EN LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

EMÉRITA SURITA HERRERA

ASESOR

MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE MUEBLES
EN LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018**

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

AUTORA

EMÉRITA SURITA HERRERA

ASESOR

MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

SULLANA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

BACH. EMÉRITA SURITA HERRERA

AUTORA

MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

COAUTOR

DOCENTE TUTOR DE INVESTIGACIÓN

MGTR. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

DAR

DOCENTE ASESOR REVISOR

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MGTR. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS

PRESIDENTE

MGTR. MARÍA DEL CARMEN ROSILLO DE PURIZACA

SECRETARIA

DR. FÉLIX WONG CERVERA

MIEMBRO

MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarme y guiarme a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres por la confianza y el apoyo incondicional que me brindaron que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me han demostrado su amor y comprensión, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A los gerentes representantes de cada Mype, por hacer posible realizar este informe de investigación.

Al docente tutor Carlos David Ramos Rosas, por su enseñanza, esfuerzo, orientación y ayuda brindada en el desarrollo de este informe de investigación. Así como también por brindarme sus conocimientos, su paciencia, y su motivación que han sido fundamentales para mi formación como profesional.

DEDICATORIA

Dedico a mi Dios por darme vida, salud y guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a superar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis padres Francisco y Aricela y a toda mi familia por brindarme su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en esta etapa de mi vida en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para poder estudiar y ser una buena profesional en el futuro.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar y ser mi motivación, inspiración y felicidad para culminar mi carrera con éxito, cumpliendo cada uno de mis objetivos propuestos.

RESUMEN

La presente investigación titulada Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018, tuvo como problema ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018, se estableció como objetivo describir las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, Año 2018. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Para la variable gestión de calidad la población fue finita, muestra de 15 gerentes y para la variable competitividad la población es infinita, muestra de 384 clientes. Se utilizó la técnica de encuesta, como instrumento cuestionario de 23 preguntas cerradas. Se obtuvo como resultado respecto a gestión de calidad, el 100% definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad y el 100% cuentan con persona responsable que tiene la capacidad para tomar buenas decisiones y respecto a competitividad se determinó que el 72% los precios de los productos son aceptables a los de la competencia y el 96% realizan descuentos al cliente. Llegando a las siguientes conclusiones que las Mypes dedicadas a la venta de muebles cuentan con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen, entregando un producto de buena calidad.

Palabras claves (Caracterización, Competitividad, Gestión de calidad, Mype, Políticas de calidad, Producto)

ABSTRACT

The present investigation titled Characterization of the Quality and Competitiveness Management of the micro and small companies dedicated to the sale of furniture in the city of Sullana, year 2018, had as problem What are the main characteristics of the Quality and Competitiveness Management of the micro and small companies dedicated to the sale of furniture in the city of Sullana, year 2018, was established as the objective to describe the main characteristics of the Quality and Competitiveness Management of the micro and small companies dedicated to the sale of furniture in the city of Sullana, Year 2018. The methodology of descriptive type, quantitative level, non-experimental cross-sectional design was used. For the variable quality management the population was finite, sample of 15 managers and for the variable competitiveness the population is infinite, sample of 384 clients. The survey technique was used as a questionnaire instrument with 23 closed questions. It was obtained as a result of quality management, 100% define their objectives according to quality policies and 100% have a responsible person who has the capacity to make good decisions and regarding competitiveness it was determined that 72% Product prices are acceptable to those of the competition and 96% make discounts to the customer. Reaching the following conclusions that Mypes dedicated to the sale of furniture have quality policies established in relation to the product they offer, delivering a product of good quality.

Keywords (Characterization, Competitiveness, Quality management, Mype, Quality policies, Product)

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRAFICOS	xv
INDICE DE CUADROS.....	xvi
I. INTRODUCCION	1
II. REVISION LITERARIA	18
2.1 ANTECEDENTES.....	18
2.1.1 Variable Gestión de Calidad.	18
2.1.2 Variable Competitividad.	31
2.2 MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL	44
2.2.1 Gestión de calidad	44
2.2.1.1 Desarrollo histórico de la calidad.....	44
2.2.1.2 Contextualización de los Sistema de gestión de calidad	45

2.2.1.2.1 Calidad	45
2.2.1.2.2 Control de calidad	45
2.2.1.2.3 Calidad total	46
a). Orientado al mercado	47
2.2.2.3 Los sistemas de gestión de calidad.....	49
2.2.1.4 Implantación de un sistema de gestión de calidad	54
2.2.1.5 Definición de gestión de calidad	56
2.2.1.6 Elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad....	57
2.2.1.6.1 Definición de proceso administrativo	57
2.2.1.6.2 Importancia del proceso administrativo	58
2.2.1.6.3 Planeación de calidad.....	58
a). Objetivos de la calidad.....	58
b). Políticas de la Planeación de calidad.	59
c). Programas de la Planeación de calidad.	59
2.2.1.6.4 Organización de calidad.....	60
a). Estructura de la Organización de calidad.....	60
2.2.1.6.5 Dirección de la calidad.....	61
a). Comunicación	62
b). Supervisión	62
2.2.1.6.6 Control en la calidad de la Mype.	63
a). Departamento de calidad.....	64

b). Implantación de un Sistema de Control.....	64
2.2.2.7 Factores de la gestión de calidad en las Mype.....	65
2.2.2.7.1 Liderazgo.....	65
2.2.2.7.2 Gestión de recursos humanos.....	66
2.2.2.7.3 Planificación estratégica.....	66
2.2.2.7.4 Mejora continua, desarrollos de nuevos productos e innovación	66
2.2.2 Competitividad.....	67
2.2.2.1 ¿Quién es un competidor?.....	67
2.2.2.3 Definición de Competitividad.....	67
2.2.2.4 Estrategias para mejorar la posición competitiva de su empresa..	68
2.2.2.4.1 Diferenciarse de la competencia	69
2.2.2.4.2 Satisfacción del cliente.....	69
2.2.2.4.3 Conocimiento	70
2.2.2.4.4 Reducción de costos.....	70
2.2.2.4.5 Internacionalización	70
2.2.2.4.6 Tecnologías de Información.....	71
2.2.2.5 Formas para incrementar la competitividad.....	71
2.2.2.5.1 Capacidades de ventas.....	71
2.2.2.5.2 Calidad	72
2.2.2.6 Importancia de la competitividad en las Mypes.....	73

III. HIPOTESIS.....	74
IV. METODOLOGIA	75
4.1 Diseño de la investigación	75
4.2 Población y Muestra.....	76
4.2.1 Población:.....	76
4.2.2 Muestra:	77
4.3 Criterios de inclusión y exclusión	80
4.3.1 Inclusión.....	80
4.3.2 Exclusión.....	80
4.4 Definición y Operacionalización de las variables.....	80
4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	84
4.5.1 Técnicas.....	84
4.5.2 Instrumentos.....	84
4.6. Plan de análisis	85
4.7 Matriz de consistencia.....	85
4.8 Principios éticos	87
V. RESULTADOS	88
5.1 Interpretación de los resultados.....	88
5.1.1 Variable gestión de calidad.....	88
5.1.2 Respecto a competitividad	100
5.2 Análisis de los resultados	111

5.2.1 Respecto a gestión de calidad.	111
5.2.2 Respecto a competitividad	117
VI. CONCLUSIONES	122
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	124
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	125
ANEXOS	141
PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN	142
CUESTIONARIO	143
HOJAS DE TRABAJO (ANALISIS DE LOS OBJETIVOS).....	145
HOJAS DE TRABAJO (ANALISIS DE LOS RESULTADOS)	149
LISTA DE MYPES EN ESTUDIO (VENTA DE MUEBLES)	153
CUADRO DE CÓDIGOS	154
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO	164
CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS	167
PROGRAMA ANTIPLAGIO (TURNITIN)	170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Objetivos de acuerdo a las politicas de calidad	88
Tabla N° 2	Políticas de calidad	89
Tabla N° 3	Programas para lograr los objetivos	90
Tabla N° 4	Organigrama establecido y actualizado	91
Tabla N° 5	Buena comunicación con sus colaboradores	92
Tabla N° 6	Actividades que realiza el personal	93
Tabla N° 7	Control de calidad.....	94
Tabla N° 8	Sistema de control de calidad	95
Tabla N° 9	Tomar buenas decisiones.....	96
Tabla N° 10	Trabajo en equipo	97
Tabla N° 11	Participación del personal.....	98
Tabla N° 12	Productos de acuerdo a las expectativas de los clientes	99
Tabla N° 13	Productos innovadores.....	100
Tabla N° 14	Satisfacción.....	101
Tabla N° 15	Conocimiento del trabajador	102
Tabla N° 16	Precios competitivos.....	103
Tabla N° 17	Nuevos mercados.....	104
Tabla N° 18	Tecnologías de información	105
Tabla N° 19	Experiencia del personal.....	106
Tabla N° 20	Publicidad	107
Tabla N° 21	Descuentos.....	108
Tabla N° 22	Productos de buena calidad	109
Tabla N° 23	Atención al cliente	110

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1 Objetivos de acuerdo a las politicas de calidad	88
Gráfico N° 2 Politicas de calidad	89
Gráfico N° 3 Programas para lograr los objetivos	90
Gráfico N° 4 Organigrama establecido y actualizado.....	91
Gráfico N° 5 Buena comunicación con sus colaboradores	92
Gráfico N° 6 Actividades que realiza el personal	93
Gráfico N° 7 Control de calidad	94
Gráfico N° 8 Sistema de control de calidad	95
Gráfico N° 9 Tomar buenas decisiones.....	96
Gráfico N° 10 Trabajo en equipo	97
Gráfico N° 11 Participación del personal	98
Gráfico N° 12 Productos de acuerdo a las expectativas de los clientes	99
Gráfico N° 13 Productos innovadores	100
Gráfico N° 14 Satisfacción	101
Gráfico N° 15 Conocimiento del trabajador	102
Gráfico N° 16 Precios competitivos.....	103
Gráfico N° 17 Nuevos mercados	104
Gráfico N° 18 Tecnologías de Información	105
Gráfico N° 19 Experiencia personal	106
Gráfico N° 20 Publicidad.....	107
Gráfico N° 21 Descuentos.....	108
Gráfico N° 22 Productos de buena calidad	109
Gráfico N° 23 Atención al cliente	110

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 : Lista de Mypes en estudio (Venta de Muebles)	78
---------------------------------------------------------------	----

I. INTRODUCCION

Las micro y pequeñas empresas están regidas bajo la ley Mype N° 28015 que busca promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de estas para incrementar el empleo sostenible, su productividad, su rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, así como también la contribución a la recaudación tributaria. (Sánchez B, 2006, pág. 3)

En nuestro país las micro y pequeñas empresas se encuentran al margen de la formalidad legal y tributaria por tal motivo se trata de fomentar el apoyo a las Mype para lograr el desarrollo sostenido y el ingreso definitivo a la formalidad de estas. Las Mype no pueden contribuir más al crecimiento económico y generación de empleo del país por la falta de un sistema tributario estable y simplificado. (Sánchez B. , 2006, pág. 3)

Por lo antes mencionado se puede apreciar que a nivel del gobierno se ha venido observando que las políticas tributarias según los especialistas, están encaminadas a buscar que estas Mypes puedan desarrollarse, toda vez que las condiciones le son favorables; sin embargo en la realidad se encuentra que muchas Mypes no vienen alcanzando las metas y objetivos que han tenido previsto alcanzar, debido que la política tributaria no le es favorable para alcanzar tal objetivo y limitándolas en cuanto a su expansión. Por otro lado, no solo la política tributaria es la única que viene limitando el desarrollo de las MYPES sino también en cuanto a su desarrollo se ven limitadas porque las instituciones financieras no viene permitiendo tal desarrollo y por el contrario, los intereses en cuanto a su financiamiento son muy altos que impide la solvencia económica financiera para desarrollar actividades en las Mypes, constituyéndose de esta manera en una de las limitantes que influyen directamente en las metas y objetivos de las MYPES. Además de las políticas tributarias, existen otras dificultades como

la desconfianza de los ciudadanos, el costo de la formalidad, las barreras burocráticas, es decir, el exceso de trámites que se deben hacer en muchas oportunidades; además la legislación laboral debe adecuarse a las MYPES, toda vez que dicha legislación ya tiene estándares internacionales y otro tipo de incentivos que incidan en este sector empresarial que es uno de los principales generadores de empleos en el país y con relación a los beneficios tributarios ayudan a financiar el gasto público en lo concerniente a los bienes y servicios que demanda la población. (Uribe C 2016, p. 16)

Por ello la Ley 30056 (Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial) busca dar mayor impulso a las Mypes, donde ataca varios de los problemas de estas, como la informalidad, la falta de capital humano capacitado, y los altos costos para innovar". Es decir que el tipo de empresa ya no se definirá por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo las micro y pequeñas empresas podrán contratar más personas, de las diez a las que antes estaban limitadas. Desde ahora una Mype será la que tiene ventas anuales entre 150 UIT y 1700 UIT. (Escalante, 2014, p. 16)

Asimismo la ley de fomento, protección y desarrollo para la micro y pequeña empresa tiene por objetivo fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas, en adelante también denominadas MYPE, y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción; promover un mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial en condiciones de equidad, y constituye el marco general para la integración de las mismas a la economía formal del país, mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial. (Conamype, 2016, p.13)

En el Perú las Mypes aparecen a partir de la década del ochenta; sin embargo ellas se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y

bajos ingresos, sobre todo en la capital, a consecuencia, de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país. (Vásquez, 2013)

“Debido a esto, actualmente las micro y pequeñas empresas, son de gran trascendencia para el desarrollo económico, constituyéndose en el sector empresarial que más produce y más empleo oferta” (Sandoval, Posso, & Quispe, 2012, p. 4).

“Asimismo estas cumplen un papel fundamental en la economía peruana, porque contribuyen a la creación del empleo, disminución de la pobreza e incrementación del Producto Bruto Interno, permitiendo el desarrollo del país” (República, 2015, p. 1).

Cabe resaltar que su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero al mismo tiempo carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y demasiada informalidad (Palacios , 2018)

Sánchez B (2006) afirma que: Las Mypes aportan el 42.1% al Producto Bruto Interno, y ofrecen el 77% de puestos laborales en el país, siendo las mayores potenciadoras del crecimiento económico del Perú, conformando el 98.5% de las empresas a nivel nacional, como también cumplen un rol significativo en el crecimiento de la economía del país, por ello el estado fomenta su desarrollo integral, facilita el acceso a los servicios empresariales y a los nuevos emprendimientos con el fin de crear un entorno favorable para la competitividad, promoviendo la conformación de mercados de servicios financieros y no financieros, de calidad, descentralizados y pertinente a las necesidades y potencialidades de estas. (p.2).

Las Mype aportan el 20,6% de la producción total peruana; aunque esta cifra se ha reducido, ya que el año pasado aportaban cerca del 22%. Se estima que el Perú hay un 96.5% de micro y pequeñas empresas, es por ello que asistieron a la cumbre Mype APEC 2017, más de 1,000 micros y pequeños empresarios con la finalidad de promover la competitividad en

este sector, ya que se considera uno de los más importantes sectores económicos del país, porque está dando empleo a más de 8 millones de peruanos.

La presentación de la Cumbre Mype APEC 2017, se realizó para darles herramientas y fomentar el desarrollo económico y de esa manera las micro y pequeñas empresas sean partícipes en el mercado internacional, como también lograr que más empresas participen en el comercio internacional, donde hay mayores ganancias y competitividad.

Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG 2016), el 50.1% de las micro y pequeñas empresas se concentra en el sector servicios, el 33.8% al comercio y la diferencia (16.1%) se dedica a actividades relacionadas con la extracción y producción. Del mismo modo, las ganancias netas mensuales en el sector servicios ascienden a S/.1, 156, en comercio a S/.1, 002 y en los sectores de extracción y producción a S/.1, 441, en promedio. (Perú - Retail, 2017)

Okpara y Wynn citado en Deza (S.f.) afirman que los negocios pequeños son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. Ya que cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra, además, sus ventas se incrementan, logrando mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno.

Además, las micro y pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas. Sauser citado en (Deza, S.f.)

En el Perú existen 3,5 millones de micro y pequeñas empresas donde solo hay 16 mil Mype con los requisitos necesarios para vender al Estado. Pero hay otras que están recibiendo asesoría en temas como determinación de costos, gestión de calidad y competitividad y

elaboración de plan de negocios. De igual forma se señala que el 90% de los procesos de formalización de las Mypes se realizan a través de Internet. (Perú 21, 2013)

Conforme las MYPE van creciendo, nuevas van apareciendo, esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría de las Mype desaparecen en menos de un año y las que permanecen hoy en día, se volverán cada vez más influyentes en el mercado, donde ampliarán su capacidad de producción, requerirán más mano de obra y aportarán con mayores tributos al Estado. (República, 2015)

Si bien es cierto que las Mype, se han convertido en un factor importante en la economía peruana, pero es conveniente indicar que nuestras Mype todavía no están listas para participar en el comercio internacional de una economía globalizada, pues sus niveles tecnológicos no les permiten actualmente adaptarse a los nuevos flujos de información. (Sulca, 2016, p. 16)

Por otro lado se observa que en otros países las Mype, son un factor primordial, porque la existencia de estas, contribuyen a que las personas desempleadas tengan un trabajo digno, lo cual les permite obtener ingresos para la subsistencia de su familia, contribuyendo a la reducción de la pobreza.

Santana (2015) indica que en el país de México las micro y pequeñas empresas juegan un papel preponderante en la economía y desarrollo social del país. Además son la parte más importante de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México con otros países en los últimos años, por su alto impacto en la generación de empleos y su fuerte presencia en la producción nacional. (p. 9)

De igual forma en Colombia la utilización de los sistemas de gestión de calidad son importantes porque permite ofrecer o entregar un producto y/o servicio confiable a los clientes y se sientan satisfechos, consiguiendo clientes fieles, diferenciándose de la competencia.

Erazo (2010) afirma que en los últimos años las micro y pequeñas empresas colombianas se han visto enfrentadas a las exigencias del mercados, en cuanto al uso de los

sistemas de gestión de calidad y las herramientas de gestión, esto relacionado con el suministro de productos y servicios de alta calidad, se ha convertido en la clave del éxito para competir en los mercados locales, nacionales y especialmente en los internacionales. El nivel de calidad que esperan muchos de los consumidores sigue aumentando a medida que los competidores principales elevan sus normas al respecto. Por lo tanto, el sistema de gestión de la calidad se convierte en una opción como decisión estratégica de toda la organización, orientada a mejorar y acceder a nuevas posibilidades de acción en el mercado. (p. 2)

Del mismo modo se observa que en el Perú, hay todavía algunas Mype que no cuentan con la implantación de un sistema de gestión de calidad, siendo una herramienta confiable para tomar buenas decisiones en el futuro y ser competitivos en los mercados.

Carazo (2007) resalta que en el Perú, la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen desventajas en cuanto a la gestión de calidad, porque aun no cuentan con un buen sistema que les permita estar orientados al cliente y ofrecer un producto en buenas condiciones, y les permita lograr eficiencia, eficacia, rentabilidad y competitividad. Las Mype no solo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la competitividad externa y consolidarse como un sector de desarrollo sostenido en la economía, fomentando las alianzas estratégicas, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el progreso del sector. (p. 3)

Miranda , Chamarro, & Rubio (2007) manifiesta que las micro y pequeñas cada día más apuestan por la gestión de calidad como factor generador de ventajas competitivas a largo y a corto plazo, ya que al implementar un sistema de gestión de calidad en las Mype va permitir incrementar la satisfacción del cliente, mediante procesos de mejora continua, así como también garantizar su capacidad de ofrecer productos y servicios de buena calidad, que cumplen con las exigencias y necesidades de sus clientes. Además el entorno competitivo se ha convertido uno de los importantes cambios lo cual han llevado a las Mype a buscar

soluciones para garantizar su supervivencia y crecimiento respondiendo a las nuevas exigencias del mercado logrando ser competitivos en el mercado, porque si una micro y pequeña empresa no es competitiva peligra su supervivencia, y para que esta sea competitiva requiere tomar medidas adecuadas y eficientes como capacitación al personal, mejora de sus procesos, empleo de nuevas tecnologías e innovación, la cual les va a permitir mantenerse en el mercado y seguir creciendo. (Miranda et al., 2007)

Corzo, Soria, & Arellana (2011) indica que el sector de madera en el Perú crece en importancia y se está estimando que en un futuro cercano su valor podría alcanzar los US\$ 1000 millones por año, permitiendo generar más ingresos y empleos en el sector. El sector forestal peruano es uno de los sectores económicos con mayor potencial de desarrollo, pero con baja producción, generación de valor agregado y exportación. Sin embargo, su impacto podría observarse no sólo en las cifras macroeconómicas, pues podría ser también, un gran dinamizador de las economías locales, a través de la generación de actividades productivas. (Corzo et al.,2011)

Durante la Cumbre Pyme APEC 2017 se analizaron exitosos emprendimientos tradicionales y tecnológicos, así como la importancia de las redes sociales y el comercio electrónico, entre otros temas que impulsarán el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, ya que una Mype con un volumen menor de comprobantes electrónicos tiene acceso a plataformas gratuitas para iniciar el proceso de emisión electrónica de manera inmediata. En cuanto a las grandes compañías, el proceso puede tomar un poco más de tiempo que dependerá de la complejidad del sistema. Por ello, iniciar el proceso lo más antes posible sugiere mayores ventajas, ya que la implementación electrónica en las empresas otorga beneficios a nivel administrativo como ahorros en tiempo e impresión, reduce la probabilidad de fraudes, contribuye al cuidado del medio ambiente regulando el uso del papel y optimiza procesos de

compra. A nivel financiero, el uso de facturas electrónicas facilita el acceso al financiamiento de capital de trabajo.

Por ello es muy importante que los contribuyentes cuenten con un proveedor que ofrezca un soporte de alta calidad ya que no dependerán de la validación de Sunat, con lo que se busca brindar mayores garantías en la agilidad de respuesta. Esto sólo se logra a través de equipos de personas que cuentan con la experiencia y tecnología adecuada", comentó Renzo Alcántara, Gerente General de TCI. RPP – Noticias (2017)

Cabe resaltar que la industria de la madera y el mueble existió desde la evolución del hombre, los muebles más antiguos fueron descubiertos en el antiguo Egipto, en las épocas de las cavernas, es donde se encuentran las primeras sillas, camas y mesas fabricadas de ramas y hojas. Pero a lo largo del tiempo, se ha ido evolucionando este sector, permitiendo nuevos avances tecnológicos a las necesidades del mercado, hoy en día existen estilos y diseños múltiples a la elección de cada cliente.

También se observa que la situación de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la segunda transformación y comercialización de la madera y sus derivados, constituyen el 98% de las industrias madereras en nuestro país. Mypes que por su escasa tecnología y conocimientos de gestión, ofrecen productos de baja calidad al mercado local, logrando niveles de acumulación y desarrollo mínimos, en un contexto de reproducción de la pobreza y precariedad de las condiciones laborales. (Corzo et al.,2011)

El sector maderero no se encuentra lo suficientemente desarrollado en el Perú, y lo mismo sucede con la industria del mueble. El sector nacional de muebles de madera está conformado por una industria tradicionalmente familiar, en la que predomina el estilo artesanal, caracterizada por el escaso avance tecnológico en el diseño y acabado, la baja difusión de técnicas modernas de gestión y la alta heterogeneidad en la gama de productos fabricados, los que normalmente poseen una baja o nula estandarización. Sin embargo la oferta nacional de

muebles presenta un alto grado de atomización al estar integrada mayoritariamente por micro y pequeñas empresas con problemas de acabado y calidad. Estas Mype abastecen al mercado interno a través del canal minorista tradicional, y se caracterizan por invertir sus recursos en la extensión de procesos, más que en la incorporación de nuevas tecnologías para incrementar su productividad y eficiencia. (Corzo et al.,2011)

Es por ello que las Mypes de este sector tienen que invertir en tecnología, ya que con mayor tecnología, pueden fabricar muebles de madera de diferentes estilos y diseños para la elección de los clientes, dirigiéndose a un mercado interno más exigente, competente, siendo estos muebles más comercializados a través de tiendas especializadas, galerías comerciales o por pedido directo, preferentemente.

En el aspecto sociocultural, el distrito de Sullana pertenece a la provincia del mismo nombre, se encuentra ubicada en el noroeste del Perú, a 1,158 kms al norte de Lima, con una población proyectada para el año 2015 según el Instituto Nacional de Estadística, de 176,804 habitantes; con densidad poblacional de 354.2 habitantes por kilómetro cuadrado, según el Compendio Estadístico Piura 2014. (Albañil, 2015, p. 7)

Las Mypes del sector mueblerías para la fabricación de dichos muebles cuentan aun con herramientas absoletas, lo cual no les permite innovar nuevos diseños, para que el cliente pueda elegir a su gusto, donde se genera que los clientes se sientan insatisfechos por el producto brindado, porque no cumplen sus expectativas. Así como también algunas personas que fabrican estos muebles, tienen la costumbre de mezclar diferentes tipos de madera (madera de calidad + madera de menor calidad), esto influye de manera negativa, porque los muebles se deterioran rápidamente durando menos tiempo, es así que afecta a la sociedad, generándoles un mayor costo, ya que tienen que comprar cada vez que esto se malogre. En cambio si estas Mypes solo fabricaran muebles utilizando las herramientas con mayor tecnología y solo materia prima de mayor calidad, los muebles serían duraderos y no afectaría a la sociedad tanto

asi como en la actualidad, que a la vez se benefician ellos mismos porque van a ser reconocidos como las mejores Mype que ofrecen un buen producto en el mercado, obteniendo mas clientes en el futuro.

En el aspecto ecológico – ambiental, las Mypes de este sector a pesar de que no cuentan con las mejores herramientas, todo lo desechable lo reutilizan para realizar nuevos productos, ya que de esa manera estan contribuyendo a la no contaminación del Medio Ambiente, logrando mantener un ambiente limpio y sano.

Al pasar el tiempo las tendencias van cambiando y el rubro de la mueblería no es la excepción, es así que actualmente, los muebles de melanina han acaparado el mercado nacional dejando en segundo plano a los de madera. Los carpinteros y comerciantes aseguran que la gente no se fija en la calidad, sino en el precio del producto. Es por ello que un gran porcentaje de proveedores optaron por importar sólo melamínico debido a que es la preferencia de la gente. Pero en la actualidad, la mayor parte de los clientes buscan muebles hechos con melamina, porque hay más modelos, un acabado más fino y son más económicos”, así como también se manifiesta que mensualmente sale más de un 80 por ciento de melamínico y tan sólo un 20 por ciento de muebles de madera.

La melamina y la madera tienen mucha variación, sin embargo los muebles de madera son una reliquia que se puede tener muchos años, aunque el precio del melamínico es más económico, más o menos 35 o 40 por ciento menos que la madera, el aguante no es el mismo, ya que en poco tiempo se desgasta, se afloja y se puede decir que es desechable”. Pero sin embargo ambos materiales son propensos a sufrir daños por microorganismos como las termitas, no obstante, en la madera esto se puede reparar, pero en la melamina no debido a que es aserrín prensado y es más sencillo. Por ello actualmente las Mypes dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, no solo se fijan en el precio sino en un producto que sea durable y de calidad (Buena madera). Además la mayoría de estas Mype, por la falta de

investigación constante y conocimiento de lo que está sucediendo en su entorno interno como externo, les está generando desventajas, tan solo por resistirse al cambio y no invertir en un sistema que les ayude a planificar, organizar, direccionar y controlar sus procesos de las Mype y de esa manera no lleguen a fracasar en el futuro.

Carmen , Garcia, Montes, & Patricia (2018) Mediante el modelo de estrategia competitiva creada por Porter, permite analizar y alcanzar el nivel competitivo de este sector. Siendo más claros, la mencionada herramienta permite identificar el grado de competencia existente en el sector de muebles de madera. Todo ello, a través de cinco fuerzas (a) Poder de negociación con los clientes, (b) Poder de negociación de los proveedores (c) amenazas de los sustitutos, (d) amenazas de los nuevos competidores y por último (e) intensidad de la rivalidad. Carmen (2018) Pág. 23.

Una de las fuerzas competitivas de Porter es el poder de negociación con los clientes, en relación al poder de negociación de los clientes varía en base a la demanda que existe en el mercado local e internacional. Los fabricantes de muebles destinan parte de su producción al consumo local, asimismo, los clientes se exigen de acuerdo a estándares internacionales de calidad, situación en la cual el mercado de madera aún está insipiente, ya que priorizan en vender productos a bajos precios y de menor calidad. Actualmente, se está buscando que los fabricantes disminuyan sus largos procesos de producción y otorguen mayor importancia a la incorporación de nuevas tecnologías para incrementar su productividad y eficiencia. En lo que respecta a los muebles de madera que están destinados al mercado exterior, los clientes solicitan productos de diseño único, bajo especificaciones particulares y de alta calidad. Estados Unidos como principal mercado de destino de las exportaciones de muebles de madera nacional y primer importador mundial de muebles de madera tiene un alto poder de negociación. Cabe resaltar que uno de los factores claves de éxito para lograr ingresar al mercado internacional es contar con los estándares internacionales exigidos que demuestre la calidad del producto, sin

dejar de lado la diferenciación del producto y la calidad del servicio, como oportunidad en sus entregas, los tiempos exactos de llegada al distribuidor, la logística de exportación, cumplimiento de estándares al igual que el desarrollo de mercados y el servicio post venta

Otra es el poder de negociación de los proveedores, en relación al poder de negociación de los proveedores es moderado. En el Perú, los mayores volúmenes de madera aserrada se producen en Loreto, Madre de Dios, Ucayali y Junín, en los cuales se encuentran productores de madera con una mínima capacidad instalada y falta de programas intensivos de reforestación. Constituyen estas empresas pobladores con escasos recursos que aprovechan la dotación de la tierra, siendo solo pocas empresas las que realizan actividades con valor agregado. Estas empresas están constituidas por empleados y pequeños extractores de condición humilde que trabajan en circunstancias precarias a cambio de mínimos jornales de trabajo. Asimismo, las micro y pequeñas empresas que se dedican a la transformación de la madera y derivados presentan carencias en la obtención de tecnología y conocimientos de gestión, lo cual no les permite ofrecer productos de calidad al mercado local. Asimismo, los distribuidores de tableros fabricados otorgan financiamiento directo solo a los medianos y grandes fabricantes de muebles de madera. La industria nacional de transformación secundaria no es un cliente importante como en el caso de los importadores de materia prima no manufacturada, es por ello que en las épocas en que hay baja producción de madera seca esta tiende a subir su precio. La existencia de conglomerados debería hacer más fácil la promoción de estrategias que no se encuentran dentro de la industria maderera, tales como el uso de economías de escalas, la mejora de infraestructura (vías de transporte), la optimización del uso de nuevas tecnologías, entre otros aspectos que favorezcan su desarrollo. Pero pese a ello, esta necesidad colectiva no llega convertirse en el desarrollo de conglomerados especializados.

Cabe precisar que mucho tiene que ver el poder de negociación de los proveedores con miras a lograr regular los costos fluctuantes de los proveedores y empresas en este sector, así

como tener la capacidad para ofrecer el volumen requerido, considerando que: Los proveedores de materia prima tienen alto poder de negociación con la pequeña y mediana Mype considerando la baja educación, el individualismo, procesos artesanales y falta de optimización en sus procesos productivos, al igual que la carencia de recursos económicos que faciliten la compra en lote y la inadecuada infraestructura. Sin embargo, a nivel de los grandes y modernos fabricantes hay una integración total con los proveedores e incluso son dueños de los terrenos y trabajan técnicas de reforestación o se asocian a reforestadores grandes, permitiéndoles un adecuado manejo de los precios de la materia prima y la logística, reduciendo los principales rubros de costos en la elaboración de sus productos, haciéndolos más competitivos.

Otra es las amenazas de los sustitutos, en base a esto existe una gran variedad de oferta de muebles en el mercado que cumplen la misma función, entre ellos podemos citar los muebles de plástico, metal, aluminio, siendo su adquisición de menor costo que comprar muebles de madera en cedro o caoba; no obstante, dichos muebles carecen de innovación, durabilidad y son producidos en serie, ya que su mayor preocupación es la funcionalidad. Por otro lado, los productos de madera destacan por su exclusividad y elegancia en sus diseños. Para ello es importante que los fabricantes refuercen la presencia cuidando aspectos importantes como son el control de calidad, el empaque y los tiempos de entrega de los productos, mejorando las ventajas competitivas ante los productos no solo chinos, sino también frente a otros mercados.

En el mercado por su naturaleza importadora y consumista permite la incursión de productos sustitutos elaborados en metal y plástico, de precios más bajos, sin existir productos que logren competencia en términos de elegancia, durabilidad y adaptabilidad al cliente, como productos elaborados en madera. Una competencia fuerte en el mercado local, es la producción de muebles de melamine, que actualmente presentan un precio menor en comparación con los muebles de madera con diseños novedosos, no obstante, presentan desventajas como la poca durabilidad y capacidad de mantenimiento.

Amenazas de los nuevos competidores, por la modalidad del sector no hay barreras al ingreso de nuevas empresas. La oferta de muebles importados ensamblables presenta un alto nivel de estandarización y precios competitivos, no necesariamente de buena calidad en la madera utilizada.

y por último es la intensidad de la rivalidad, la rivalidad dentro del sector se da por diversos motivos, uno de ellos es la existencia de un gran número de empresas que participan, con procesos productivos prácticamente similares donde sus productos elaborados no difieren mucho. Una de las mayores rivalidades que existe dentro del sector es el del precio de venta de los productos donde, para ganar mercado o inclusive sobrevivir se vende parte de la producción a precios bajos obteniendo una menor rentabilidad, provocando una competencia de costos. En cuanto a la calidad es difícil de encontrar diferencia debido a que los procesos productivos son prácticamente similares, radicando la misma sobre el tipo de materia prima elaborada. Desde el punto de vista de la diferenciación tecnológica podemos decir que no hay empresas que hagan punta o sean líderes, por ejemplo la mayoría de ellas tienen el problema del secado de la madera, proceso que se realiza al aire libre, produciéndoles graves inconvenientes en el cumplimiento de entregas programadas cuando se tiene varios días de lluvia. Un dato importante a tener en cuenta es que dentro del sector maderero el grupo de análisis solo representa el 11% del total de las empresas madereras radicadas en la provincia.

Se observa que las Mype dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, en cuanto a la Gestión de Calidad aún tienen algunas deficiencias, porque no utilizan los recursos adecuados y precisos para brindar un producto que satisfaga las necesidades de los clientes. Y con respecto a competitividad no cuentan con un plan estratégico, para que puedan conocer sus competidores y les permita desarrollar y aplicar las estrategias eficientes logrando ser diferentes a los demás, ya que de esa manera podrán tener más oportunidades de desarrollo generando utilidades que será de gran beneficio para ella misma y para las personas que

integran en esta. Para tal fin, se va a investigar de forma más amplia en cuanto gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles de la ciudad de Sullana, año 2019, logrando obtener mayor información concreta y confiable sobre su condición actual de estas, permitiéndonos lograr los objetivos propuestos y dar posibles conclusiones y recomendaciones al problema planteado.

Por ello se plantea la siguiente pregunta a investigar: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, Año 2018? Para responder a esta interrogante planteo el siguiente objetivo general, Describir las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles de la ciudad de Sullana - Año 2018. Y para lograr alcanzar este objetivo general menciono los siguientes objetivos específicos: Identificar los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018; Determinar los factores de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018; Identificar las estrategias para la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018; determinar las formas de la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018.

Esta investigación se justifica desde el punto de vista social, porque permite que la sociedad esté informada acerca de este rubro en cuando a su gestión de calidad y competitividad para su mayor beneficio.

En cuanto al aspecto metodológico se justifica porque se utilizara el instrumento de investigación llamado cuestionario, para la recolección de información confiable, siendo un soporte para investigaciones futuras.

En cuanto al aspecto teórico se justifica porque el contenido de este trabajo se basa en argumentos valiosos, sustentados por diferentes autores, que servirá como base para las futuras investigaciones y otros estudios en los ámbitos geográficos de la región y del país de las micro y pequeñas empresas, en relación a estas variables.

Desde el punto de vista práctico se justifica porque ayuda a las micro y pequeñas empresas mejoren su gestión de calidad utilizando los sistemas de calidad, siendo beneficio para la misma empresa como para los colaboradores.

En cuanto al aspecto profesional se justifica porque nos permite adquirir un conocimiento nuevo desarrollando nuestras capacidades y habilidades como futuros profesionales y optar el título de licenciado en administración.

Desde el punto de vista institucional se justifica, porque gracias a la dedicación constante de investigación por parte de la universidad y la orientación del docente tutor se llevó a cabo la realización del proyecto de investigación, siendo un aporte más para la acreditación de la carrera.

La presente investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Para la variable gestión de calidad la población fue finita, muestra de 15 gerentes y para la variable competitividad la población es infinita, muestra de 384 clientes. Se utiliza la técnica de encuesta, como instrumento cuestionario de 23 preguntas cerradas. La temática de la investigación se desarrollará respecto a las principales características de las MYPE en cuanto a las variables de Gestión de Calidad y Competitividad.

Los resultados obtenidos respecto a gestión de calidad, el 100% definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad y el 100% cuentan con persona responsable que tiene la capacidad para tomar buenas decisiones y respecto a competitividad se determinó que el 72% los precios de los productos son aceptables a los de la competencia y el 96% realizan descuentos al cliente. Llegando a las siguientes conclusiones que las Mypes dedicadas a la venta de

muebles cuentan con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen, entregando un producto de buena calidad.

Esta investigación se limita a una población objetiva, para la variable “Gestión de Calidad”, se consideró a los gerentes de las MYPE dedicadas a la venta de muebles con más de un año de antigüedad, que disponen Ruc, licencia de funcionamiento y con un puesto fijo en la ciudad de Sullana, y “Competitividad” se consideró a los clientes, personas de ambos sexos, con un rango de edad entre 18 a 65 años, que se muestren participes de colaborar en la investigación a realizar.

El presente informe de investigación está dividido en seis capítulos. El primer capítulo se desarrolla el planteamiento de la investigación, la cual abarca la caracterización del problema, enunciado del problema siguiendo los objetivos generales y específicos asimismo la justificación del problema. En el segundo capítulo se desarrolla la revisión de la literatura, base teórica en relación con el problema, las definiciones conceptuales sobre las MYPE en relación a las variables "Gestión de Calidad y Competitividad", las cuales forman parte fundamental de este trabajo de investigación. En el tercer capítulo se considera la hipótesis. En el cuarto capítulo se desarrolla el marco metodológico utilizado se hace mención del tipo y el nivel de la investigación. En el quinto capítulo se da a conocer los resultados obtenidos de acuerdo a la investigación realizada. En el sexto y último capítulo consta de las conclusiones que dan respuesta a los objetivos planteados en la presente investigación.

Para terminar con la investigación se realiza las referencias bibliográficas pertinentes, para darle mayor credibilidad a lo investigado y de tal manera dar por culminado con éxito la respectiva tesis.

II. REVISION LITERARIA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 Variable Gestión de Calidad.

Patiño (2015) nos afirma en tu tesis titulada “Implementación de su sistema de gestión de la calidad en base a los requisitos internacionales ISO 9001:2008”, para optar el título profesional de ingeniero industrial, tiene como objetivo implementar un Sistema de Gestión de la Calidad que satisfaga las necesidades de ACRISOLAR CÍA. LTDA, tomando como referencia la norma técnica ISO 9001:2008. La implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008 se realizará en la empresa ACRISOLAR CÍA. LTDA., en la prestación de servicios de asesoría, consultoría y capacitación, comprendiendo todos sus niveles jerárquicos y las actividades internas requeridas para cumplir con su razón de ser y con los requisitos contenidos en la NT ISO 9001:2008 que aplique a cada proceso identificado durante la implementación del sistema, teniendo como enfoque principal el manejo del ciclo PHVA (Planear-Hacer-Verificar-Actuar). Se obtuvo como resultados que el 50% si cumple con lo definido una política y se cuenta con documentos y registros, pero no están estandarizados de forma sistémica, el 75% si cuenta con una política de la calidad claramente definida y difundida y el 75% de la empresa cuenta con un manual de cargos donde se han establecido autoridades y responsabilidades, llegando a las siguientes conclusiones; que se conformó el Manual de la Calidad de ACRISOLAR CÍA. LTDA de acuerdo a los requisitos ISO 9001, el mismo que deberá ser revisado y actualizado periódicamente de acuerdo a las necesidades del Sistema de Gestión implementado y bajo la coordinación del Director de la Calidad de la empresa, y en el que destacan la Política de Calidad, los Objetivos de Calidad, el alcance del Sistema de Gestión implementado y la estructura organizacional que la Alta Dirección ha establecido para cumplir con los requisitos de su gestión. De forma similar se diseñó un conjunto de procedimientos e

instructivos debidamente documentados con sus registros de operación para asegurar el funcionamiento estandarizado y adecuado del sistema de gestión de calidad.

Quimbalita (2016) Nos afirma en su tesis titulada “Diseño e implementación de un sistema de mejora de calidad, para los procesos administrativos, basado en la norma ISO 9001:2008, en la facultad de ciencias médicas, universidad central de ecuador” tesis de grado previo a la obtención del título de magister en sistemas de gestión integrados, tuvo como objetivo general Diseñar e implementar un sistema de gestión de los procesos administrativos, basado en la norma internacional ISO 9001:2008, que contribuya el mejoramiento de la calidad del servicio entregado por la facultad de ciencias médicas, para la implementación del Sistema de gestión (Diagnostico situacional , diseño de la calidad ISO 9001:2008 se aplicara la metodología que comienza con el diagnóstico de la situación actual y concluye con la primera auditoria interna en la facultad de ciencias médicas (Diagnostico situacional, diseño de la documentación del sistema de gestión de la calidad, implementación y control), tomo toda la población de la facultad de ciencias médicas, una muestra de 9000 estudiantes en grado, 142 servidores administrativos de servicios. Se obtuvo los siguientes resultados el grado de conformidad del sistema de Gestión de la calidad en el área administrativa de facultad de ciencias médicas respecto a los requisitos de documentación establecidos en la norma ISO 9001:2008 se ubica en la categoría baja y no se evidencia una planificación e implementación de métodos aplicables que permitan demostrar la conformidad del servicio, como el sistema de gestión de calidad y la mejora continua de la eficacia y eficiencia de los procesos, obteniendo las siguientes conclusiones, que el soporte documental desarrollado para el área administrativa, está constituido por el manual de calidad, los procedimientos para la elaboración de documentos, el control de documentos, control de registros, auditorías internas, control de productos no conformes, acciones correctivas y preventivas y además revisión por la dirección,

atender quejas e inquietudes, adquisición de bienes y servicios, administración del talento humano y administración y uso de recursos informáticos.

Arévalo (2015) nos manifiesta en su tesis titulada “Gestión de calidad en la mano de obra de la construcción en Ecuador”, tesis previa para la obtención del grado de master en construcciones, tuvo como objetivo buscar un aporte académico a la necesidad de contar con un sistema de gestión de la calidad de la mano de obra de la construcción, aplicándose diferentes técnicas y herramientas tales como: entrevistas, encuestas, diagramas de flujo, diseño de experimento, análisis de la documentación; obteniendo la siguiente conclusión que se identificó la deficiencia en la preparación y formación de los trabajadores que son empleados en el sector de la construcción, basado fundamentalmente en problemas organizativos y estructurales que denotan dificultades en la formación y capacitación y que la preparación, ejecución, planificación, seguimiento y control de auditorías internas en las empresas u Obras realizadas al Sistema de Gestión de Calidad implementado en cada lugar, ha sido tratado como factor fundamental para determinar el estado actual de los procesos de calidad de la industria y así definir las acciones correctivas y preventivas según correspondan permitiendo dirigir las mejoras de la mano de obra a la realidad nacional como una herramienta práctica para la apropiada gestión y administración de los recursos.

Sola (2018) la tesis titulada “Evaluación de la aplicación de los principios de la gestión de la calidad, en pymes del sector tics que no lograron la implementación de sistemas de gestión de la calidad, en la ciudad de Quito, para el período 2010 - 2015”, tesis para titulación previo a la obtención del grado de magíster en sistemas de gestión integrados, tuvo como objetivo; Evaluar la aplicación de los principios de la gestión de la calidad establecidos en la norma ISO 9000:2015 en PYMES del sector TICS que no lograron la implementación de sistemas de gestión de calidad, en la ciudad de Quito, para el periodo 2010 – 2015. Se basa en el análisis de las preguntas efectuadas a la alta administración y dueños de procesos de 16 empresas del

sector de Tics. El resultado de este trabajo son las respuestas pertinentes a las preguntas de aplicación de los 7 principios de gestión de la calidad. De manera cualitativa se obtuvo la percepción del personal de estas empresas sobre la aplicación de los principios de la calidad como una muestra del gremio de las TICs. Se obtuvo los siguientes resultados en cuanto al principio de Enfoque al Cliente, un alto porcentaje percibe que las empresas consideran y se interesan por conocer los requisitos y necesidades del cliente de sus sistemas y servicios tecnológicos; de hecho, la gran mayoría hizo su elección entre muy de acuerdo. Un porcentaje importante considera que no se conocen adecuadamente a las partes interesadas pertinentes y no se conocen claramente las demandas y requerimientos de estas partes interesadas. Se percibe que las empresas sí se preocupan en su mayoría por saber el nivel de satisfacción de sus clientes con los servicios y productos de TICs, aunque las empresas no demuestren continuamente en alto porcentaje el interés de satisfacer los requerimientos de las partes interesadas. La alta administración considera que el interés por conocer al cliente y sus requerimientos es fundamental para el negocio. Los dueños de procesos expresaron igual comentario, pero no perciben si se conocen claramente esos requisitos. Se concluyó que las empresas analizadas no realizaron los esfuerzos adecuados en la aplicación de los principios de gestión de la calidad para que la implementación de SGC sea exitosa.

Muñoz P. (2016) El presente trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de lean manufacturing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015”, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el tipo y nivel de investigación descriptivo - cuantitativo y el diseño transaccional. Para el recojo de la información se

consideró una población de 15 empresas a las cuales se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: Del total de gerentes encuestados se observa que el 33,3% manifiesta que siempre identifica los problemas laborales y técnicos que se suscitan en la carpintería, y un 60% manifiesta que casi siempre toman las decisiones oportunas dentro de la empresa con respecto a los problemas que se suscitan, un 40 % manifiesta que casi siempre tienen políticas de mejora continua en su empresa. Finalmente se concluye que las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, un 46.7% indican que existe la ausencia de control de la calidad durante el proceso productivo de los muebles.

Garay (2017) El presente trabajo de investigación titulado “Caracterización de la Gestión de Calidad y Rentabilidad en las MYPES, sector comercial rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio prado periodo – 2017”, tuvo como objetivo general: Conocer las características de la gestión de calidad y Rentabilidad de en las MYPES sector comercial rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio Prado periodo – 2017. El carácter de nuestra investigación fue descriptiva, ya que nos permitió comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual de las MYPES. Para una población de 40 Medianas y pequeñas empresas, se tomó como muestra el 50% de la población, es decir 20, aplicándose la técnica de la encuesta, con un cuestionario de 12 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: Del total de las MYPES encuestadas, afirman que el 45% no realiza capacitación a su personal, para mejorar la calidad de atención al cliente, el 35% si realiza capacitación a su personal y el 20% a veces brinda capacitación a su personal. Asimismo se observa que la mayoría que es el 50% brindan sus servicios de acuerdo a un plan de trabajo, el 30% cuentan con plan estratégico y un mínimo del 20% se basan en investigaciones de mercados, además se determinó que el 5% que representa a la mayoría no hace uso de las Tics, el 30% si recurre al uso de las Tics y un 25% a veces usa las Tics. Se concluye que la mayoría de las MYPES no realiza capacitación

a su personal para mejorar la calidad de atención al cliente, por lo tanto, los servicios de ferretería en la Provincia de Leoncio Prado son deficientes. La mayoría de las MYPES, para mejorar la calidad del servicio de ferretería, usan el plan de trabajo, algunos cuentan con plan estratégico, muy pocos recurren a la investigación de mercados, la mayoría utilizan un documento de gestión que contiene información sistematizada para la toma de decisiones acertadas en cuanto a mejoras de la calidad del servicio. El uso de las Tics a través de las redes sociales en las MYPES, son importantes para mejorar la calidad del servicio, sin embargo, la mayoría no está haciendo. Muchos de las empresas de ferreterías no ofrecen servicios delivery, generando a que los clientes realizan mayores gastos en el traslado de los productos comprados.

Acosta (2017) La presente investigación lleva como título Gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016, el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016. Tesis para optar el título profesional en Administración. Para desarrollo del trabajo se utilizó una investigación de nivel descriptivo, con un enfoque cuantitativo y el diseño No experimental transversal. Para la recolección se trabajó con una muestra de 14 Mypes, a quienes se aplicó una encuesta de 20 preguntas; del que se obtuvo los siguientes resultados: El 100,0% respondieron que sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio con la gestión de calidad, el 71,4% respondieron que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas, el 57,1% sí reciben capacitación para atención al cliente, el 50,0% reciben capacitación 3 veces al año, el 57,1% si deberían dar más capacitaciones y el 100,0% sí es eficiente la empresa cuando atienden y dan solución a los reclamos de los clientes.

Espinoza (2017) La presente investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y formalización en las Mype rubro calzado de Chulucanas (Piura), año 2016” estableció como objetivo determinar características de la Gestión de Calidad y Formalización de las MYPE rubro calzado de Chulucanas-Piura (2016). Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal. Llegando obtener los siguientes resultados: Se determinó que el 80,25% afirman que es necesario contar con un sistema de gestión de calidad para garantizar la calidad del producto; el 66,67% afirma que la influencia del liderazgo no han logrado que su personal se involucre totalmente en el logro de los objetivos y el 50 % se encuentra satisfecho con el producto ofertado por las MYPE. Llegando a las siguientes conclusiones que la mayoría de las Mype cuentan con un sistema de gestión de calidad para garantizar la calidad del producto, lo cual consideran que un sistema de gestión de calidad a través de la planificación control les permitirá mejorar la calidad del producto lo que influye en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo, además los clientes se encuentran satisfechos con el producto ofertado por las MYPE y asimismo el liderazgo empleado no logra que el personal se involucre en los objetivos del negocio, lo cual se debe mejorar el liderazgo con la finalidad de mantener motivado al personal lo que lograría una mejor productividad.

Urcia (2017) La presente investigación titulada “Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, 2016, tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro de zapaterías del Distrito de Chiclayo 2016, tesis para optar el título profesional en administración, es de tipo descriptiva, diseño no experimental de corte transversal y nivel cuantitativo, para ello las variables objeto de estudio fueron la gestión de la calidad y la otra variable es la competitividad; la población (finita) estuvo conformada por cuarenta (40) MYPE (unidad de investigación) del sector

comercial, rubro de zapaterías del Distrito de Chiclayo, información proporcionada por la Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque (CCPL). Para la variable gestión de calidad la muestra estuvo conformada por veintiséis (26) trabajadores de las Mypes y para la variable competitividad la muestra estuvo conformada por veintiséis (26) trabajadores de las Mypes. La técnica de recolección de datos es la encuesta y el instrumento es el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados, que el total de microempresarios el 92% (24), microempresarios de las Mypes de calzado manifiesta que fomentan el trabajo en equipo en su organización. Obteniendo como conclusión que tienen claramente establecida su visión, conocen los valores de su empresa, aplican la planificación a las actividades de su negocio, proporcionan capacitación a sus empleados, existe un fomento del trabajo en equipo y de la motivación y están dispuestos a hacer cambios para que su negocio sea más eficiente.

More (2016) La presente investigación titulada “Caracterización de Gestión de Calidad y Formalización de las MYPE Comercializadoras de Ropa Para Bebés de las Galerías Ubicadas En Av. Blas De Atienza, Piura, Año 2014”, tiene como objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad y formalización de las MYPE comercializadoras de ropa para bebés de las galerías ubicadas en Av. Blas de Atienza, Piura, año 2014. La investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y el diseño no experimental, su población está constituida por 10 MYPE; asimismo se trabajó con el instrumento de encuesta conformado por 16 preguntas cerradas. Obteniendo los siguientes resultados: que el 70% de las empresas cuenta con un sistema de gestión de calidad, que les permite planear, controlar y mejorar su empresa, el 100% de las empresas encuestadas, determinan que cuentan con objetivos definidos, que les permite direccionar su empresa, el 90% de las MYPE cuenta con una organización que le permita implementar sus estrategias para el logro de sus objetivos, con el fin de plantear una dirección estratégica del negocio e implementar planes y controles para su desarrollo, el 100% de los encuestados determina que el personal que labora en su empresa cumple oportunamente

con sus funciones y responsabilidades. Se concluyó que los indicadores de Gestión de Calidad que utilizan las MYPE para fortalecer su gestión son: planear, controlar, definir objetivos, implementar estrategias y procesos para medir la Calidad de Servicio y Calidad de Percepción del Visitante, ya que es esta la principal herramienta para que las empresas se encuentren en constantes evaluaciones para una mejora de su calidad de procesos, productos y servicios, así como también que el 70% de las empresas cuenta con un sistema de gestión de calidad, que les permite planear, controlar y mejorar su empresa y el 100% de las empresas encuestadas, determinan que cuentan con objetivos definidos, que les permite direccionar su empresa.

Núñez (2015) La investigación, titulada “Formalización y gestión de calidad de las MYPE rubro lavado de autos Talara 2015”, tuvo como objetivo general: Identificar las características de la Formalización y Gestión de Calidad de las MYPE, rubro Lavado de Autos Talara 2015, para lo cual se empleará la investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, como técnica de recojo de datos a la encuesta, y como instrumento el cuestionario estructurado. Obteniendo los siguientes resultados: Que el 100% de los propietarios encuestados afirmaron que se capacita constantemente al personal para mejorar servicio y atención; asimismo manifestaron que el 79.95% de los usuarios encuestados, siempre supervisa su vehículo al término del servicio, mientras que el 20.05% nunca supervisa su vehículo al término del servicio, se considera que el 58.33% de los colaboradores del lavado de autos no desempeñan adecuadamente su trabajo y no tratan bien a sus clientes, mientras que el 41.67% cree que los colaboradores del auto lavado si desempeñan adecuadamente su trabajo y tratan bien a sus clientes en el servicio recibido. Se concluyó que los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro Lavados de Autos Talara 2015, no son los adecuados, pues el algunos de los clientes no queda satisfecho con el servicio prestado y califica la atención recibida como regular, además afirmaron que el compromiso del personal en la gestión de calidad de las MYPE, es regular ya que los colaboradores no desempeñan

adecuadamente su trabajo, con lo cual queda demostrado la falta de compromiso con la MYPE y con los objetivos de la misma.

Marchán (2015) La presente investigación titulada “Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015”, se estableció como objetivo determinar qué características tiene la gestión de calidad y merchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015. El diseño de la investigación será no experimental, ya que se observarán los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, también es de corte transversal, porque recoge los datos en un momento temporal, descriptivo porque enumera las propiedades de las variables es decir que permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado, en una determinada población. Se obtuvo los siguientes resultados: De los propietarios encuestados se puede observar que el 83% si realizan control de calidad en sus productos y/o servicios, mientras que el 17% no realizan control de calidad en sus productos y/o servicios, lo que significa que las imprentas se están preocupando por ofrecer sus productos y/o servicios que estén a la altura de las exigencias del cliente, además se puede observar que el 64% de los usuarios encuestados, piensa que el tiempo de entrega del producto es el correcto y el 36% cree que el tiempo de entrega del producto no es el correcto, lo que le genera al cliente la certeza de que los productos y/o servicios comprados los recibirá en el tiempo acordado, generando confianza y fidelidad del cliente, como también se puede observar que el 71% de los usuarios encuestados, considera que las labores del local se realizan en equipo, mientras que solo el 29%, considera que las labores del local no se realizan en equipo, lo que significa que la mayoría de los empleados de las imprentas realizan sus actividades ayudándose mutuamente. Se llegó a las siguientes conclusiones: La gestión de calidad en las MYPE rubro imprenta de Talara, año 2015, tienen un nivel de calidad satisfactorio para sus clientes y han ido evolucionando, ya que las empresas de este rubro han

innovado sus técnicas de impresión y la calidad en la atención, haciendo partícipe de esto a sus colaboradores.

Sanchez (2017) La presente investigación lleva como título “Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017”, tuvo como objetivo general Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017. El tipo de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo cuantitativo. La primera población para la variable gestión de calidad está conformada por 5 trabajadores y la segunda población para la variable atención al cliente se considera infinita, la cual está conformada por los clientes del restaurante, siendo la muestra 68; a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados de la gestión de calidad fueron: El 100% manifestó que la empresa si cuenta con políticas de calidad establecidas, el 80% señalo que la empresa si establece sus objetivos acorde con las políticas de calidad y el 20% señalo que no, el 100% manifestó que la empresa no cuenta un organigrama establecido y actualizado, el 100% señalo que la empresa si motiva a su personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados y el 80% señalo que si existe un departamento o persona encargada de controlar la función de calidad en la empresa, mientras que el 20% indico que no. Llegando a las siguientes conclusiones que el restaurante “El Leñador y algo más “cuenta con políticas de calidad por lo que fija sus objetivos en relación a sus políticas, en cuanto a la organización no cuenta con un organigrama establecido y actualizado, en lo que respecta a la dirección se motiva al personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados y por último en la etapa de control si existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad.

Rojas (2017) La presente investigación lleva como título “Caracterización de la gestión de calidad y marketing en las Mype rubro centros recreacionales en el distrito de Sullana, año

2017”, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro centros recreacionales en el distrito de Sullana año 2017. La investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal. La población en la variable gestión de calidad y marketing es infinita, aplicando formula estadística se determinó 68 clientes a encuestar, luego de aplicar una encuesta prediseñada para determinar el valor de las variables. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento el cuestionario, conformado de 19 preguntas nominales. Llegando obtener los siguientes resultados: de los clientes encuestados consideran que el 60% de clientes que no tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos, mientras que el 32% afirma que tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos, el 4% a veces tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos y el 4% no opina y el 81% de clientes encuestados considera que el servicio y producto brindado por las empresas recreacionales no son eficientes y no fijan la atención en la eficiencia. Se concluye que no tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos; el personal no tiene una participación activa y no están comprometidos con la MYPE; porque los administradores no brindan capacitación de mejora continua a los mismos, por otro lado no innovan sus productos y servicios para la satisfacción de los clientes y consideran que la prevención no es un factor importante para el aseguramiento de la calidad.

Velásquez (2017) La tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana, año 2016” tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector servicio, rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016; la investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva y para la recopilación de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 09 microempresas dedicadas al rubro; en las cuales se aplicó un cuestionario conformado de 17 preguntas cerradas. Esta

investigación tiene los siguientes resultados: 56% de microempresarios no cuenta con un sistema de calidad; el 78% de microempresarios encuestados considera que existen factores o procesos del sistema de gestión de calidad de la empresa, mientras que el 67% de clientes encuestados consideran que el personal de los grifos tiene habilidades y atributos al momento de atender; como también se observa que el 88% de clientes encuestados considera que la empresa ha utilizado todos los recursos para lograr bajar los precios del combustible. Se concluye que las principales características de la gestión de calidad de las MYPES del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana son, que no cuentan con un sistema para comprobar la calidad del combustible, que no tienen conocimiento que es un sistema de calidad y de cómo utilizar esta herramienta, los procesos de gestión de calidad que aplican las microempresarios en sus empresas son estrategias operativas, donde se verifica la infraestructura, el mantenimiento y la seguridad frente a riesgos, y estos han asegurado las operaciones, y las principales características de competitividad que poseen las microempresas de este rubro son la confianza que tienen los clientes al adquirir combustible, tienen personal capacitado y con cualidades en atención al cliente, y los factores de competitividad que utilizan las microempresas pertenecientes al sector servicio en el rubro grifos es tecnología, recursos para mantener el precio del combustible, calidad de servicio y producto.

Sánchez J (2015) La presente investigación titulada “Gestión de Calidad de las MYPE del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia Sullana Año 2014”, tuvo como objetivo general, describir las características de la Gestión de Calidad de las MYPE del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia Sullana, Año 2014. La investigación es de tipo cuantitativa descriptiva. Para el recojo de información se escogió en forma dirigida una muestra de 13 MYPE que fue la totalidad de la población en las cuales se aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas. Se obtuvieron los siguientes resultados: De las Mype encuestadas se observó que el 38 % algunas veces definen los objetivos de la empresa, el 31% casi siempre

definen los objetivos, el 8% con frecuencia los definen y el 23% casi nunca realizan dichos objetivos, asimismo se determinó que el 39% de las empresas casi siempre han definido la misión, visión y valores de la organización, el 23 % casi nunca otro 23% algunas veces y el 15 % con frecuencia, mientras que el 39% de las organizaciones algunas veces comunican la misión, visión y valores de la organización, el 23% casi siempre, otro 23% casi nunca y un 15% con frecuencia si realizan dicha comunicación, como también la motivación que le otorgan a sus trabajadores las Mypes el 39% casi siempre lo hacen, el 23% algunas veces, otro 23% casi nunca y el 15% con frecuencia lo realizan y el 54% de los directivos de las Mypes, algunas veces se capacitan, un 15% lo hace con frecuencia, otro 15% casi siempre y el 16% casi nunca lo hace. Se obtuvo las siguientes conclusiones: Se concluyó que la mayoría de las MYPE si cuentan con un plan estratégico pero los objetivos estos son comunicados algunas veces, además no tienen una buena comunicación como también muy pocos microempresarios se capacitan pero que estos si cumplen con los objetivos que se proponen en un plazo determinado.

2.1.2 Variable Competitividad.

Ibarra (2017) El trabajo de investigación lleva como título: “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California - México”, tuvo como es determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que dentro de ellas, influyen en dicha competitividad. La metodología es de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; se desarrolló el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicó un instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado; además, se hizo uso de regresiones lineales múltiples de tipo tradicional para la comprobación de hipótesis. Obteniendo los siguientes resultados: El 52% de las pequeñas son medianamente competitivas y el 36% que son de bajo nivel competitivas. Por otra parte, a nivel de subsectores, el de productos

alimenticios, bebidas y tabaco presenta un nivel de competitividad bajo con 50% y mediano en 44%. Asimismo las Mype representan un nivel mediano (48% y 40% son consideradas de bajo nivel. Se concluye que solo algunas de las empresas presentaron niveles altos o muy altos de competitividad, indicativo de la existencia de grandes áreas de oportunidad por mejorar este sector tan significativo para la economía del estado.

Obando (2016) en su informe de investigación título “Análisis de competitividad en las pequeñas y medianas del sector priorizado en el cambio de la matriz productiva: Confección y calzado, en el distrito metropolitano de Quito de los periodos 2013 y 2014”, tesis para optar el título previo a la obtención del grado de magister gerencia empresarial, tiene como objetivo analizar la competitividad en las pequeñas y medianas del sector priorizado en el cambio de la matriz productiva: Confección y calzado, en el distrito metropolitano de Quito, DMQ, es de tipo descriptivo, correlacionales y diseño no experimental, tomo una muestra pirobalística y una población de 200 trabajadores. Se obtuvo las siguientes conclusiones que el éxito empresarial en el largo plazo depende del desarrollo económico social del país donde esté ubicado y tal desarrollo es parte responsabilidad de las empresas que conforman, favoreciendo la articulación productiva a través de las cadenas empresariales y asociaciones y como antes de enlace eficaz ante los gobiernos, promoviendo de esta manera la permanencia de las empresas que los conforman a largo plazo y que en medida de los empresarios y funcionarios se interesan en capacitarse y capacitar su personal en implantar procesos de mejora continua, en llevar a la práctica los conceptos y principios de la cultura de calidad, podemos aspirar a ser competitivos a nivel nacional e internacional.

Gallarreta (2016) La presente investigación titulada “Caracterización de la capacitación y la competitividad de la micro y pequeña empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 - 2015” , tiene como objetivo general describir las principales características de la Capacitación y la Competitividad de la Micro y

Pequeña Empresa del sector servicios, rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, Período 2014-2015, se desarrolló utilizando el diseño no experimental – transversal – descriptivo. Para llevarla a cabo se escogió una población muestral de 06 microempresas, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados que el 50% cuenta con un plan estratégico, el 50% de los encuestados si conoce a sus principales competidores y el 50% opina que su empresa es competitiva por sus precios bajos. Se concluye que, la mitad de los encuestados cuentan con un plan estratégico, al igual que la mitad conoce a sus principales competidores, e indican que sus empresas son competitivas por sus bajos precios.

Godoy (2016) la tesis titulada “La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de muebles, de la avenida Gerardo Unger, cuadra 52 a la 58, distrito los olivos, provincia de lima, departamento de lima, período 2015”, tuvo como objetivo general: determinar las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de muebles, de la avenida Gerardo Unger, cuadra 52 a la 58, distrito de los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 15 microempresas, representando el 100% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de las encuesta, obteniéndose las siguientes resultados: Respecto a la competitividad: el 33,3% de las empresas tienen ventajas sobre sus competidores porque venden productos de calidad, el 73,3% de las empresas han adquirieron nuevos equipos tecnológicos en el último año, mientras el 66,7% saben que la innovación mejora la competitividad y rentabilidad en la empresa, mientras el 80,0% de los representantes legales no invierten en capacitaciones a sus trabajadores, el 53.3% de las empresas utilizan estrategia de promoción, mientras que el 6.7% indicaron que utilizan estrategia de alianzas y

que el 40,0% de las empresas utilizan estrategia de publicidad.. Y llegando a la Conclusión: Los representantes legales el (66,7%) de los representantes legales tienen el grado de instrucción de estudios técnicos, las micro pequeñas empresas el (86,7%) son empresas formales, y el (80,0%) de los representantes legales no invierten en capacitación a sus trabajadores.

Arias (2016) La presente tesis titulada “Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro vitivinícolas del distrito de Nuevo Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, año 2015”, tiene como objetivo general, determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro vitivinícolas del distrito de Nuevo Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, año 2015. La investigación fue de tipo descriptivo, para el recojo de la información se tuvo en cuenta una muestra de seis (06) MYPE, a quienes se le aplicó un cuestionario de catorce (14) preguntas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados, que del 100%, el 66,7% de las MYPE conoce su competencia, mientras que el 33,3% indica que no la conoce, indican que el 66,7% de las MYPE si cuenta con personal especializado, mientras que 33,3% de las MYPE no cuenta con personal especializado, asimismo consideran que el 100% de las MYPE su producto es competitivo, el 100% de las MYPE precisa que no ha hecho uso de la tecnología, pero el 100% de las MYPE considera que la implementación de la tecnología mejoraría la competitividad de su empresa. Se concluye que gran parte de estas MYPE conoce a su competencia y que como elemento primordial del proceso de su producción es que cuentan con personal con amplio conocimiento en la producción del vino, sin embargo todas las MYPE consideran que su producto es competitivo y que aún no implementan el uso de la tecnología, pero para todas ellas el uso de la misma con llevaría a la mejora en su competitividad en el mercado.

Cruz (2016) el presente trabajo titulado “Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicios – rubro restaurantes, de la Av. Santa Adela, del distrito de Nuevo Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015, tuvo como objetivo determinar las principales características de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la Av. Santa Adela s/n, del distrito de Nuevo Imperial, 2015. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 17 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 11 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados que el 100% conoce a su competencia, el 70,59% utiliza estrategias de marketing, el 100% ha innovado en tecnología y el 100% del considera que la innovación en tecnología ha permitido lograr mejor competitividad y desarrollo en su empresa. Se concluye que La mayoría de los Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurante de la Av. Santa Adela s/n, del distrito de Nuevo Imperial, 2015, conocen sus fortalezas y debilidades, la cual en su totalidad les ha permitido conocer, estudiar e infiltrarse entre sus competidores, para lograr destacar han utilizado en su mayoría estrategias de marketing, y en su totalidad las Mype han innovado e invertido en tecnología, lo cual ha permitido lograr el desarrollo de su empresa, mejor satisfacción para sus clientes y permanecer vigente en el mercado.

Granadino (2016) La tesis titulada “Caracterización de la formalización y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector producción - rubro panificadoras, de la urbanización el trébol del distrito de Los Olivos provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015, tiene como objetivo determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES en adelante) del sector producción-rubro panificadoras de la Urbanización El Trébol del Distrito de Los Olivos, Provincia y Departamento de Lima, periodo 2014-2015. La investigación fue descriptiva y no

experimental, para el recojo de la información se consideró a todas las MYPES, constituidas por 6 panaderías, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Se obtuvieron los siguientes resultados en cuanto a competitividad, el 100% tiene productos de calidad y variedad de productos, el 100% tienen precios de mercado y usa tecnología, 100% cuenta con personal calificado, por lo cual se concluye que las Mype, tienen un nivel medio de competitividad, ya que cuenta con un producto de calidad, un cartel publicitario como medio de publicidad, personal calificado, variedad de productos para satisfacer la demanda, así como también sus productos tienen precios de mercado y usan tecnología en la venta de sus productos.

Chininin (2017) La presente investigación titulada “Caracterización de la gestión por procesos y competitividad en MYPE rubro imprenta del centro comercial Regenda de Piura, año 2016”, se estableció como objetivo general: Determinar las características de la gestión por procesos y competitividad en las MYPE de rubro imprenta en el centro comercial Regenda de Piura, año 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, Población finita e infinita, muestra de 19 colaboradores en la variable gestión por procesos y 56 personas clientes en la variable competitividad, técnica de encuesta, instrumento el cuestionario, Llegando a los siguientes resultados: De los 56 clientes encuestados, el 46 % expresaron que los gerentes de imprentas del centro comercial son buenos comunicadores y organizados; el 34% indican que las imprentas se iniciaron por saber su negocio y manejar flexibilidad en el desarrollo del servicio, y el 20% dijeron que es porque saben delegar las acciones y sus colaboradores saben hacer sus tareas; además se determinó que el 34 % de las MYPE imprentas maximizan la economía de sus clientes incorporando permanentemente el cambio continuo, el 30% consideran que son generadores del nivel de bienestar entre sus clientes, un 20% aseguran la capacidad tecnológica para incrementar la atracción de los consumidores o clientes y finalmente el 16% se avocan a la

innovación, asimismo se obtuvo que de 56 clientes encuestados; el 34 % de las MYPE imprentas maximizan la economía de sus clientes incorporando permanentemente el cambio continuo, el 30% consideran que son generadores del nivel de bienestar entre sus clientes, un 20% aseguran la capacidad tecnológica para incrementar la atracción de los consumidores o clientes y el 16% se avocan a la innovación, finalmente se determinó que de los 56 clientes encuestados el 54 % respondieron que los precios bajos se deben al adecuado nivel gerencial con que cuentan los colaboradores de las diferentes imprentas, el 34 % dijeron que los precios bajos se deben al buen sistema financiero que aplican las MYPE de imprenta y finalmente el 12% dijeron que definitivamente los precios son bajos por el apoyo del gobierno. Se concluyó que de los factores determinantes de la competitividad se han identificado: Diversidad de servicios y diseños de impresos, facilitan la gestión del diseño del impreso en un cara a cara, flexibilidad del negocio, liderazgo en precios y finalmente la superación e innovación dado el compromiso, gracias al buen liderazgo por parte de los colaboradores y gerentes.

Montalván (2017) El presente trabajo de investigación titulado: “Caracterización de la competitividad y capacitación en MYPE, rubro agencias de viajes (Piura cercado), año 2014”, tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la competitividad y capacitación en MYPE, rubro agencias de viajes (Piura cercado), año 2014, La investigación fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y transversal; se usó como fuente de información para ambas variables 05 agencias de viaje que se encuentran suscritas en el Asociación Piura de Agencias de Viaje y Turismo (APAVIT), tanto para colaboradores y clientes, con lo que se logró describir las principales características de la competitividad y capacitación en MYPE, rubro agencias de viajes (Piura), año 2014. Se obtuvo los siguientes resultados: El 90% dice que se utiliza el cuestionario como medio para conocer la satisfacción del cliente, y el 10% refirió que se realiza mediante una entrevista; en el manual de buenas

prácticas agencias de viajes y turismo, asimismo se determinó que el 84% fueron atendido amablemente, la cual califican la atención como buena. Llegando a las siguientes conclusiones: La ventaja competitiva que poseen las agencias de viaje es la diferenciación en atención al cliente, se les brinda la información en plataformas virtuales (páginas web y redes sociales) mediante las cuales los clientes pueden acceder a contactarse directamente para adquirir los servicios ofrecidos; se caracteriza por ser un trato personalizado, amable, la comunicación asertiva, la solución de problemas en tiempos mínimos hace que los turistas se sientan satisfechos con el servicio recibido agregando a esto una oferta innovadora en los paquetes turísticos.

Zapata (2016) La investigación, titulada “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicios rubro picanterías de la legua - Piura, año 2014”, tiene como objetivo general, determinar las características de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicios, rubro picanterías de La Legua (Piura), año 2014, la investigación de nivel descriptivo y un diseño no experimental y transversal, la población de la investigación está conformada por las 10 MYPE del rubro picanterías de La Legua (Piura), donde la muestra para la variable competitividad se conforma por los 10 representantes legales y los clientes de las MYPE, se utilizó la técnica de la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Obteniéndose los siguientes resultados: Se evidencia que el 40,5% de los clientes encuestados están de acuerdo que las MYPE utilizan recursos tecnológicos, el 37,8% se muestran indecisos y el 21,6% están en desacuerdo, asimismo se aprecia que los clientes consideran que la calidad de las MYPE es buena en un 50%, regular en un 44,6% y mala en un 5,4%, se determinó que en un 90% cuentan con personal calificado, mientras que en un 10% no, se evidencia que si se cuenta con los recursos para la atención, estando los clientes de acuerdo en un 56,8% indecisos en un 33,8% y en desacuerdo en un 9,5%, en cuanto al desempeño de los empleados los clientes lo consideran alto en un 52,7%, medio en un 43,2% y bajo en un 4,1%; y en cuanto al manejo

de los recursos los clientes manifiestan que bueno en un 56,2%, regular en un 38,4% y deficiente en un 5,4%. Se concluye que algunas Mypes cuentan con los recursos tecnológicos, las ventas se basan en los precios, se cuenta con personal calificado, y los recursos adecuados para la atención al cliente, y que consideran que su marca es reconocida en el mercado; por su parte los clientes aprecian la calidad del producto y el sabor, con una capacidad de respuesta buena, y una percepción del servicio buena, además se aprecia que el 40,5% utilizan recursos tecnológicos.

Campos (2015) nos muestra en su presente investigación titulada: “Gestión de calidad y competitividad de las Mype rubro restaurantes cevicheras del asentamiento humano la primavera castilla, 2015”. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres Mype y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas, llegando obtener los siguientes resultados: Que el 91% de los encuestados respondieron que los precios de los productos son accesibles y el 9% respondieron que los precios de los productos no son accesibles, asimismo el 76% de los encuestados respondieron que no cumplen con el tiempo prometido para la entrega de pedido al consumidor y el 24% respondieron que si cumplen con el tiempo prometido para la entrega de pedido al consumidor, se determinó que el 91% de los encuestados respondieron que el restaurante no ofrece atractivas promociones a la medida del cliente y el 9% respondieron que el restaurante si ofrece atractivas promociones a la medida del cliente. Llegando obtener las siguientes conclusiones: Se concluye que la gestión de calidad en la actualidad es una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa. Así como también las características que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro restaurantes cevicheras Asentamiento Humano La primavera, es la falta de conocimiento, la resistencia al cambio al nivel de gerencia lo ha repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la

disminución de las ventas. Por los que los empresarios del grupo analizado deben de implantar un sistema de calidad como estrategia de gestión para ser más competitiva.

Zuñiga (2016) La presente investigación titulada “Caracterización de Competitividad y Rentabilidad en las MYPE de Servicio – Rubro animación de eventos en Sullana, año 2016”, tuvo como como objetivo general “Determinar las principales características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPE de servicio del rubro animación de eventos en Sullana, año 2016”; la investigación fue de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo, empleándose una muestra poblacional de 14 gerentes o representantes legales de 14 MYPE de animación de eventos de la Provincia de Sullana a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas, utilizándose la técnica de la encuesta. Se obtuvieron los siguientes resultados respecto competitividad, el 57% de los empresarios algunas veces disponen de la información adecuada organizada y actualizada que permita medir la satisfacción de los clientes, mientras que el 36 % casi siempre y el 7% muy pocas veces y el 100% de los encuestados nunca tienen en cuenta el poder de los proveedores a nivel internacional. Se concluye que los empresarios de este rubro sólo utilizan algunas estrategias competitivas, entre las cuales tenemos: El estudiar a sus competidores, medir la satisfacción de sus clientes y desarrollar sus estrategias en función de la calidad.

Velasquez (2017) La tesis titulada Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016, ha tenido como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector servicio, rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016; tesis para optar el título profesional en administración. La investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva. Para la recopilación de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 09 microempresas dedicadas al rubro; en las cuales se aplicó un cuestionario conformado de 17 preguntas cerradas. Esta investigación tiene los

siguientes resultados: el 67% de clientes encuestados consideran que el personal de los grifos tiene habilidades y atributos al momento de atender;, mientras que el 33% consideran que no cuenta con habilidades y atributos al momento de atender y el 78% de clientes encuestados considera que se siente satisfecho con la calidad de servicio y producto que le brindan los grifos, mientras que el 22% no se siente satisfecho con la calidad de servicio y producto que le brindan los grifos.

Castillo (2016) El presente trabajo de investigación titulado “Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016”, se planteó como objetivo general: Determinar las características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas – MYPE, rubro boticas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016; esta investigación llevada a cabo fue de naturaleza cuantitativa, no experimental de corte transversal y descriptiva. Para la recopilación de datos se escogió en forma dirigida una muestra de 43 microempresas dedicadas al rubro de las boticas y 59 de sus trabajadores así mismo se incluyó también a 76 clientes; a los que se aplicó un cuestionario conformado de 22 preguntas de formato cerrado en escala nominal y ordinal. Esta investigación permitió obtener los siguientes resultados que el 81% casi siempre realizan promociones de ventas; además solo el 32% si dispone de indicadores de gestión de manera constante y continua; asimismo el 100% implementaron un programa de capacitación para sus colaboradores y por último también el 100% de los encuestados manifestaron obtener alto volumen de ventas, mayor clientela e incremento de la productividad y rentabilidad luego que su personal fue capacitado. En conclusión; la mayoría de los negocios implementaron programas de capacitación para su personal, lo que ha originado en consecuencia buenos resultados traducidos en una mayor volumen de ventas, por lo que todos manifiestan que la capacitación es un factor de éxito para sus competitividad, es por ello que el 80% de las mismas enfoca sus capacitaciones en perfeccionar las técnicas de atención al cliente.

Pedroza (2016) La investigación titulada Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro fabricación y venta de muebles en melamine del distrito de nuevo Chimbote, 2013, tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del Sector Industria, Rubro Fabricación y venta de muebles de melamine del Distrito de Nuevo Chimbote, 2013. Se utilizó el diseño no experimental – transversal - descriptivo , el cual se trabajó con una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas a quien se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas aplicando la técnica encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 71,4% de los representantes encuestados tienen de 31 a 40 años de edad, el 57,1% son de género masculino, el 57,1% tiene grado de instrucción superior no universitaria, el 100% son titulares – gerentes ,el 57,1% tienen de 1 a 5 años de permanencia ,el 57,1% tienen de 1 a 3 trabajadores, el 100% formo su empresa para obtener ganancias , el 42,8% de titulares -gerente no recibió ningún curso de capacitación, el 42,8% de titulares- gerente no se capacito ,el 71,4% de trabajadores se capacito a través de charlas ,el 42,8% de trabajadores se capacito en ensamblado de muebles ,el 85,7% de titulares-gerente consideran que la capacitación es una inversión , y el 85,7% de titulares-gerente desearían seguir capacitando a su personal en corte y ensamblado de muebles en melamine. Concluyendo que la mayoría de las Micro y pequeñas Empresas del sector industria rubro fabricación y venta de muebles de melamine del distrito de Nuevo Chimbote, 2013, nos indica que la mayoría de los representantes tienen de 31 a 40 años, son de género masculino, cuentan con grados de instrucción no universitaria ,la totalidad son titulares gerentes ,teniendo de 1 a 5 años en el rubro, cuentan de 1 a 3 trabajadores, lo cual Si conocen el término capacitación pero no se capacitan por la falta de presupuesto.

Nole (2017) El trabajo de investigación denominado “Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de la MYPE del sector comercio-rubro mueblerías del distrito de Sullana, año 2016”, tuvo por objetivo determinar las principales características del

financiamiento y rentabilidad de las MYPE antes mencionadas. La investigación fue de diseño no experimental- cuantitativo-descriptivo, se realizó con una muestra de 22 mueblerías , aplicando un cuestionario de 24 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: Respecto al Financiamiento: el 77.27 % ha solicitado financiamiento externo, el 41.18 % lo obtuvo en Caja Sullana, el 64.71% ha elegido a la entidad por el monto brindado y por la tasa de interés baja, el 88.24% ha recibido montos mayores a s/ 7000.00, 64.71 % ha realizado préstamos a 12 meses de pago, el 47.06 % paga un interés mensual entre 1% a 3%,el 88.24 % lo ha destinado a capital de trabajo. Respecto a la Rentabilidad: el 77.27 % empresarios define la rentabilidad como las ganancias obtenidas por la inversión, el 90.91 % no conoce los instrumentos financieros que existen para medir la rentabilidad, el 81.82% de empresarios utiliza cuaderno simple de ventas y gastos para llevar un control de las ventas, el 100% realiza balances para determinar ganancias, el 90.91 % de propietarios obtiene ganancias mayores a las planificadas, el 72.73% percibe del 30 % al 50 % de rentabilidad, el 68,18 % de MYPE son rentables debido a la buena administración, un 90,91 % indican que el financiamiento influye en la rentabilidad.

2.2 MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.2.1 Gestión de calidad

2.2.1.1 Desarrollo histórico de la calidad

A principios del Siglo XX Frederick Taylor realizó grandes aportes para la administración científica y la ingeniería industrial, contribuyendo así al mejoramiento de la calidad de la producción de bienes y servicios. El uso de los gráficos de control constituyó un paso muy importante en el control de la calidad pues no se trataba de inspeccionar los productos ya fabricados, sino de verificar si el proceso de producción estaba bajo control lo que ayudaba a disminuir los productos defectuosos por medio de la localización de fallas en el proceso. En el mismo año se fundó la Sociedad Estadounidense de Control de Calidad “ASQC”, la cual desarrolló publicaciones, conferencias y cursos de capacitación para promover el control de la calidad en todo tipo de productos y servicios. Se da la creación de la Organización Internacional para la Estandarización ISO después de la Segunda Guerra Mundial, como el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para la industria.

En 1962 se constituyeron los círculos de control de la calidad en Japón por Ishikawa que consistían en un tipo especial de trabajo en equipo donde se analizaban y resolvían problemas relacionados con el trabajo de los miembros de un equipo, con el fin de lograr el mejoramiento de la calidad; posteriormente apareció el concepto de control total de calidad, cuyo objetivo básico era la competitividad con el trabajo bien hecho, enfocando y apoyando la mejora continua en el trabajo de todos, con responsabilidad y compromiso individual hacia la calidad. La garantía de calidad surge como resultado de la idea de realizar una buena inspección para no vender productos defectuosos. (Uribe M 2011, p. 40)

2.2.1.2 Contextualización de los Sistema de gestión de calidad

Los sistemas de gestión de la calidad son de una aparición relativamente reciente que se han fortalecido a partir del año 2000, por ser el centro de enfoque de las normas ISO 9000. Es por ello que las organizaciones se preocupan constantemente para lograr obtener una adecuada gestión.

2.2.1.2.1 Calidad

La calidad es como un conjunto de propiedades que posee un producto y/o servicio y que son inherentes a él, que garantiza que está bien hecho y que cumple con los requisitos y los estándares exigidos, alcanzando un grado de satisfacción tanto para el fabricante como para el cliente.

Por consiguiente, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el productor, proveedor y el cliente tienen del mismo, es una posición que las personas asumen de estar conformes o no con el bien o servicio proporcionado, haciendo referencia a la complacencia que éste les brinda. Por ello los diferentes autores citados en Uribe (2018) definen la desde diferentes puntos de vista:

- (J. M. Juran). “Adecuación de un producto o servicio al uso”.
- (E. Deming). “Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto que sea el más económico, útil y siempre satisfactorio para el consumidor.”
- (K. Ishikawa). “Un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo y mejoramiento de calidad realizados por las diversas áreas de la organización para la satisfacción plena del cliente”.

2.2.1.2.2 Control de calidad

Es aquel proceso desarrollado por una empresa para asegurar que sus productos y servicios cumplan con los requisitos de calidad establecidos con antelación por la organización, mediante el uso de técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para cumplir los

requisitos; dicho proceso se lleva a cabo en todas las áreas de la empresa e implica a toda la organización: su personal, sus procesos productivos y por supuesto los productos, bienes o servicios finales.

El control de la calidad tiene como objetivo detectar defectos o fallas que se presenten durante todo el sistema y en cada uno de sus procesos con el fin de reducir costos, ser competitivos y lograr la satisfacción del cliente, en la que se presenta el esquema de seguimiento y medición al cumplimiento de los requisitos del cliente, del producto, el desempeño de los procesos y la evaluación de la eficiencia del sistema. Este sistema busca integrar los esfuerzos en materia de calidad que se realizan de forma total en todas las áreas de la organización, buscando la producción de bienes y servicios económicos y compatibles con las necesidades, requerimientos y sugerencias de los clientes, para alcanzar su satisfacción.

Según Münch citado en Uribe M (2011) define el control de la calidad es un “Modelo conceptual de las actividades interdependientes que influyen sobre la calidad de un producto o servicio a lo largo de todas sus fases, desde la identificación de las necesidades del cliente, hasta la evaluación del grado de satisfacción de éstas”.

El control de la calidad es una estrategia para asegurar el mejoramiento continuo de la calidad y la satisfacción de los clientes. Éste va aplicado de acuerdo a los objetivos y directrices de la organización, y se realiza de manera continua para el éxito del sistema de calidad, corrigiendo los errores que se presentan y anticipando aquéllos en los que se podría incurrir.

2.2.1.2.3 Calidad total

La calidad total centra su energía en ver que las cosas se hacen bien desde la primera vez y es incorporada al sistema desde su inicio, haciendo a la organización altamente competitiva y permitiéndole reunir los requisitos convenidos con el cliente, ofreciéndole un mayor grado de complacencia por medio de un producto o servicio para alcanzar una satisfacción total en una visión actual. Se reconocen once principios básicos de la calidad total:

a). Orientado al mercado

La orientación hacia el mercado significa en la práctica que las organizaciones deben recopilar información del mercado, identificar cuáles son los ambientes de uso de sus productos, investigar en dónde se encuentran los productos que han sido vendidos; todo lo anterior con el fin de producir el bien que necesita el cliente y en consecuencia, brindarle satisfacción incluso más allá de sus propios deseos y expectativas. La orientación al mercado se desarrolla con base en la generación de una conducta orientada a la empatía, de la organización hacia el cliente; lo que significa que la organización debe ponerse en el lugar del cliente para percibir sus deseos, identificar sus sentimientos, acompañarlo en sus experiencias y, en consecuencia, satisfacerlo.

- **La calidad es lo primero:** Se relaciona con el costo en el que incurre para poder entregar el producto con un precio justo.
- **Pocos vitales:** Es conveniente estimar los problemas por su valor y su presencia, de tal forma que se garantice un proceso de priorización que permita solucionar aquellas situaciones que realmente impactan de manera fuerte a la organización.
- **Datos y hechos:** En desarrollo de la calidad a todo nivel, es necesario realizar los planteamientos con base en hechos y datos; sin datos no se pueden presentar informes ni se pueden evidenciar los resultados, los aciertos y las oportunidades de mejora.
- **Control de procesos:** El control de procesos es el ejercicio del ciclo PHVA (Planear – Hacer – Verificar – Actuar) de cada persona de la organización y de cada etapa del proceso. Así se asegura la calidad del producto final realizando control en cada parte del proceso. El control de procesos exige diseñar adecuadamente los procesos y posteriormente ejecutarlos de acuerdo con el diseño realizado. Para un adecuado control de procesos es necesario y perentorio educar a la gente de la organización permanentemente, con dos fines fundamentales: el primero, que se realice una

transformación cultural en la cual prime el autocontrol sobre el control externo y, el segundo, que se comprenda el sentido del control de procesos y se adquieran las herramientas para realizar en el día a día.

- **Control de dispersión:** Controlar la dispersión permite ofrecer productos de calidad al mercado, reducir los costos en que la organización debe incurrir para producirlos y ponerlos a disposición del cliente, estandarizar los procesos, y realizar acciones de mejora continua.
- **Talleres de flujo descendente:** Es importante, el desarrollo de este principio de la calidad total, que se implemente en la organización el concepto de cliente interno: se genera ayuda mutua, se evitan discusiones, se incrementa la buena comunicación, se solucionan problemas, y se habla de manera amistosa.
- **Control de flujo ascendente:** Es necesario que la alta dirección declare definitiva y formalmente la necesidad de la implementación de la calidad total con base en la situación de la compañía, la visión y estrategia de la compañía junto con sus principios, la competencia, y el estado de innovación tecnológica y técnica.
- **Acción preventiva recurrente:** Es muy importante para las organizaciones emprender acciones preventivas que les permita anticipar la ocurrencia de errores y fallas, con el fin de asegurar la satisfacción final del cliente. De igual manera, en caso de presentarse, la organización debe garantizar que no sucederán los mismos errores o problemas (no se puede tropezar de nuevo con la misma piedra).
- **Respeto al empleado:** Es necesario establecer relaciones entre el nivel gerencial y los colaboradores con base en el respeto.
- **Compromiso de la dirección:** Es necesario que la alta dirección declare definitiva y formalmente la necesidad de la implementación de la calidad total con base en la situación

de la compañía, la visión y estrategia de la compañía junto con sus principios, la competencia, y el estado de innovación tecnológica y técnica.

2.2.2.3 Los sistemas de gestión de calidad

Los sistemas de gestión de calidad son herramientas que permite cada organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias y de esa manera cumplir todos sus objetivos planteados.

Lopez (2005) define un sistema de gestión de calidad como la estructura organizativa, donde se establecen las responsabilidades, los procedimientos, procesos y recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de calidad. Esto se aplica en todas las actividades realizadas en una empresa y afecta a todas las fases desde el estudio de las necesidades del consumidor hasta el servicio posventa. (p. 12)

Mientras que Herrera & Tomás (2006) indica que “el sistema de gestión de calidad, requiere que su estructura organizacional esté enfocada hacia la consecución de los esfuerzos de la calidad de la empresa, ya que es una parte fundamental para liderar, impulsar y promover todas las acciones que contribuyan la materialización de la estrategia por lo cual se requiere la participación y compromiso de todos los individuos pertenecientes a dicha organización. Por ello las Mype que poseen un sistema de gestión de calidad buscan fundamentalmente enfocarse en sus estrategias, procesos y actividades en proporcionar en los clientes los productos y servicios que necesita , en el momento que lo necesite a un precio competitivo, por lo que además se requiere lograrlo de manera más eficiente posible ofreciendo ventajas competitivas. (p. 56)

En un sistema se busca “La posibilidad de aumentar la eficacia de las organizaciones, a través del mejoramiento continuo y la eficiencia de los procesos como componentes centrales de los sistemas de gestión”, Lo que pone en consideración es que los sistemas de gestión de la

calidad son un instrumento clave de las organizaciones para cumplir la política y los objetivos de calidad previamente establecidos.

Los sistemas de gestión de la calidad pueden implementarse en cualquier tipo de organización que requiera evaluar su capacidad para proporcionar productos o servicios que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentos que le sean de aplicación, siempre que su objetivo sea la satisfacción de aquellos, en busca de asegurar la calidad en beneficio de todas las partes interesadas.

La adopción de un sistema de gestión de la calidad es una decisión estratégica de la organización. Para ayudar a las organizaciones en la implementación y operación de su sistema de gestión de la calidad, fue creada la familia de Normas ISO 9000, que describe los fundamentos y la terminología, especifica los requisitos, proporciona las directrices para la eficacia y la eficiencia y orienta sobre las auditorías de los sistemas de gestión de la calidad. Para que una organización sea exitosa debe ser sistemática y tener un enfoque de procesos, por lo que la implementación de un sistema de gestión de la calidad ayuda a mejorar continuamente el desempeño considerando las necesidades de todas las partes interesadas. De acuerdo a la Norma ISO 9000, se han identificado ocho principios de gestión de la calidad que al ser usados y aplicados desde la alta dirección pueden mejorar el desempeño de la organización. Estos ocho principios de gestión de la calidad constituyen la base de las normas de sistemas de gestión de la calidad de la familia de Normas ISO 9000”.

Balague & Saarti (2014) menciona los siguientes principios que influyen para realizar una buena gestión de calidad.

- **Orientación al cliente:** Una organización está orientada al cliente cuando promueve el contacto directo con los clientes, recopila información sobre sus expectativas, determina la calidad requerida por ellos, hace que esta información esté disponible dentro de la organización y tiene en cuenta los diferentes roles de las personas (las personas son todos,

tanto proveedores como clientes, internos o externos). Todo el sistema de calidad debe estar enfocado al aumento de la satisfacción del cliente, que tiene que ser medida objetivamente. Las ventajas más importantes de esta orientación al cliente son: Comprensión óptima de las necesidades y expectativas de los usuarios, eficacia en el uso de los recursos para mejorar la satisfacción de los clientes y equilibrio entre la satisfacción de los usuarios y la de otras partes interesadas.

- **El liderazgo:** Se refleja en el compromiso de la dirección y su participación activa en el establecimiento de buenos canales de comunicación y en proporcionar los recursos necesarios para que el personal pueda desarrollar adecuadamente su trabajo. Este principio es fundamental, porque la dirección de la Mype debe:
 - Establecer la unidad de propósito y una visión clara del futuro de la Mype.
 - Establecer metas y objetivos cuya obtención presente sean retos asumibles.
 - Crear y mantener un ambiente adecuado en el que personal de la Mype, pueda implicarse plenamente.
 - Facultar al personal y proporcionarle los recursos y la capacitación necesarios.
- **Participación del personal:** Una buena gestión se basa en las personas, que constituyen la esencia de las organizaciones. El personal debe disponer de los conocimientos necesarios para ser utilizados en beneficio de los objetivos de la Mype. La participación del personal conduce a disponer de:
 - Personal motivado, comprometido e implicado con la Mype.
 - Comprensión de la importancia de la contribución y el papel de cada uno en los logros de la Mype.
 - Aceptación de la responsabilidad ante la aparición de problemas y en la búsqueda de soluciones.
 - Intercambio de conocimientos y experiencias en el equipo de trabajo.

- Autogestión en una Mype experta.
- **Enfoque basado en procesos:** Los procesos son actividades, o conjuntos de actividades, que utilizan recursos para transformarlos en productos de valor añadido para los clientes internos y externos. Para trabajar con eficacia y lograr los resultados deseados. El enfoque basado en procesos enfatiza la importancia de:
- Centrarse en los recursos, métodos y materiales necesarios.
 - Mejorar la eficiencia a través del uso eficaz de los recursos.
 - Realizar el seguimiento continuo sobre los vínculos entre los procesos individuales, así como sus combinaciones e interacciones.
 - Enfocar de manera holística (en su conjunto) los procesos y flujos de trabajo en la Mype, en lugar de simplemente preocuparse de las tareas.

Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de la Mype y al logro de sus objetivos. La aplicación del principio de enfoque de sistema implica:

- Estructurar un sistema para lograr los objetivos de la Mype de la manera más eficaz (más útil) y eficiente (menos costosa).
- Determinar las entradas (inputs) y los productos o servicios resultantes (outputs).
- Comprender las interdependencias entre los procesos de la Mype.
- Planificar, coordinar las actividades y trabajar sistemáticamente.
- Reducir las barreras interdepartamentales.

Mejora continua: La mejora continua debe ser un objetivo, lo que exige un seguimiento periódico de los resultados en busca de la innovación, ajustando permanentemente los procesos. Este principio tiene por objeto:

- Crear una organización flexible que pueda reaccionar rápidamente ante las oportunidades.

- Alinear la mejora de las actividades dentro de la estrategia de la Mype.
 - Mejorar de manera continua los procesos y servicios que se ofrecen.
 - Establecer objetivos para orientar y realizar un seguimiento de la mejora continua.
 - Proporcionar herramientas para la motivación y evaluación del personal.
- **Toma de decisiones basada en hechos:** Las decisiones deben basarse en datos y análisis de la información en el SGC. Se necesita tomarlas para mejorar continuamente los procesos, y el sistema de calidad ofrece la información necesaria para hacerlo de manera razonada y eficaz. La recolección de datos y análisis de la información es crucial a fin de:
- Hacer accesibles los datos a quienes los necesiten, incluyendo clientes y partes interesadas.
 - Asegurar que los datos e información recogidos son precisos y fiables.
 - Analizar los datos y la información utilizando métodos válidos y proporcionar evaluaciones periódicas.
 - Tomar decisiones y emprender acciones sobre la base del análisis de los hechos, en equilibrio con la experiencia y la intuición.
- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Las relaciones con los proveedores son mutuamente beneficiosas porque una organización y sus proveedores son interdependientes, y una buena relación mejora la capacidad de ambas partes para crear valor añadido. Este enfoque es útil para:
- Identificar y seleccionar proveedores clave.
 - Compartir información y planes futuros.
 - Incrementar la capacidad de crear valor para ambas partes.
 - Optimizar los costes y recursos. Implicar a los proveedores en la prestación de servicios.

La gestión de calidad es una contribución clave para todo tipo de organizaciones, ya que facilita el cambio cultural y mediante la aplicación de sus principios, las Mype son capaces de clarificar su misión, identificar y mejorar los procesos y servicios, optimizar el uso de los recursos y aumentar la satisfacción de los clientes.

2.2.1.4 Implantación de un sistema de gestión de calidad

Hoy en día el mercado es más competitivo y dinámico, por ello actualmente las Mype sin excepción están obligadas a realizar un seguimiento permanente de sus procesos, porque ya no solo basta con producir si no que estas deben analizar, revisar y mejorar de forma continúa. Estos procesos son llamados sistemas de gestión de calidad porque son las medidas que se toman al interior de cada empresa para aumentar la calidad de los productos o servicios.

Lopez (2005) manifiesta que: “La implantación de un sistema de gestión de calidad se ha convertido en sinónimo de seguridad para todas las áreas relacionadas a la Mype” (p.12).

Por ello implantar un sistema de gestión de calidad, quiere decir que la Mype le va a permitir gestionar la calidad de sus productos y servicios de una forma ordenada, planificada y controlada” (Aguilar , 2012, p. 68)

Sin embargo para implantar un sistema de gestión de calidad debemos saber y tener en cuenta que el sistema a implantar debe estar adecuado a las características, su tamaño, sus empleados y sus productos que está ofreciendo porque no siempre un mismo SGC es válido para todas las organizaciones.

a. Ventajas para contar con buenos sistemas de gestión de la calidad

Un buen sistema de gestión de la calidad nos ayuda a mejorar nuestra posición competitiva e imagen tanto interna como externamente. Chamorro (2016) menciona las siguientes ventajas:

- Mejora la organización de la compañía y nos ayudan a hacer más eficientes en los procesos de la empresa.
- Permite controlar el desempeño de los procesos y de la organización en sí misma.

- Nos ayuda a cumplir de manera más adecuada la normativa relacionada con nuestros productos y servicios.
- Mejora la capacitación de los trabajadores de la empresa, ya que al mantener un buen flujo de información con la plantilla ayuda a incrementar la motivación y compromiso de ésta.
- Mejora la imagen de los productos y servicios a medio plazo de la organización.
- Promueve la innovación y el aprendizaje organizacional.
- Incrementa la posición competitiva de la empresa, sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo.

b. Beneficios al implantar un sistema de gestión de calidad innovador

Lopez (2005) indica que es necesario implantar un sistema de gestión de calidad, porque trae una serie de beneficios para las Mype que lo llevan a cabo.

- Mayor nivel de calidad del producto.
- Disminución de rechazos y optimización del mantenimiento.
- Reducción de costos.
- Mayor participación e integración del personal de la empresa.
- Mayor satisfacción de los clientes.
- Mejora de la imagen de la empresa.
- Mejora de la competitividad. (p. 14)

Para implantar un sistema de gestión de calidad en la Mype, debe invertir mucho dinero y tiempo, porque al personal se les debe dar un curso de capacitación y así puedan manejar de manera adecuada el sistema implantado, logrando dar una buena atención al cliente, pero también cada uno de los colaboradores deben comprometerse a lograr los objetivos planteados, la cual también le va generar beneficios como: Mayor confianza por parte de los clientes y reducción de errores en la entrega o prestación de su producto y/o servicio.

2.2.1.5 Definición de gestión de calidad

Son las actividades coordinadas para planificar, organizar, dirigir y controlar una organización con el propósito de establecer la política, los objetivos de la calidad. Es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas del cliente y la obtención de beneficios en términos financieros y de competitividad.

Muñoz (2004) define la gestión de calidad como “un conjunto de actividades coordinadas que permiten orientar y controlar a un organismo en materia de calidad” (p. 56).

Udaondo (2014) define como el conjunto de actividades coordinadas que se despliegan de la función general de la dirección, enfocadas a determinar e implantar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; teniendo en cuenta los elementos y factores que se establecen por medio de la planificación, control, aseguramiento y mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión, incluyendo la planeación estratégica, la asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad.

La gestión de calidad tiene que ir de la mano con sistema de gestión de calidad, porque antes de gestionar la calidad, se recomienda la implantación de un sistema de gestión de calidad que contenga las siguientes características:

- El liderazgo de la alta dirección y una actitud coherente respecto a la política de calidad, ya que ésta sirve de guía y motivación para los empleados.
- La responsabilidad y compromiso de todas las áreas de la organización, creando un nuevo clima de cambio y adaptación.
- El entrenamiento y formación de todo el personal de la organización en materia de calidad, fomentando la conciencia en ella y establecer una comunicación eficaz.

La gestión de la calidad no solo implica gestionar la calidad del producto o servicio, sino también administrar la calidad de la gestión de la organización como tal. Esto quiere decir

que dentro de la gestión de calidad se debe mejorar continuamente el proceso de gestión de la empresa reduciendo las actividades innecesarias que no están agregando valor al proceso y permitiendo de esta forma un sistema más efectivo y eficiente.

2.2.1.6 Elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad.

Luna A (2015) afirma que el proceso se basa en las principales funciones de la administración vistas como un proceso en el cual se interrelacionan la planeación, organización, ejecución y el control.

Como también el proceso administrativo se refiere a planear y organizar la estructura que compone a organismos sociales, así como dirigir y controlar las actividades para encaminarse al logro de sus objetivos.

Las empresas de éxito se enfrentan a la exigencia de ganar un mercado y fortalecerse constantemente, para lograrlo es necesario ejercer una administración que se oriente hacia la eficiencia en el cumplimiento de los objetivos y en el uso de los recursos. La administración se lleva a la práctica a través del proceso administrativo.

2.2.1.6.1 Definición de proceso administrativo

Toda organización que pretenda cumplir los objetivos para los que fue creada necesita contar con las herramientas, una de ellas es el proceso administrativo, el cual consiste en “Una serie de pasos o etapas fundamentales a través de las cuales el dirigente formula planes, selecciona el curso de acción más ventajoso, disminuye las actividades originadas del plan adoptado, las que son llevadas a la práctica por medio de la actuación de otros y desarrolla las acciones de acuerdo a las normas establecidas, para lograr el objetivo previamente definido”

2.2.1.6.2 Importancia del proceso administrativo

- La aplicación del proceso administrativo es esencial porque permite fijar un objetivo, realizar las actividades necesarias para alcanzarlo y determinar si se está alcanzando o no, a fin de corregir las acciones cuando sea necesario.
- Proporciona los conocimientos y las herramientas administrativas para comprender las necesidades y la dinámica de toda la organización sea esta grande o pequeña, en el camino hacia lograr los objetivos.

2.2.1.6.3 Planeación de calidad

La planificación de la Calidad es una parte de la Gestión de la Calidad orientada a fijar unos objetivos de calidad y a especificar los procesos operativos y recursos necesarios para cumplir con los objetivos fijados.

La planificación nos permite, junto a la fijación de objetivos, analizar el pasado y lo que ocurre en la actualidad y tratar de optimizar los recursos para conseguir los resultados deseados.

a). Objetivos de la calidad

La organización debe establecer objetivos de la calidad para las funciones y niveles correspondientes y los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad. Los objetivos de la calidad deben:

- Ser coherentes con la política de calidad de la empresa y ser notorio para establecer la conformidad de los productos y los servicios, además de la mejora en la satisfacción del cliente.
- Ser afines con la política de la calidad.
- Ser medibles.
- Considerar los requisitos aplicables.

- Ser acertados para la conformidad de los productos y servicios y para el aumento de la satisfacción del cliente.
- Ser objeto de seguimiento.
- Ser comunicados

La organización debe conservar información documentada sobre los objetivos de la calidad.

b). Políticas de la Planeación de calidad.

Son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

Las políticas son imprescindibles para el éxito del plan debido a que:

- Facilitan la delegación de autoridad.
- Motivan y estimulan al personal.
- Evitan pérdidas de tiempo a los superiores, al minimizar las consultas innecesarias que pueden hacer sus subordinados.
- Otorgan un margen de libertad para tomar decisiones en determinadas actividades.
- Contribuyen a lograr los objetivos de la empresa → Proporcionan estabilidad y uniformidad en las decisiones.
- Indican al personal como debe actuar en sus operaciones → Facilitan la inducción del nuevo personal.

c). Programas de la Planeación de calidad.

Un esquema en donde se establecen la secuencia de actividades específicas que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución. La importancia de los programas es que:

- Suministran información e indican el estado de avance de las actividades.
- Mantienen en orden las actividades, sirviendo como herramienta de control.

- Identifica a las personas responsables de llevarlos a cabo, ya que se determina un programa para cada centro de responsabilidad.
- Determinan los recursos que necesitan.
- Disminuyen los costos.
- Orientan a los trabajadores sobre las actividades que deben realizarse específicamente.
- Determinan el tiempo de iniciación terminación de actividades.
- Se incluyen únicamente las actividades que son necesarias.
- Evitan la duplicidad de esfuerzos.

2.2.1.6.4 Organización de calidad

Toda empresa debe poseer una organización que facilite la obtención de los objetivos fijados en la estrategia de la empresa y ayude al liderazgo efectivo de los recursos. Es decir, en un proceso de introducción de un sistema de calidad total la empresa debe organizarse a sí misma de tal forma, que saque el máximo rendimiento de su estructura organizativa, su tecnología y sus empleados.

Estructurar quiere decir desarrollar un entorno de trabajo claro, con tareas y responsabilidades que contribuyan a la actividad eficaz de una organización.

a). Estructura de la Organización de calidad.

Vasquez (2012) define estructura organizacional como “el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas, siendo fundamental para establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones.

Asimismo las organizaciones deben contar con una estructura organizacional de acuerdo a todas las actividades o tareas que pretenden realizar, mediante una correcta estructura que le permita establecer sus funciones, y departamentos con la finalidad de producir sus

servicios o productos, mediante una orden y un adecuado control para alcanzar sus metas y objetivos. Debe tener las siguientes características:

- Sistematización, en todas las actividades y recursos de la empresa deben de coordinarse racionalmente a fin de facilitar el trabajo y la eficiencia.
- Especialización de los diferentes departamentos. Cuanto más tamaño tenga la empresa, más especialización habrá.
- Estandarización de protocolos, procedimientos y burocratización.
- Coordinación entre los diferentes departamentos de calidad de la entidad.
- Las personas que forman parte de la organización empresarial deben sentirse representadas por la compañía, estar enfocadas a objetivos alcanzables.
- Para realizar sus funciones, cada empleado debe saber dónde está todo lo que necesita.
- Todos los miembros del equipo deben conocer sus funciones, que se encuentran claramente definidas.

Para diseñar la estructura de la empresa y que la conozca toda la empresa es preciso crear un organigrama que defina de forma gráfica y sencilla cuáles son las funciones, responsabilidades y jerarquías de la organización.

2.2.1.6.5 Dirección de la calidad

Dirigir es conducir el talento y el esfuerzo de los demás para conseguir los resultados esperados; es decir, influir sobre su desempeño y coordinar su esfuerzo individual y de equipo.

La ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, comunicación y la supervisión son la tarea de la dirección, debe tener las siguientes características:

- Ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional.
- Motivación a sus empleados hacia la orientación de sus actividades a realizar.

- Guía o conducción de los esfuerzos de los subordinados.
- Establecer una buena comunicación con sus empleados para el buen funcionamiento de la organización.
- Es fundamental la supervisión de las actividades realizadas, de esa forma ofrecer un producto de calidad.
- Alcanzar las metas de la organización.
- Su calidad se refleja en el logro de los objetivos

a). Comunicación

La comunicación es fundamental para el ser humano, puesto que a través de ésta logra establecer relaciones interpersonales y es la esencia de su buen funcionamiento y la garantía del cumplimiento de los objetivos y metas establecidas, ayuda a coordinar y a controlar las responsabilidades en los funcionarios que la integran y lo más importante ayuda a fomentar el buen ambiente laboral.

Importancia de la Comunicación

Una buena comunicación es esencial para la eficacia de cualquier grupo u organización, en cambio la mala comunicación es probablemente la causa más citada de conflictos entre personas. Esta cumple cuatro funciones principales en un grupo u organización: Control, motivación, expresión emocional e información. “La comunicación es eficaz para controlar la conducta de los miembros al fomentar la motivación. La misma proporciona un escape para la expresión emocional de sentimientos y de satisfacción de necesidades sociales que facilita la toma de decisiones”.

b). Supervisión

La supervisión es una actividad técnica y especializada que tiene como fin fundamental utilizar racionalmente los factores que le hacen posible la realización de los procesos de trabajo:

el hombre, la materia prima, los equipos, maquinarias, herramientas, dinero, entre otros elementos que en forma directa o indirecta.

Se refiere al apoyo y comunicación que debe proporcionar el dirigente a sus subordinados durante la ejecución de los planes, de tal manera que éstos se realicen con mayor facilidad.

La supervisión tiene mucho tiempo en las empresas, siendo una actividad primordial en estas para lograr sus metas de producción. Una organización sin supervisión es difícil que logre sus metas de productividad no teniendo nadie que pueda orientar a la misma para seguir la dirección.

La supervisión es de suma importancia para las Mype, ya sea de manera técnica o empírica sin ella no será posible optimizar la productividad. Asimismo las empresas no se pueden desempeñar sin la supervisión, ya que es una parte inherente de toda organización, necesaria e indispensable toda vez que la productividad es un factor para el crecimiento de la misma.

2.2.1.6.6 Control en la calidad de la Mype.

Control significa comparar el desempeño real con lo planeado, con el fin de determinar variaciones. Posteriormente se analizan esas variaciones y se determinan las causas que impidieron que no se cumpliera con lo esperado. Una vez detectadas las causas, se procede a estudiarlas y volver a encauzar el plan de acción.

Control es proceso de vigilancia para comprobar si las actividades se desarrollan conforme se planificaron Control de la calidad: proceso a través del cual se analizan las desviaciones de un proceso o producto para corregirlas o establecer una solución, con el objetivo de cumplir con los objetivo de calidad y así, asegurar la calidad del proceso o producto

Etapas: Satisfacer al cliente

El control de calidad es muy importante porque se establece medidas para corregir las actividades, para que se alcancen los planes exitosamente y determina y analiza rápidamente las causas que pueden originar desviaciones, para que no se vuelvan a presentar en el futuro.

a). Departamento de calidad

En un mercado cada vez más globalizado y exigente, las micro y pequeñas empresas necesitan mantener unos estándares de calidad elevados. Garantizar la calidad no solo es una cuestión de normativa, sino que incrementa la satisfacción de los clientes, accionistas y empleados, logrando que la organización sea más competitiva.

El Departamento de Calidad es el equipo que se encarga y se responsabiliza de verificar el cumplimiento de las políticas de la empresa. Adapta y aplica las normas y condiciones específicas de la organización a los productos o servicios que ofrece, para su adecuada supervisión.

¿Qué importancia tiene el departamento de calidad?

El departamento de calidad es el responsable del producto final que recibe el cliente. Debe verificar que los productos sigan los parámetros de calidad previamente establecidos. Por tanto, vela por el correcto funcionamiento de todos los procesos. Es así como trata de reducir costos y establecer los criterios indispensables para la revisión y aprobación de los procesos. Además se ha convertido en pieza clave de las grandes corporaciones, de las grandes empresas que reconocen la importancia de mejorar la calidad de sus productos y servicios para captar nuevos clientes y fidelizar a los antiguos.

Al contar con un departamento de calidad en una organización nos permite:

- Mejorar la satisfacción final del cliente para fidelizarlo y aumentar las ventas o las contrataciones de nuevos servicios.
- Dar respuesta automática a las sugerencias y críticas de nuestros clientes.
- Procesar de forma rápida y eficiente todos los datos que necesitan los responsables del departamento de calidad para tomar decisiones acertadas y rentables.

b). Implantación de un Sistema de Control

Antes de establecer un sistema de control se requiere:

- Contar con objetivos y estándares que sean estables.
- Que el personal clave comprenda y este de acuerdo con los controles.
- Que los resultados finales de cada actividad se establezcan en relación con los objetivos.
- Evaluar la efectividad de los controles: eliminando aquellos que no sirven, simplificándolos y combinándolos para perfeccionarlos.

2.2.2.7 Factores de la gestión de calidad en las Mype.

Santamaria (2017) menciona los factores fundamentales que permite el desarrollo de la gestión de calidad.

2.2.2.7.1 Liderazgo

Es el conjunto de característica que debe poseer la persona responsable del proceso de gestión de calidad, el cual debe orientar las acciones y coordinar al grupo en búsqueda de logro de los objetivos. Debe poseer las siguientes características como:

- **Capacidad para tomar decisiones**, tener la habilidad para analizar y evaluar las diferentes posibilidades o alternativas existentes para tomar una buena decisión en beneficio de dicha organización.
- **Habilidades gerenciales para involucrar a las personas**; tener capacidades y conocimientos para realizar actividades de administración, liderazgo en el rol del gerente o director de una organización.
- **Compromisos con la organización**; el compromiso que tienen los colaboradores con la organización es indispensable para lograr las metas. Todo ejecutivo en cargo de responsabilidad, anhela que los trabajadores entreguen un máximo desempeño, estén dispuestos a hacer horas extras si es necesario y además estén contentos con su trabajo.

2.2.2.7.2 Gestión de recursos humanos

La participación del personal y el conocimiento que se tiene empresa es importante, ya que estos son los actores que participaran activamente en el alcance de los objetivos. Por lo que este factor agrupa las variables que deben ser consideradas para obtener una participación del personal.

- **Capacitación del personal;** permite mejorar los conocimientos, habilidades o conductas y actitudes del personal.
- **Conocimiento de la cultura organizacional;** permite detectar problemas en los grupos de trabajo, o formar equipos con una ideología positiva y clara para el buen funcionamiento de la compañía.
- **Compromiso con la organización / trabajo en equipo;** los individuos que forman parte de la organización se deben comprometen en realizar las actividades asignadas en equipo para lograr los objetivos.

2.2.2.7.3 Planificación estratégica

Representa el establecimiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo, así como el plan de acciones que se debe seguir para lograrlos.

- **Establecimiento de objetivos;** deben ser elaborados con participación del personal.
- **Diseño de estrategias acorde con la situación;** se utiliza la estrategia adecuada para resolver los problemas presentados en la organización
- **Capacidad de reorientar las estrategias;** persona encargada tiene la habilidad de dirigir las estrategias que se implementan para resolver las diferentes situaciones presentadas en la organización.

2.2.2.7.4 Mejora continua, desarrollos de nuevos productos e innovación

Considera el proceso de mejorar que se deben realizar en los procesos para disminuir desperdicios y aumentar su eficiencia y eficacia, así como el desarrollo de nuevos procesos

o mejoras significativas de los productos que le permitan superar las expectativas de los clientes.

- Desarrollar programas innovadores para el proceso de mejora en la organización.
- Desarrollo de productos considerando las expectativas de los clientes.
- Capacidad de introducir innovaciones a los productos y procesos productivos.

2.2.2 Competitividad

2.2.2.1 ¿Quién es un competidor?

Competidor es la persona que está en los mercados ofreciendo un producto y /o servicio de buena calidad, utilizando las estrategias adecuadas y eficientes para que los clientes se sientan contentos y satisfechos, ya que esa manera le permitirá generar más utilidades y se diferencie de los demás.

Jaramillo (S.f) afirma que: “Un competidor es aquel que produce y/o vende un producto o servicio igual o muy parecido que ofrece otra empresa” (p.3).

Ser competitivo es ser siempre positivos, confiar en nosotros mismos, para ser mejores cada día obteniendo nuevos conocimientos y así tener un desarrollo tanto personal como profesional.

Mora (2009) dice que la globalización nos ha mostrado que la competitividad desempeña un rol determinante en la vida económica de cada país y como aquellas micro y pequeñas empresas que se han preparado para ello han logrado desarrollarse, conquistar mercados y permanecer en ellos. El rol a desempeñar un pro de la competitividad involucra una verdadera cohesión del estado y las empresas, además de saber aprovechar adecuadamente sus recursos sobre todo contar con un personal altamente capacitado, adaptado a las exigencias que los actuales escenarios demandan. (p. 4)

2.2.2.3 Definición de Competitividad

Competencia es el desafío de varios micros y pequeñas empresas que venden o prestan el mismo producto y/o servicio.

Así como también la competencia es una herramienta que les permite y les incentiva a las empresas a luchar de forma independiente para lograr el éxito con la mayor cantidad de clientes.

Además la competencia se define como la habilidad que una empresa tiene para tener un crecimiento constante en cuanto a la capacidad de diseñar, producir y comercializar los productos o servicios que ofrece.

Hernandez (2000) define a la competitividad como: “La capacidad de las empresas para vender más productos y servicios, manteniendo y aumentando su participación en el mercado, teniendo en cuenta los estrategias y formas, siendo esenciales para aumentar la competitividad internamente como externamente” (p. 23).

Sin embargo Musik & Murrillo (S.f) define que la competitividad es: “La capacidad de crear un entorno que favorezca el crecimiento sostenido de la productividad y que se refleje en niveles de vida más elevados de la población” (p.15).

Por otro lado Biasca , Rodolfo , & Marcelino (2006) dice que la competencia es algo que debe entenderse en los momentos actuales de forma más profunda y amplía a como se expresaba anteriormente. Competir no sólo es ganar, al contrario, es tener nivel suficiente dentro de las exigencias que hoy pide el mundo de los negocios: tener competencia. Para ello hay que conocer las exigencias de cada época y su evolución para acomodarse al cambio: pero dirigir el cambio es una de las artes de los negocios más difíciles y más necesarios en el momento actual. (Biasca et al., p.73)

2.2.2.4 Estrategias para mejorar la posición competitiva de su empresa.

Las estrategias son esenciales porque le permite a la empresa hacer frente a las amenazas competitivas y mantener la cuota de mercado como base para el mantenimiento de la rentabilidad a corto y largo plazo, como también permite atraer capital esencial para lograr un buen rendimiento.

Las estrategias se definen como el conjunto de características internas que la empresa tiene que desarrollar para obtener y reforzar una posición superior respecto a las empresas competidoras del mismo sector. Maniviesa, (S.f)

2.2.2.4.1 Diferenciarse de la competencia

La innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios es imprescindible si pretende mantenerse y posicionar la marca en el mercado. Lograr un valor añadido en el producto o servicio es esencial para conseguir la diferenciación respecto al resto de la competencia.

Diferenciarse de la competencia es algo más que fijarse en la competencia y reaccionar a sus lanzamientos de nuevos productos o servicios, sino hacer las cosas de forma diferente pero no por el placer de buscar otro camino, sino por poner nuestro foco en otra cosa. Implica comprender el alma del producto o servicio que vendemos, y para eso debemos primero entender los problemas (no las necesidades expresadas) de los clientes y construir sobre ellos.

2.2.2.4.2 Satisfacción del cliente

La satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo.

La satisfacción que un cliente siente al respecto de un producto o servicio que consume porque cumple con sus demandas y expectativas.

Es decir, se trata de la conformidad del cliente con el producto o servicio que compró, ya que el mismo cumplió satisfactoriamente con la promesa de venta oportuna. Cabe destacar, que la satisfacción del cliente es el resultado directo entre la comparación del rendimiento percibido en el producto o servicio con las expectativas que presentaba.

La cuestión de la satisfacción del cliente resulta ser una de las metas comerciales a las cuales cualquier empresa que comercializa productos y servicios debe aspirar, dado que el cumplimiento de la misma será determinante para que el cliente vuelva a elegir el producto,

reincida en la compra del mismo o hasta lo recomiende a sus amigos y familiares porque siente que lo ha satisfecho.

Cuando un producto o servicio cumple con aquello que promete y encima ofrece un precio razonable para el consumidor, éste, no dudará a la hora de volver a inclinarse por él y ni hablar si el mismo excede en demasía lo que se esperaba de él, tal situación hará que el cliente se convierte en absoluto fanático y no solo siga comprando el producto o servicio sino que además lo recomendará a su entorno.

Entonces, satisfacer correctamente al cliente sin lugar a dudas se erige como la clave del éxito comercial de una empresa, por tanto, el departamento de marketing, encargado de utilizar las herramientas de marketing como sondeos, encuestas, estudios de mercado siendo medios para conocer el grado de satisfacción del cliente y la manera para incrementarla.

Se trata de buscar las necesidades reales del mercado e incluso de crear nuevas, lo que convierte a la empresa en líder en su segmento de mercado.

2.2.2.4.3 Conocimiento

El empleado trabajador debe tener la experiencia, los estudios, el conocimiento específico sobre una actividad o producto que ofrece son una fuente de ventajas sostenibles, y mejor aún si ese conocimiento está patentado o registrado de alguna forma, y se transmite a todos los integrantes que conforman las Mype.

2.2.2.4.4 Reducción de costos

La reducción de costes es una de las alternativas más utilizadas por las empresas. Aunque es una estrategia que se presupone si se desea mejorar la competitividad, nunca puede ser la única opción, ya que, a largo plazo, no asegura siquiera la supervivencia de la organización.

2.2.2.4.5 Internacionalización

La búsqueda de nuevos mercados, menos maduros que el doméstico, supone, más aún con la actual crisis económica, una vía para alcanzar una mayor competitividad. Aunque en

ocasiones puede ser complicado posicionar el producto o servicio por el desconocimiento del entorno y del mercado, hoy en día supone más una obligación que una posible alternativa.

2.2.2.4.6 Tecnologías de Información

El uso de las tecnologías de información (TIC) como herramientas para la mejora de la productividad es, en la actualidad, una necesidad creciente, tanto para la optimización de los procesos internos de logística, distribución, etc..., como instrumentos de marketing y comunicación.

2.2.2.5 Formas para incrementar la competitividad

La productividad, la calidad y los costos constituyen lo que ha dado en llamarse "las tres dimensiones de la competitividad". La experiencia indica que para alcanzar el éxito se necesita, como condición previa, un verdadero cambio de mentalidad del empresario. Anónimo (2005) indica las estrategias esenciales para aumentar la competitividad.

2.2.2.5.1 Capacidades de ventas

Una adecuada orientación al mercado y al cliente junto con buenas capacidades de marketing se convierte en elementos diferenciadores para las empresas, ayudándolas a adquirir una mayor agilidad y capacidad de respuesta a los cambios del entorno. Disponer de un departamento de ventas (marketing), contar con información actualizada de mercado y de los clientes, controlar los canales de venta, promociones, publicidad, atención al cliente, etc. son todos elementos que permiten a la empresa alcanzar importantes ventajas competitivas de mercado frente a los competidores.

- **Ventas:** Es importante que el personal tenga mayor experiencia en ventas, ya que las ventas son el fin último de todas las empresas. Si una empresa no vende, aunque tenga el sistema de un bien o derecho, a cambio de producción más eficiente, no sobrevivirá. Por esto, el fin último de cualquier negocio debe ser satisfacer al cliente.

- **Publicidad:** La publicidad es una forma de comunicación social por medio de la cual se da a conocer un producto o servicio. La publicidad se ha vuelto unas de las formas para incrementar las ventas, sobre todo en determinados productos donde la gente busca comprar marcas. Sin embargo, una buena publicidad solamente será efectiva si es apoyada por un producto y/o servicio de calidad.
- **Promociones:** Descuentos, cupones, acuerdos con bancos o tarjetas pueden marcar la diferencia.

2.2.2.5.2 Calidad

Los productos o servicios ofrecidos tienen que ser capaces de satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores. A este respecto, contar con un departamento de calidad, sistemas de información, medidas de control, etc. son soportes que contribuyen al fomento de la calidad, convirtiéndose en un claro elemento diferenciador.

La calidad de un producto o servicio no es lo que el productor introduce en el producto, sino lo que el consumidor obtiene del producto o servicio y por lo que está dispuesto a pagar. Los consumidores pagan sólo por lo que les sirve y les da valor; a esto se reduce la calidad. Lograr una alta calidad puede requerir desde cambios menores hasta una reorientación del mercado al que se dirige.

2.2.2.5.3 Capacitar al personal

El capital humano de su empresa es su recurso más importante, por esto es clave que sus empleados se capaciten constantemente y adquieran nuevos conocimientos que les permitan seguir desarrollando habilidades para realizar eficaz y eficientemente las tareas que les corresponden en su empresa. Capacitar a sus empleados le ayudará a tener un buen nivel de motivación, productividad, integración, compromiso y buena atención al cliente. Existen diferentes opciones de actualización y capacitación que le permitirán tanto a los directivos

como a sus empleados desarrollar mejor sus habilidades y competencias, en pro de aumentar la productividad de su negocio.

2.2.2.6 Importancia de la competitividad en las Mypes.

La competitividad empresarial es parte importante para las Mypes, ya que de esa manera pueden estar comprometidas con sus clientes a dar el mejor servicio o productos y cada vez mejorarlo. Además para lograr esto se necesita que la organización tenga un departamento de recursos humanos, siendo parte fundamental y pueda tener una buena dirección y control de cada situación que pase en el interior o exterior de la empresa.

Los recursos humanos es la encargada de la capacitación, el reclutamiento o selección del personal, parte importante para la productividad o servicio que se quiere dar la organización, por ello es necesario saber contratar el personal adecuado y la experiencia necesaria para que pueda laborar de manera eficiente en la empresa. (Aznar, 2018, p. 2)

El objetivo principal de la competitividad es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios.

La competitividad empresarial es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización. Realizar el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) permite obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corregir carencias que puedan afectar su estabilidad a corto medio o largo plazo dentro del mercado.

Una empresa es competitiva en el mercado global cuando sus productos han sido hechos pensando en el cliente, con la confiabilidad y duración especificadas garantizadas, y con un eficiente servicio de mantenimiento posventa; son aquellos productos cuyos precios corresponden a la franja de mercado estimada, los que tienen calidad certificada, los que

entregan oportunamente, los que influyen innovaciones fruto del conocimiento y la tecnología y que son vendibles en el mercado.

El aumento de la productividad, es el camino que deben seguir las empresas para lograr un crecimiento sostenible que les permita el fortalecimiento y la expansión hacia nuevos mercados. Éste puede darse gracias a mejoras tecnológicas y técnicas y mejor aprovechamiento de los recursos, que permitan generar la mayor cantidad de bienes en el menor tiempo posible y con un mínimo de errores; y además tener una función de costos inferior o suficientemente competitiva en comparación con las demás empresas competidoras, con el fin de maximizar beneficios.(p. 4).

III. HIPOTESIS

En este informe de investigación no se plantea hipótesis, porque es una investigación descriptiva, donde los trabajos descriptivos no parten de una hipótesis explícita, si no de preguntas de investigación que actúan como herramientas orientadoras de todo el proceso investigativo y redacción del informe. Según Wynarczyk (2001)

IV. METODOLOGIA

4.1 Diseño de la investigación

La investigación es de tipo descriptivo porque reseña rasgos, cualidades o atributos de la población objeto de estudio. Es decir medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. En el caso de esta investigación se buscó encontrar las características de la gestión de calidad y competitividad en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, Año 2018.

Borda , Tuesca , & Navarro (2013) indica que “los trabajos de investigación es de tipo descriptivo, porque narra de manera ordenada de los resultados de las observaciones efectuadas sobre diferentes situaciones de acuerdo a las variables de estudio” (Borda et al., p.11).

La investigación es de nivel cuantitativo, porque se recopiló y analizó los datos obtenidos de distintas fuentes sobre las variables en estudio de una manera objetiva y así identificar los factores importantes que deben ser medidos. Como también implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener eficientes resultados en base a las variables en estudio.

Porta & Silva (2015) indica que “una investigación es de nivel cuantitativo, porque permite cuantificar y medir mediante procedimientos estructurados, con el fin de generalizar los resultados a nivel estadístico” (p.9).

El diseño utilizado en esta investigación es no experimental – Corte Transversal:

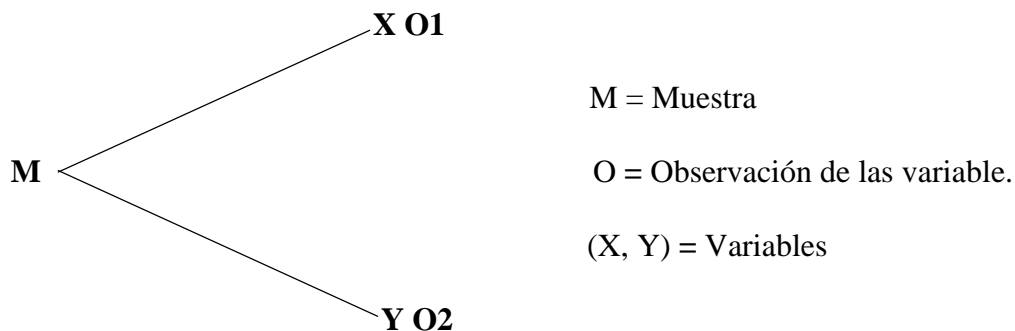
No experimental, porque es una investigación sistemática y empírica en que las variables independientes no se manipulan por que ya han sucedido.

Cesar & Cavazos (2015) dice que “el estudio es no experimental porque se involucra la observación de fenómenos tal y como se da en el contexto natural, para después analizarlos, de

manera que no se constituye ninguna situación, más bien se observan situaciones ya existentes”. (p.14)

Transversal, porque se describen los hechos en un solo tiempo y espacio.

Donde Heinemann (2003) afirma que los estudios de corte transversal, se recopilan los datos una sola vez en un momento determinado (llamado por eso también análisis puntual y sincrónico).



4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población:

“Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”

P1: Para las variable “Gestión de Calidad” según la investigación y recolección de datos la población está conformada por los gerentes de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana. Por lo tanto se considera una población finita porque se conoce la población, según Hernandez , Fernandez , & Baptista (2014)

P2: Para la variable “Competitividad”, la población es de carácter exterior, es decir, la población está conformada por los clientes, ya que son ellos los que dieron su opinión respecto a la variable. La misma que se considera infinita, según Hernandez , Fernandez , & Baptista , (2014)

4.2.2 Muestra:

“Es la parte representativo de la población. Se caracteriza por ser objetiva y reflejo fiel del universo (población), de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población.

M1: La muestra para la variable “Gestión de calidad”, se tomó una muestra de 15 Mype dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana por ser una población finita.

Según Hernandez , Fernandez , & Baptista (2014), afirma que cuando una población es menor a 50 no requiere la aplicación de la fórmula estadística.

Donde $n = 15$

Cuadro 1 : Lista de Mypes en estudio (Venta de Muebles)

Cantidad	Año de Inscripción	Contribuyente	Razón social	Ruc	Dirección
1	20/01/2011	Reynaldo Business Totales E.I.R.L	Reynaldo Business Totales E.I.R.L	20526295511	Calle Ignacio Merino N° 283 Sullana
2	09/04/2007	Moreto de Acha Amelia	Representaciones Karina	10034972775	Cal.siete nro. 132 buenos aires Piura - Sullana - Sullana
3	02/03/2009	Olivares Mogollón Luz Adela	Créditos La Economía	10035840309	A.H. El Obrero- Augusto B. Leguía 509 Mz, G4 L04
4	08/11/2000	Talledo Torres Guido Gerardo	Representaciones Talledo	10026513842	Centro De Sullana- Bernardo Alcedo 0 Mz 59 L1a
5	08/04/2011		Servicios generales "B R & J" S.R.L.	20526359934	Int. 1 cercado urbano Sullana Piura - Sullana - Sullana
6	30/11/2018	Ruiz Rentería Eduardo	Carpintería Metálica	10414638169	A.H.Santa Teresita- Buenos Aires 640
7	04/08/2011	Sánchez De Carrillo Gloria Elvira	Negocios Gloria	10036797644	A.H.El Obrero- Buenos Aires 808
8	22/09/2017	Aguilar Navarro Jorge Luis	Comercial Cristina	10445573979	Centro De Sullana- Bolognesi 205
9	25/01/2016	Ordinola Garrido Mario Sergio Alejandro.	Fabri muebles Metálica	10467686025	Cent.Pob.Barrio Buenos Aires- Dos 415
10	28/12/2013	Bautista Sánchez Carlos Alberto	Comercial Mendoza	10174485521	Centro De Sullana- De Lama, José 344 Sub L-B
11	22/06/2012	Alvarado Álamo Velia Soledad	Comercial María Alejandra	10036810560	Centro De Sullana- Ignacio Merino N° 225 Sullana
12	18/11/2014	Zapata Villegas David Daguer	Comercial "estrella"	10467772428	Cal.ignacio merino nro. 239 centro Sullana Piura - Sullana - Sullana
13	11/02/2011		Mueblería y decorativos m & S S.R.L	20526313276	Cal.ignacio merino nro. 275 cercado urbano Sullana Piura - Sullana - Sullana
14	17/07/2008	Montalbán Berru Manuel Jesús	"Comercial Montalbán"	10028424103	Cal.ignacio merino nro. 255 cent Sullana Piura - Sullana - Sullana
15	26/08/1997		Aceros muebles abad EIRL	20398401621	Call. José de Lama nro. J Int. 09 urb. Ramiro

M2: Para la variable “Competitividad”, la muestra está conformada por los clientes, por lo cual se considera una población infinita al no saber el número exacto de unidades del que está compuesta la población. Por lo tanto se aplica la siguiente fórmula:

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

Fuente: Hernandez , Fernandez , & Baptista (2014)

n = ? tamaño de la muestra

z = nivel de confianza 95% = 1.96

p = porcentaje de la población que tiene el atributo deseado 50% = 0.5

q = porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado 50% = 0.5

e = error de estimación máximo aceptado. 5% = 0.05

Reemplazamos datos:

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5) * (0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * (0.5) * (0.5)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9684}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra calculada para la variable competitividad es de 384.16

4.3 Criterios de inclusión y exclusión

4.3.1 Inclusión

Para las variable “Gestión de Calidad”, se considera a los gerentes de las MYPE dedicadas a la venta de muebles con más de un año de antigüedad, que disponen Ruc, licencia de funcionamiento y con un puesto fijo en la ciudad de Sullana.

Para la variable “Competitividad” se considera a los clientes, por lo tanto se consideró sujetos de inclusión a clientes de ambos sexos, con un rango de edad entre 18 a 65 años, que se muestren participes de colaborar en la investigación a realizar.

4.3.2 Exclusión

Para las variables de “Gestión de calidad”, se excluye a las MYPE dedicadas a la venta de muebles con menos de cinco años de antigüedad, que no disponen Ruc, ni licencia de funcionamiento en la ciudad de Sullana.

Para las variables de “Competitividad” se excluye a clientes menores de edad, y aquellos que no tengan voluntad de brindar información.

4.4 Definición y Operacionalización de las variables.

Matriz de operacionalización de la variable Gestión de Calidad

Variable	Definición	Dimensiones	Sub dimensión	Indicadores	Ítems o preguntas	Escala de dimensión		Instrumento
GESTION DE CALIDAD	Udaondo (2014) define la gestión de calidad como el conjunto de actividades coordinadas que se despliegan de la función general de la dirección, enfocadas a determinar e implantar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; teniendo en cuenta los elementos y factores que se establecen por medio de la planificación, control, aseguramiento y mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión, incluyendo la planeación estratégica, asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad.	Elementos del proceso administrativo	Planeación de calidad	Objetivos	¿La empresa define sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad?	Si	No	CUESTIONARIO
				Políticas	¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen?	Si	No	
				Programas	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	Si	No	
			Organización de calidad	Organigrama	¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	Si	No	
			Dirección de calidad	Comunicación	¿Mantiene una buena comunicación con sus colaboradores?	Si	No	
				Supervisión	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	Si	No	
			Control de calidad	Departamento	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	Si	No	
				Sistema de control	¿Cuenta con un sistema de control de calidad de la empresa?	Si	No	
		Factores	Liderazgo	Tomar decisiones	¿La persona responsable tiene la capacidad para tomar buenas decisiones?	Si	No	
			Gestión de Recursos Humanos	Trabajo en equipo.	¿Realizan en equipo las actividades asignadas?	Si	No	
			Planificación Estratégica	Objetivos	¿Participa el personal en la elaboración de los objetivos?	Si	No	
			Mejora Continua	Desarrollo de nuevos productos	¿La empresa vende productos de acuerdo a las expectativas de los clientes?	Si	No	

Matriz de operacionalización de la variable Competitividad

Variable	Definición	Dimensión	Sub dimensión	Indicadores	Ítems y/o preguntas	Escala de dimensión		Instrumento
COMPETITIVIDAD	Hernández (2000) define a la competitividad como: “La capacidad de las empresas para vender más productos y servicios y de mantener y aumentar su participación en el mercado, teniendo en cuenta los estrategias y formas, siendo esenciales para aumentar la competitividad internamente como externamente”	Estrategias	Diferenciarse de la competencia.	Innovación	¿Cree usted que los productos que ofrecen las Mypes son innovadores?	Si	No	CUESTIONARIO
			Satisfacción del cliente.	Producto	¿Se siente satisfecho con el producto que adquiere?	Si	No	
			Conocimiento	Trabajador	¿El trabajador conoce sobre el producto que ofrece?	Si	No	
			Reducción de costos	Precios	¿Le parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia?	Si	No	
			Internacionalización	Nuevos mercados	¿Cree usted que las Mypes buscan nuevos mercados a nivel internacional?	Si	No	
			Tecnologías de información.	Herramientas	¿Cree usted que las Mype hacen uso de las tecnologías de información?	Si	No	
		Formas	Capacidad de ventas	Ventas	¿Usted percibe que el personal tiene experiencia en la venta del producto?	Si	No	
				Publicidad	¿Las Mype realizan publicidad para dar a conocer su producto?	Si	No	
				Descuentos	¿Realiza descuentos a los clientes que adquieren el producto?	Si	No	

			Calidad	Producto	¿Las Mype les ofrecen productos de buena calidad?	Si	No
			Capacitar al personal	Atención	¿Usted está a gusto con la atención que le brinda el personal?	Si	No

4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

4.5.1 Técnicas

Según Lococho (S.f) las técnicas son el conjunto de mecanismos, medios, y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir los datos en una investigación determinada. Por lo tanto, para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta tomando una muestra de la población objetivo.

Encuesta: Se realizó una encuesta dirigida a los gerentes y clientes con el objetivo de obtener información respecto a Gestión de Calidad y Competitividad de las Mype dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018.

4.5.2 Instrumentos

Para Lococho (S.f) afirma que los instrumentos en una investigación es un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, que permite registrar la información recolectada y facilitan la toma de decisiones y cálculos estadísticos. Se aplicó un cuestionario para la recolección de la información de la investigación, siendo la única forma posible de relacionarse con un gran número de personas para conocer varios aspectos de las variables en estudio y las preguntas estandarizadas pueden arrojar datos más confiables.

Cuestionario: Se hizo uso de un cuestionario estructurado de 23 preguntas cerradas para los diferentes gerentes de las Mype y clientes que acuden frecuentemente a las diferentes empresas del rubro venta de muebles, con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar el informe de investigación acerca de la gestión de calidad y competitividad de estas.

4.6. Plan de análisis

Para Alarcon & Guitierrez (S.f) el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar, El software a usar en el procesamiento, El nivel de significancia fijado para las pruebas estadística.

Se recogió los datos mediante la técnica (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleó el programa de hojas de cálculo Excel 2013, luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos obtenidos por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que fue revisado por el programa SPSS y validado (con el método juicio del experto) por especialistas, lo cual permitió dar conclusiones viables a cada uno de los objetivos planteados.

4.7 Matriz de consistencia.

Matriz de Consistencia

“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE MUEBLES EN LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018”.					
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, Año 2018?</p>	General:	GESTIÓN DE CALIDAD.	Población:	Tipo de Investigación: Descriptivo.	CUESTIONARIO
	Describir las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles de la ciudad de Sullana - Año 2018.		P1. Se considera finita, por lo tanto está conformada por los gerentes de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana.		
	Específicos:		P2. Se considera infinita, la cual está conformada por los clientes de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana.		
	1.- Identificar los elementos del proceso administrativo en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018.	Y	Muestra:	Nivel de Investigación: Cuantitativo	
	2.- Determinar los factores de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018.		M1: 15 gerentes de las micros y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, Año 2018.		
	3.- Identificar las estrategias de la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018.	COMPETITIVIDAD	AD	Diseño de la Investigación	
	4.-Determinar las formas de la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana - Año 2018.				
			No experimental		
			Corte Transversal		

4.8 Principios éticos

El CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN (VERSIÓN 001-2016), tiene como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad. Estos principios éticos tienen como base legal a nivel Internacional: el Código de Núremberg, la Declaración de Helsinki y la Declaración Universal sobre bioética y derechos Humanos de la UNESCO. Los principios éticos utilizados en este informe de investigación son los siguientes:

Protección a las personas: Las personas que brindaron información siendo el fin para llevar a cabo la investigación tienen el cierto grado de protección, respetando la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Justicia: Se tomaron las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. Además se trató equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Consentimiento informado y expreso: En esta investigación se contara con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el informe.

V. RESULTADOS

5.1 Interpretación de los resultados

5.1.1 Variable gestión de calidad.

Tabla N° 1

Objetivos de acuerdo a las políticas de calidad

¿La empresa define sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia)

Gráfico N° 1

Objetivos de acuerdo a las políticas de calidad

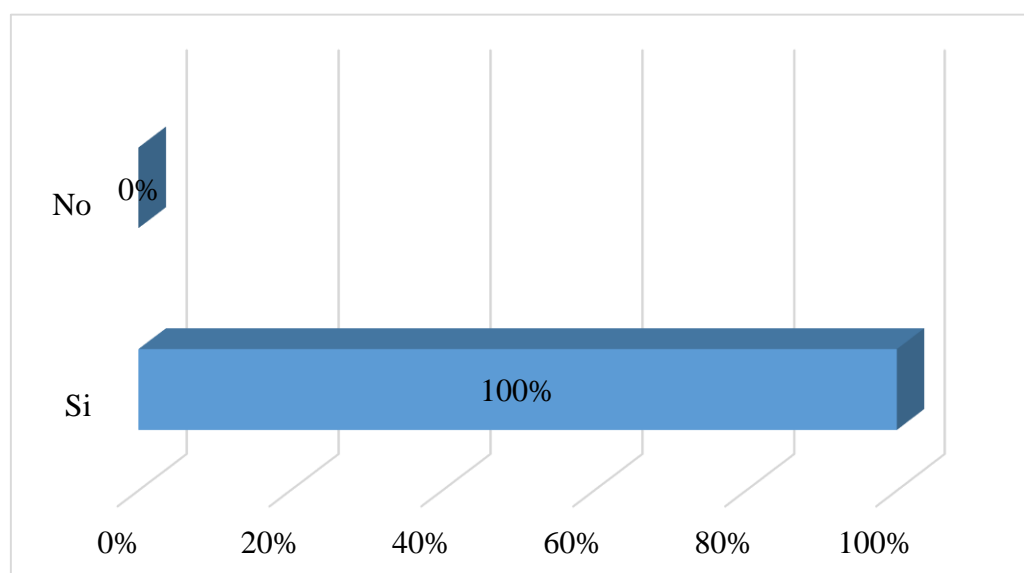


Figura 1: Gráfico circular sobre objetivos de acuerdo a las políticas de calidad.

Interpretación: En la Tabla N° 1 y en su respectivo Gráfico N° 1, se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad.

Tabla N° 2

Políticas de calidad

¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	8	53%
No	7	47%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio

(Elaboración propia)

Gráfico N° 2

Políticas de calidad

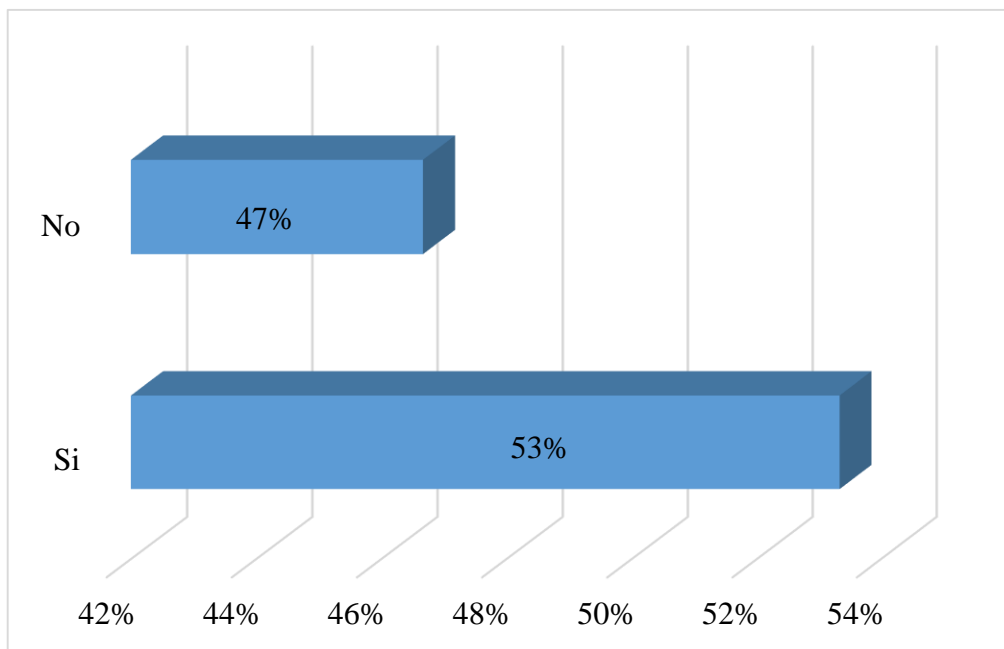


Figura 2: Gráfico circular sobre políticas de calidad.

Interpretación: En la Tabla N° 2 y en su respectivo Gráfico N° 2, se puede observar que el 53% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen, mientras que el 47% no cuentan.

Tabla N° 3

Programas para lograr los objetivos

¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	5	33%
No	10	67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia)

Gráfico N° 3

Programas para lograr los objetivos

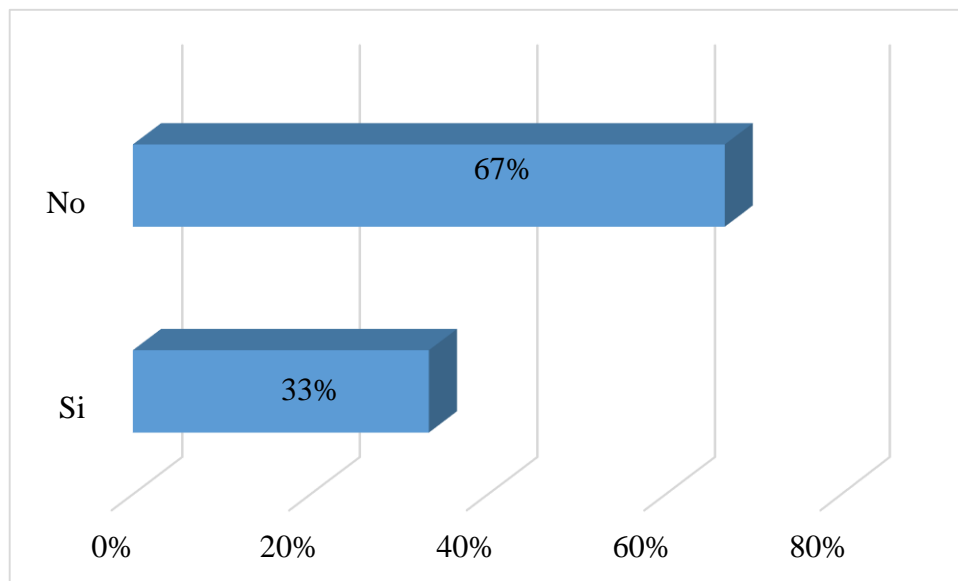


Figura 3: Gráfico circular sobre programas para lograr los objetivos.

Interpretación: En la Tabla N° 3 y en su respectivo Gráfico N° 3, se puede observar que el 33% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido, mientras que el 67% no establecen.

Tabla N° 4

Organigrama establecido y actualizado

¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	1	7%
No	14	93%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio

(Elaboración propia)

Gráfico N° 4

Organigrama establecido y actualizado

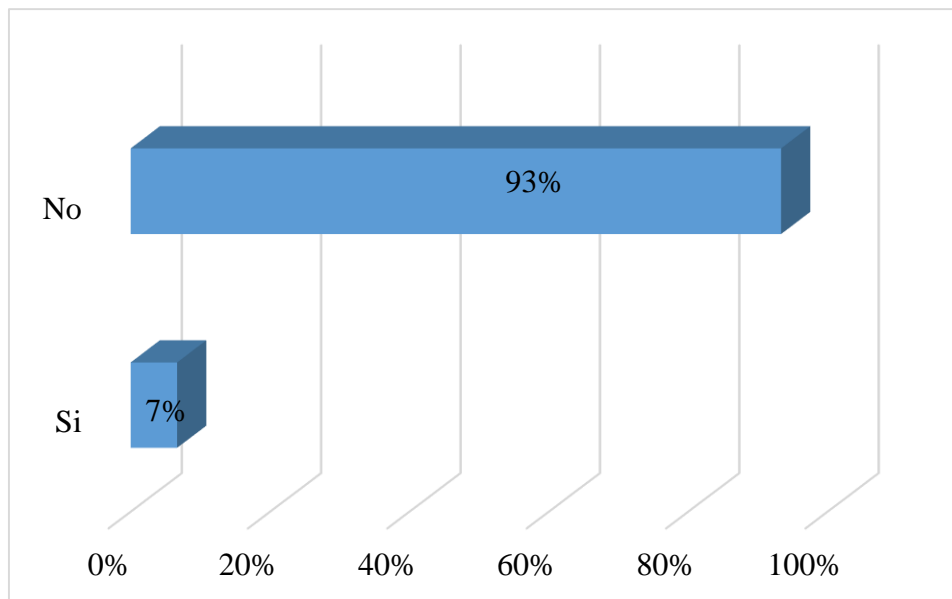


Figura 4: Gráfico circular sobre organigrama establecido y actualizado.

Interpretación: En la Tabla N° 4 y en su respectivo Gráfico N° 4, se puede observar que el 7% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si cuenta con un organigrama establecido y actualizado, mientras que el 93% no cuenta.

Tabla N° 5

Buena comunicación con sus colaboradores

¿Mantiene una buena comunicación con sus colaboradores?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	8	53%
No	7	47%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio

(Elaboración propia)

Gráfico N° 5

Buena comunicación con sus colaboradores

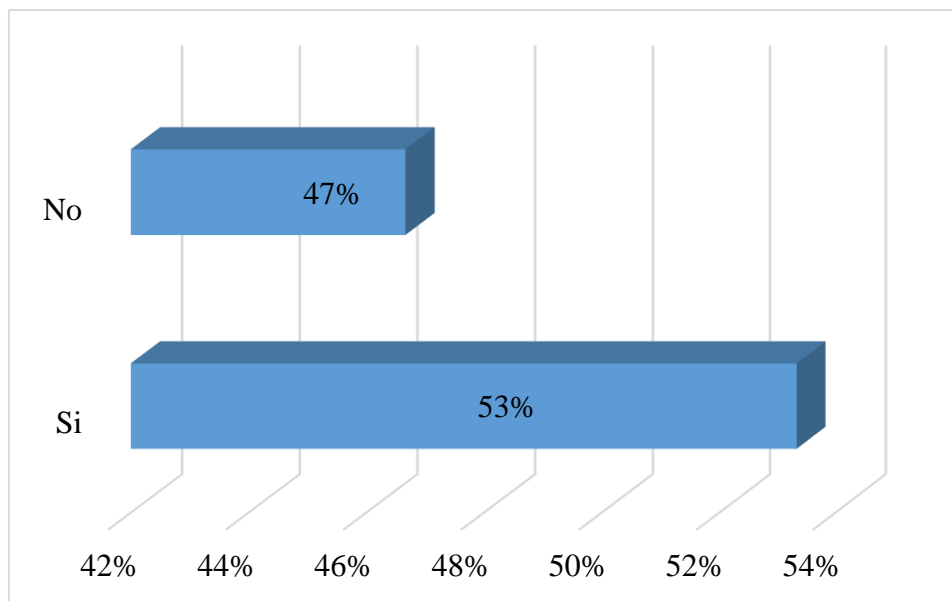


Figura 5: Gráfico circular sobre buena comunicación con sus colaboradores.

Interpretación: En la Tabla N° 5 y en su respectivo Gráfico N° 5, se puede observar que el 53% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si mantiene una buena comunicación con sus colaboradores, mientras que el 47% no mantienen.

Tabla N° 6

Actividades que realiza el personal

¿Supervisa las actividades que realiza su personal?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	6	40%
No	9	60%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia)

Gráfico N° 6

Actividades que realiza el personal

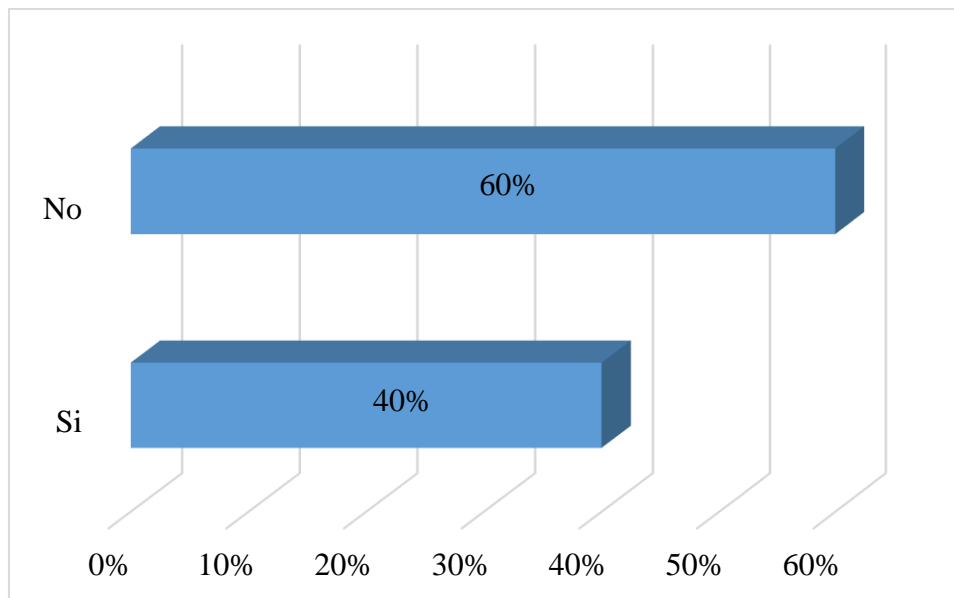


Figura 6: Gráfico circular sobre actividades que realiza el personal.

Interpretación: En la Tabla N° 6 y en su respectivo Gráfico N° 6, se puede observar que el 40% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si supervisan las actividades que realiza su personal, mientras que el 60% no supervisan.

Tabla N° 7

Control de calidad

¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia)

Gráfico N° 7

Control de calidad

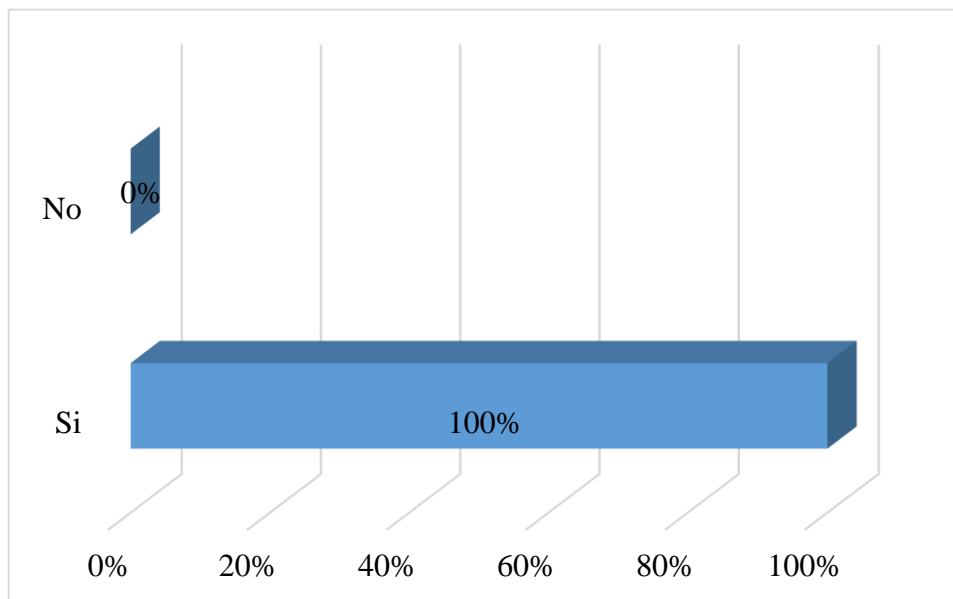


Figura 7: Gráfico circular sobre control de calidad.

Interpretación: En la Tabla N° 7 y en su respectivo Gráfico N° 7, se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa.

Tabla N° 8

Sistema de control de calidad

¿Cuenta con un sistema de control de calidad de la empresa?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	15	100%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia)

Gráfico N° 8

Sistema de control de calidad

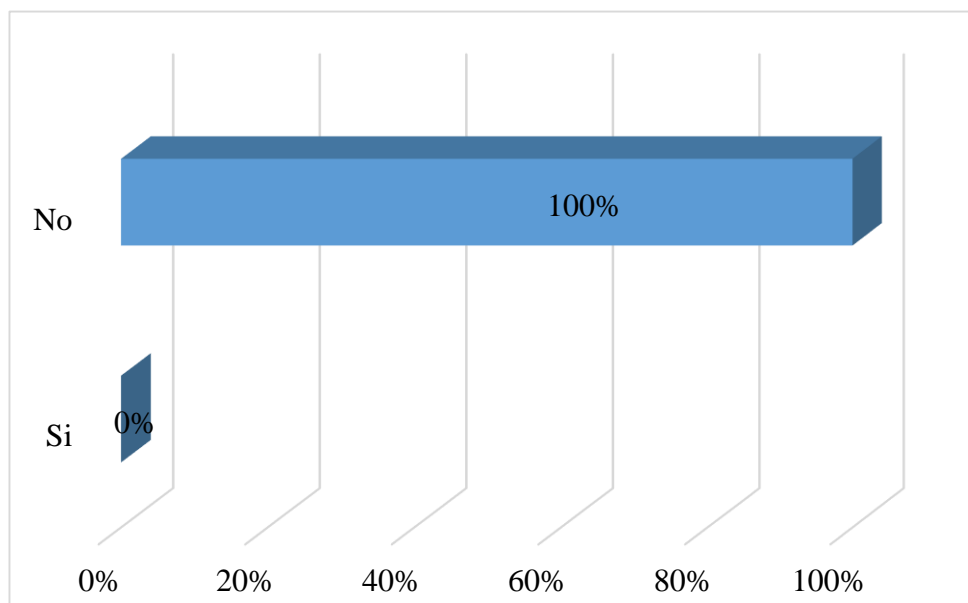


Figura 8: Gráfico circular sobre sistema de control de calidad.

Interpretación: En la Tabla N° 8 y en su respectivo Gráfico N° 8, se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype no cuentan con un sistema de control de calidad de la empresa.

Tabla N° 9

Tomar buenas decisiones

¿La persona responsable tiene la capacidad para tomar buenas decisiones?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia)

Gráfico N° 9

Tomar buenas decisiones

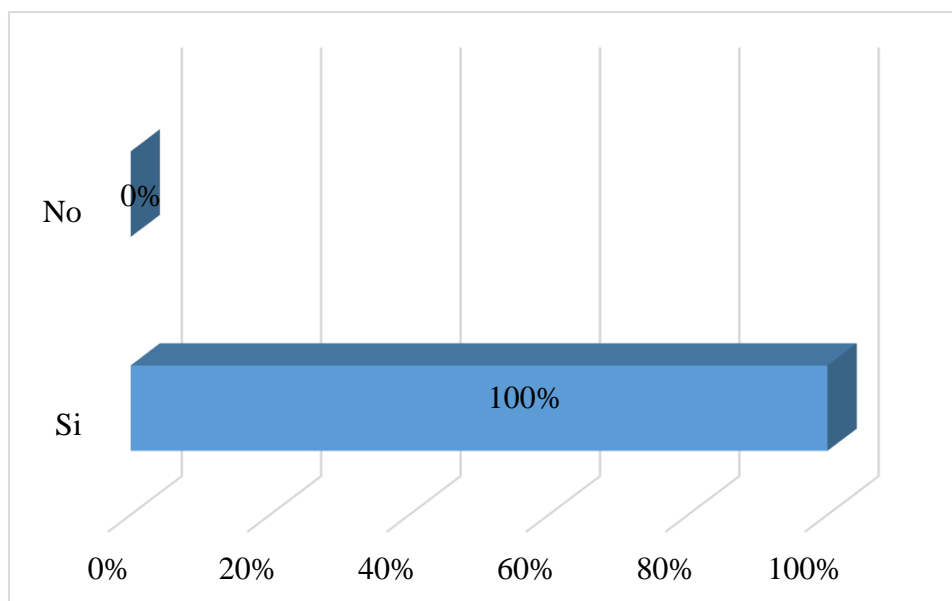


Figura 9: Gráfico circular sobre tomar buenas decisiones.

Interpretación: En la Tabla N° 9 y en su respectivo Gráfico N° 9, se puede observar que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype la persona responsable si tiene la capacidad para tomar buenas decisiones.

Tabla N° 10

Trabajo en equipo

¿Realizan en equipo las actividades asignadas?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	3	20%
No	12	80%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia).

Gráfico N° 10

Trabajo en equipo

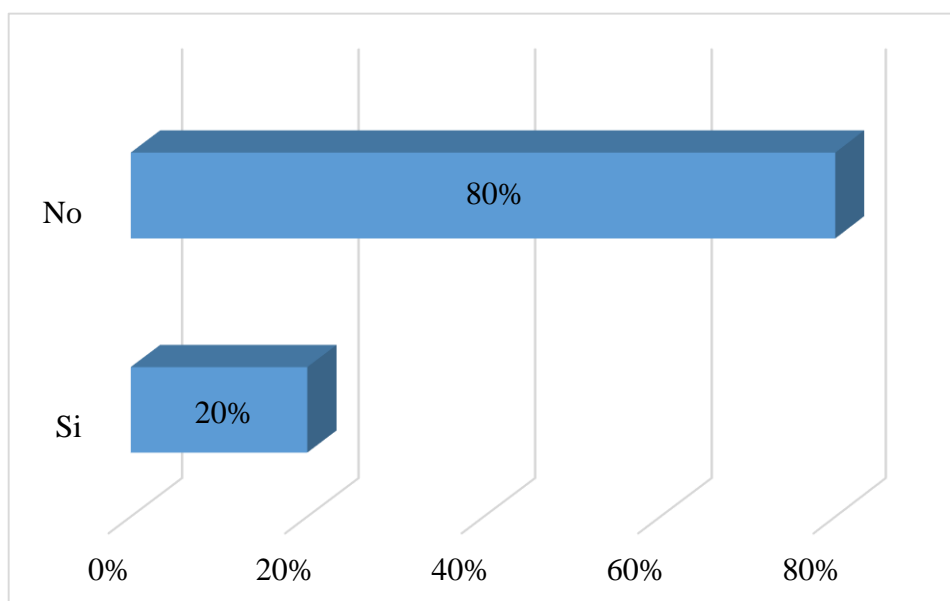


Figura 10: Gráfico circular sobre trabajo en equipo.

Interpretación: En la Tabla N° 10 y en su respectivo Gráfico N° 10, se puede observar que solo el 20% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si realizan en equipo las actividades asignadas, mientras que el 80% no realizan.

Tabla N° 11

Participación del personal

¿Participa el personal en la elaboración de los objetivos?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	5	33%
No	10	67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia).

Gráfico N° 11

Participación del personal

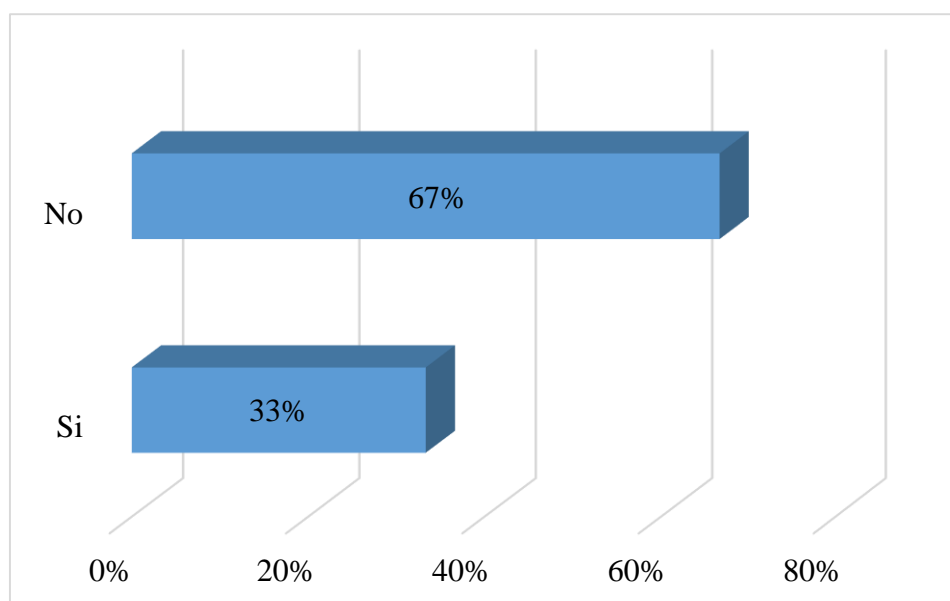


Figura 11: Gráfico circular sobre la participación del personal.

Interpretación: En la Tabla N° 11 y en su respectivo Gráfico N° 11, se puede observar que el 33% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si participa el personal en la elaboración de los objetivos, mientras que el 67% no son participes.

Tabla N° 12

Productos de acuerdo a las expectativas de los clientes

¿La empresa vende productos de acuerdo a las expectativas de los clientes?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	9	60%
No	6	40%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mype en estudio
(Elaboración propia).

Gráfico N° 12

Productos de acuerdo a las expectativas de los clientes

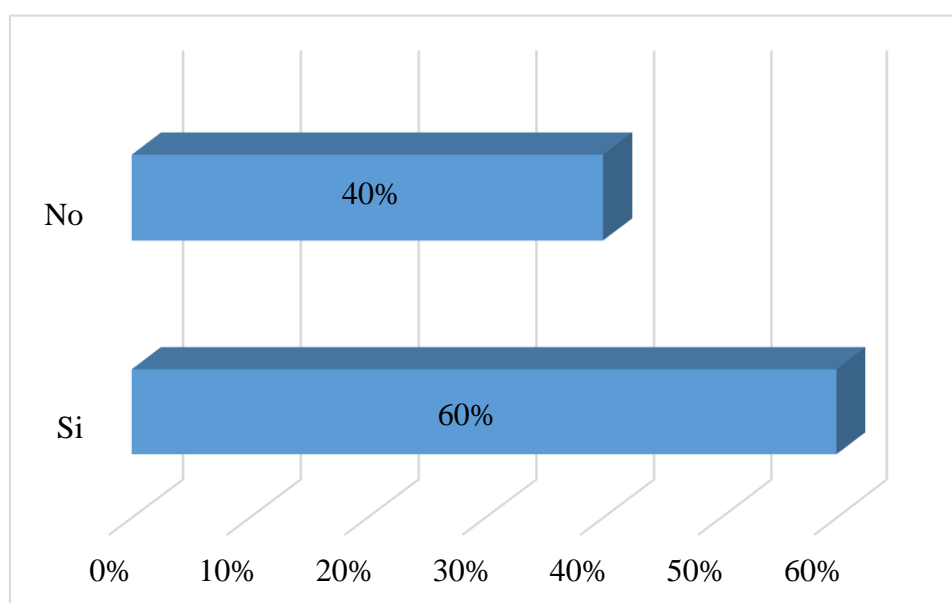


Figura 12: Gráfico circular sobre productos de acuerdo a las expectativas de los clientes.

Interpretación: En la Tabla N° 12 y en su respectivo Gráfico N° 12, se puede observar que el 60% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si venden productos de acuerdo a las expectativas de los clientes, mientras el 40% no venden.

5.1.2 Respecto a competitividad

Tabla N° 13

Productos innovadores

¿Cree usted que los productos que ofrecen las Mypes son innovadores?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	130	34%
No	254	66%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 13

Productos innovadores

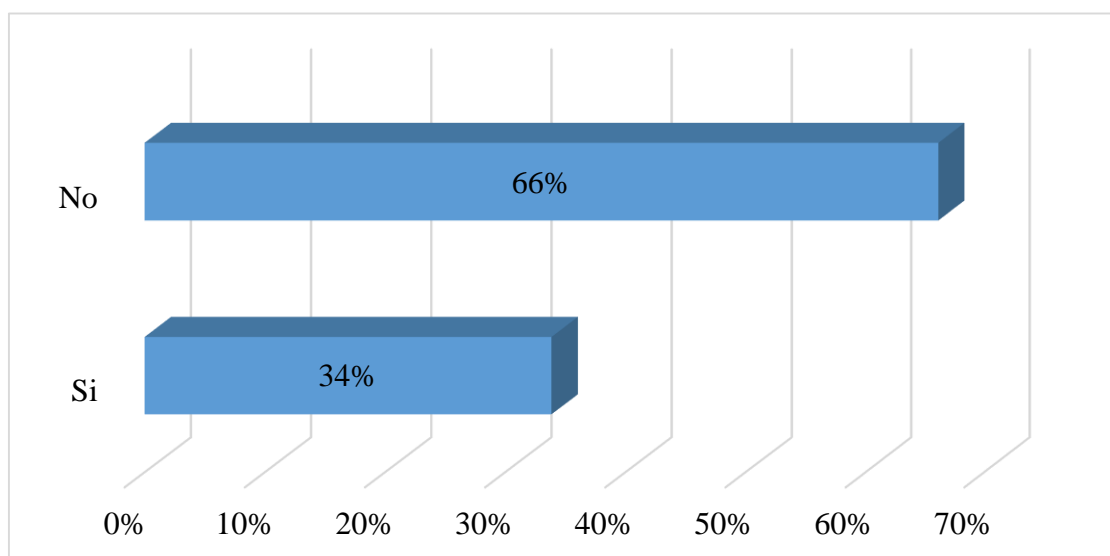


Figura 13: Gráfico circular sobre productos innovadores

Interpretación: En la Tabla N° 13 y en su respectivo Gráfico N° 13, se puede observar que el 34% de los clientes encuestados, creen que las Mype dedicadas a la venta de muebles ofrecen productos innovadores, mientras que el 66% no ofrece.

Tabla N° 14

Satisfacción

¿Se siente satisfecho con el producto que adquiere?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	224	58%
No	160	42%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 14

Satisfacción

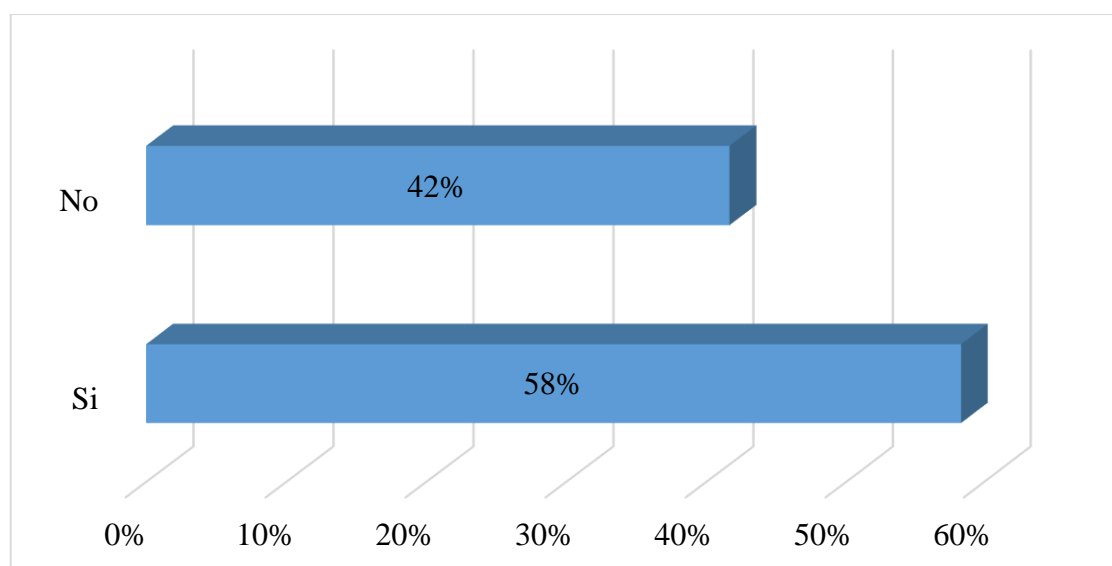


Figura 14: Gráfico circular sobre satisfacción del cliente.

Interpretación: En la Tabla N° 14 y en su respectivo Gráfico N° 14, se puede observar que el 58% de los clientes encuestados si se sienten satisfechos con el producto que adquiere, mientras que el 42% no se sienten satisfechos.

Tabla N° 15

Conocimiento del trabajador

¿El trabajador conoce sobre el producto que ofrece?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	300	78%
No	84	22%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 15

Conocimiento del trabajador

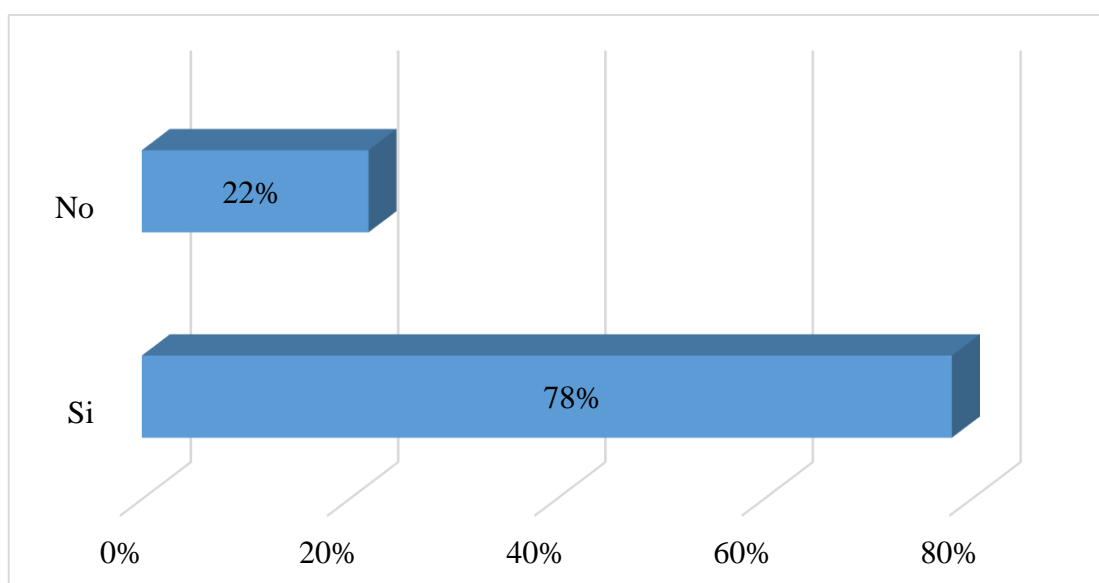


Figura 15: Gráfico circular sobre conocimiento del trabajador.

Interpretación: En la Tabla N° 15 y en su respectivo Gráfico N° 15, se puede observar que el 78% de los clientes encuestados manifiestan que los trabajadores si conocen sobre el producto que ofrecen, mientras que el 22% no conocen.

Tabla N° 16

Precios competitivos

¿Le parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	276	72%
No	108	28%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 16

Precios competitivos

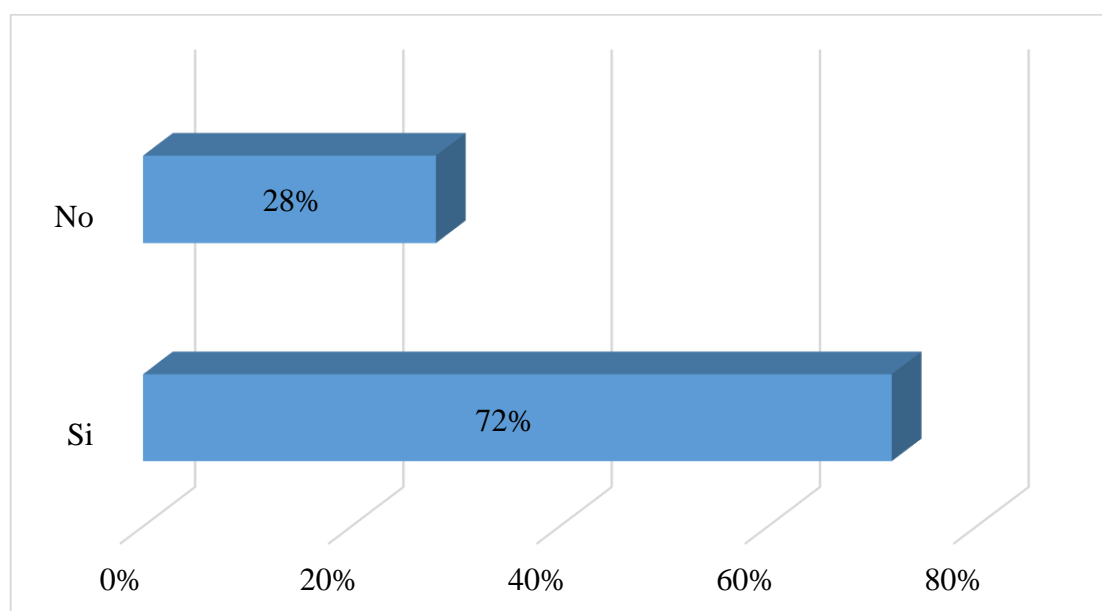


Figura 16: Gráfico circular sobre precios competitivos.

Interpretación: En la Tabla N° 16 y en su respectivo Gráfico N° 16, se puede observar que el 72% de los clientes encuestados les parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia, mientras que el 28% no les parece.

Tabla N° 17

Nuevos mercados

¿Cree usted que las Mypes buscan nuevos mercados a nivel internacional?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	384	100%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 17

Nuevos mercados

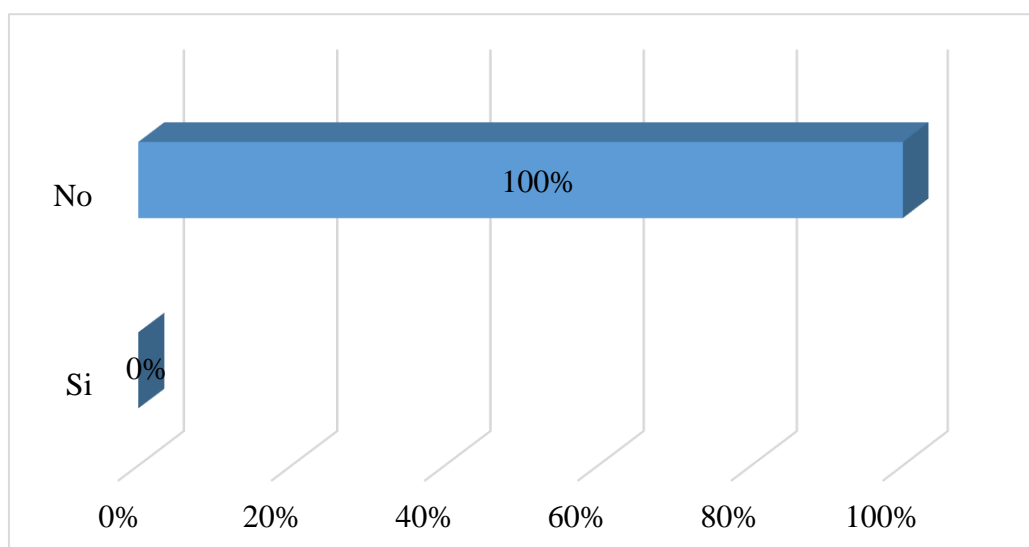


Figura 17: Gráfico circular sobre nuevos mercados.

Interpretación: En la Tabla N° 17 y en su respectivo Gráfico N° 17, se puede observar que el 100% de los clientes encuestados creen que las Mypes no buscan nuevos mercados a nivel internacional.

Tabla N° 18

Tecnologías de información

¿Cree usted que las Mype hacen uso de las tecnologías de información?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	84	22%
No	300	78%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 18

Tecnologías de Información

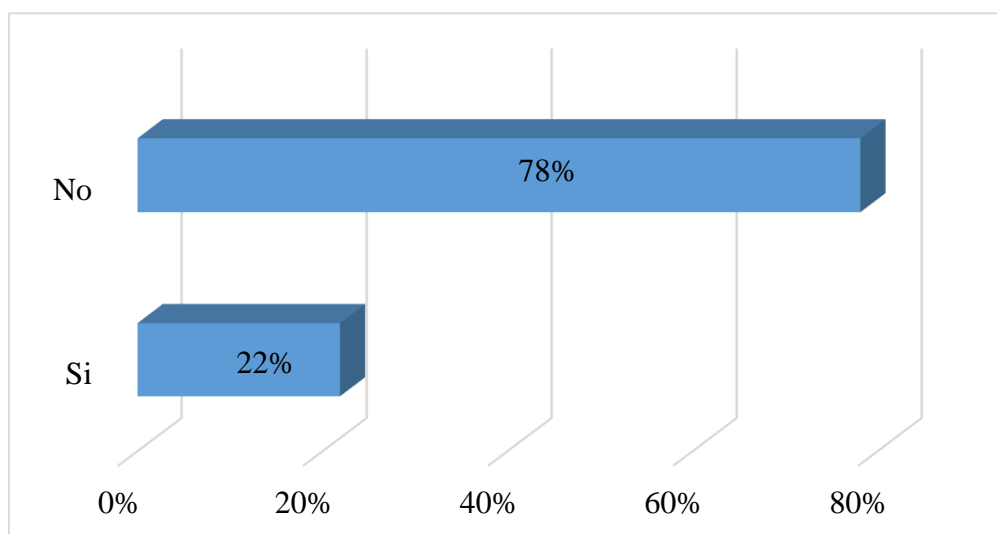


Figura 18: Gráfico circular sobre tecnologías de información.

Interpretación: En la Tabla N° 18 y en su respectivo Gráfico N° 18, se puede observar que el 78% de los clientes encuestados manifiestan que las Mypes no usan las tecnologías de información, mientras que el 22% si la usan.

Tabla N° 19

Experiencia del personal

¿Usted percibe que el personal tiene experiencia en la venta del producto?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	192	50%
No	192	50%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 19

Experiencia personal

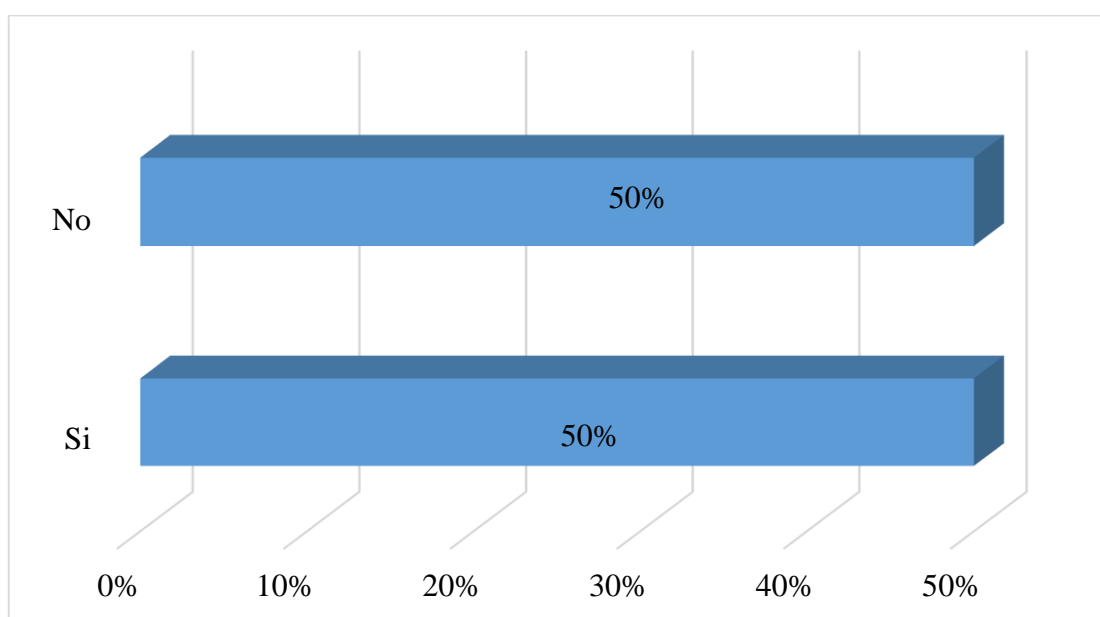


Figura 19: Gráfico circular sobre experiencia del personal en ventas del producto.

Interpretación: En la Tabla N° 19 y en su respectivo Gráfico N° 19, se puede observar que el 50% de los clientes encuestados manifiestan que los trabajadores si cuentan con experiencia para la venta del producto, mientras que el 50% no cuentan con la experiencia.

Tabla N° 20

Publicidad

¿Las Mype realizan publicidad para dar a conocer su producto?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	100	26%
No	284	74%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 20

Publicidad

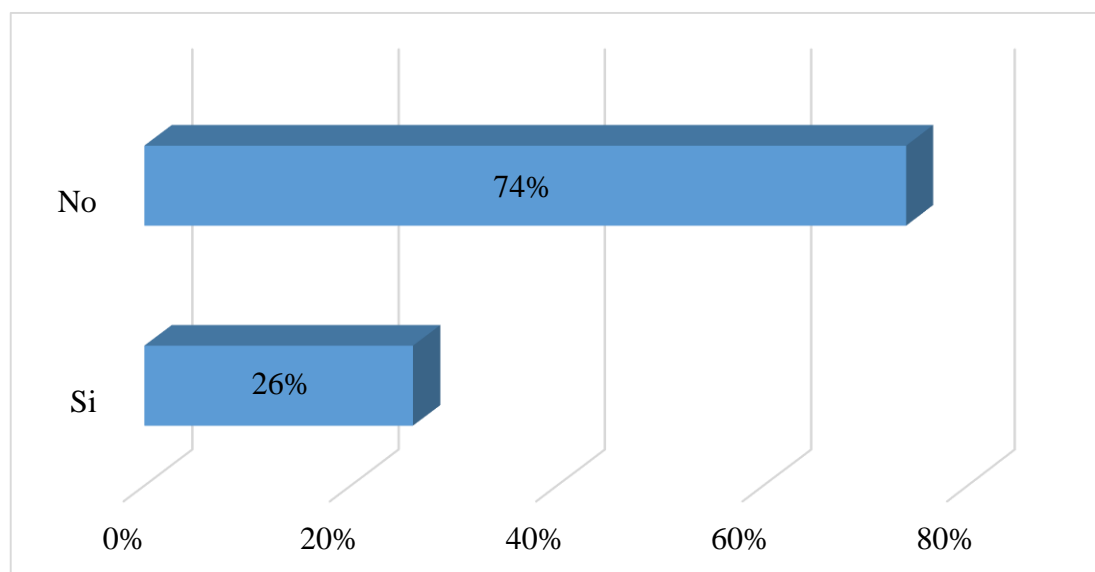


Figura 20: Gráfico circular sobre Publicidad del producto.

Interpretación: En la Tabla N° 20 y en su respectivo Gráfico N° 20, se puede observar que el 26% de los clientes encuestados manifiestan que las Mypes los trabajadores si realizan publicidad para dar a conocer el producto, mientras que el 74% no realizan publicidad.

Tabla N° 21

Descuentos

¿Realiza descuentos a los clientes que adquieren el producto?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	370	96%
No	14	4%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 21

Descuentos

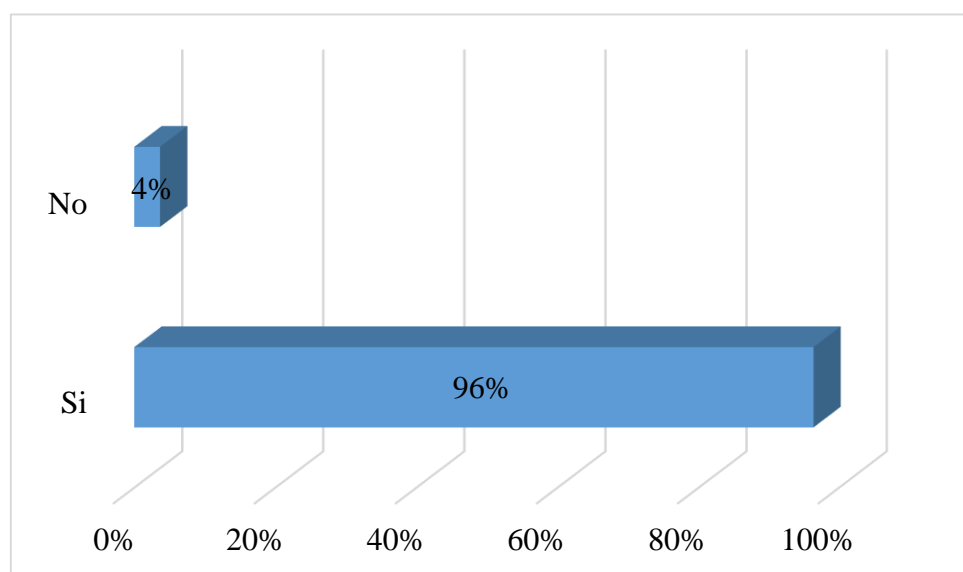


Figura 21: Gráfico circular sobre Descuentos a los clientes.

Interpretación: En la Tabla N° 21 y en su respectivo Gráfico N° 21, se puede observar que el 96% de los clientes encuestados manifiestan que las Mype si realizan descuentos a los clientes que adquieren el producto, mientras que el 4% no realizan ningún descuento.

Tabla N° 22

Productos de buena calidad
¿Las Mype les ofrecen productos de buena calidad?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	320	83%
No	64	17%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 22

Productos de buena calidad

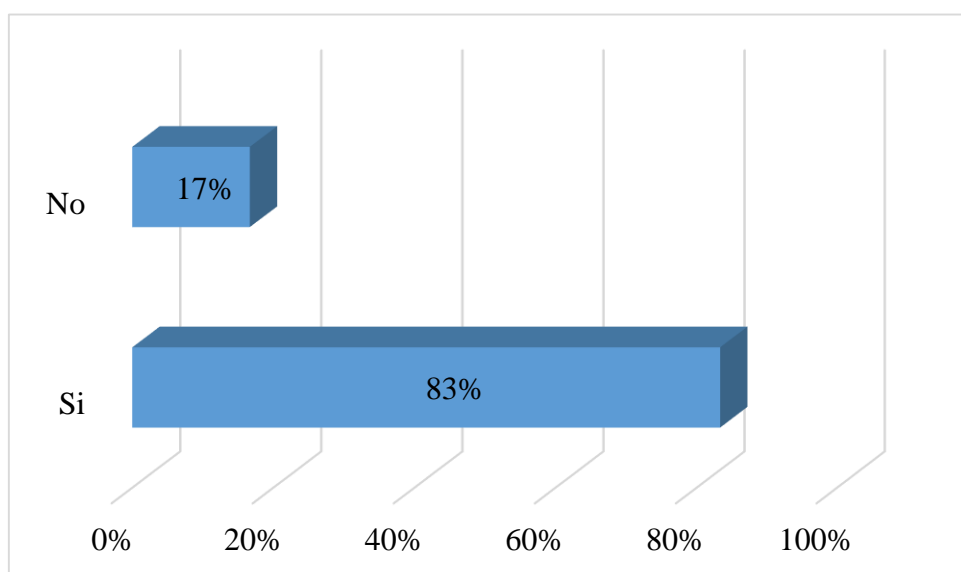


Figura 22: Gráfico circular sobre productos de buena calidad.

Interpretación: En la Tabla N° 22 y en su respectivo Gráfico N° 22, se puede observar que el 83% de los clientes encuestados manifiestan que las Mype si ofrecen un producto de buena calidad, mientras que el 17% no ofrecen un producto de buena calidad.

Tabla N° 23

Atención al cliente

¿Usted está a gusto con la atención que le brinda el personal?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA (MYPE)	PORCENTAJE
Si	286	74%
No	98	26%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las Mype en estudio (Elaboración propia).

Gráfico N° 23

Atención al cliente

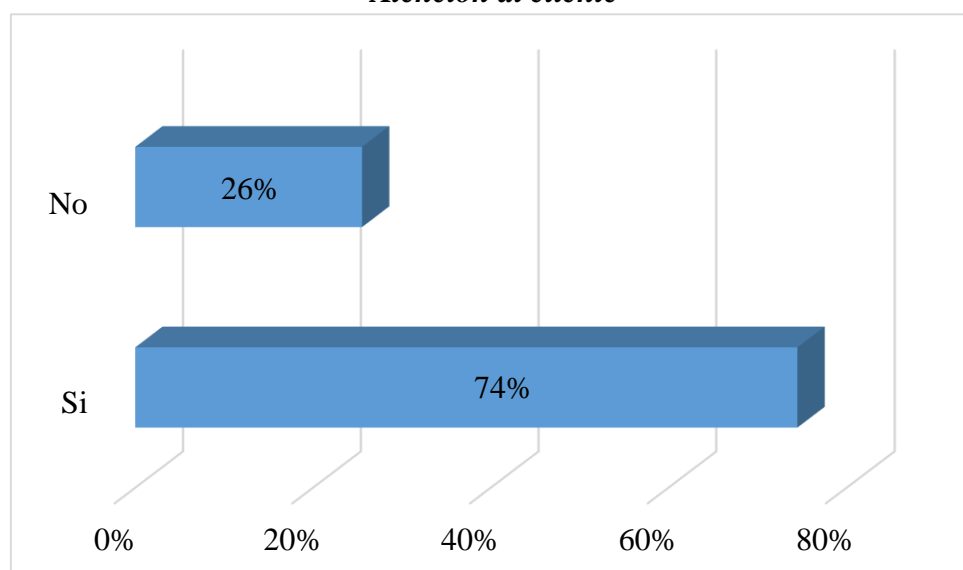


Figura 23: Gráfico circular sobre atención del cliente.

Interpretación: En la Tabla N° 23 y en su respectivo Gráfico N° 23, se puede observar de los clientes encuestados manifiestan que el 74% está a gusto con la atención que le brinda el personal, mientras que 26% no están a gusto con la atención que se les brinda.

5.2 Análisis de los resultados

5.2.1 Respecto a gestión de calidad.

- En la tabla 1, denominada “objetivos de acuerdo a las políticas de calidad” se observa que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad. Esto es similar a lo que manifiesta Sánchez (2017) en su trabajo de investigación que el 80% señalo que la empresa si establece sus objetivos acorde con las políticas de calidad de la empresa y el 20% señalo que no, lo cual demuestra que el la empresa si fija sus objetivos en relación a sus políticas, según lo confirman la mayoría de los trabajadores y ese 20% (1 trabajador), no está identificado con los objetivos de calidad que la empresa establece. Por otro lado Luna A (2015) dice que las Mype deben establecer objetivos de la calidad para las funciones y niveles correspondientes y los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad.
- En la tabla 2, denominada “Políticas de calidad” se observa que el 53% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen, mientras que el 47% no cuentan. Es similar a lo que manifiesta Sánchez (2017) en su trabajo de investigación que el 100% de los trabajadores encuestados manifestaron que la empresa si cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto y servicio que ofrecen. Mientras que Muñoz P (2016) en su tesis de investigación determinó que el 40 % casi siempre tienen políticas de mejora continúa en su empresa. Por otro lado Luna A (2015) afirma que las políticas de la calidad son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos

generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

➤ En la tabla 3, denominada “Programas para lograr los objetivos” se observa que el 33% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido, mientras que el 67% no establecen. Es diferente al resultado de Acosta (2017) donde el 71,4% respondieron que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas Por otra parte Luna A (2015) opina que establecer programas ya que es muy importante porque suministran información e indican el estado de avance de las actividades y mantienen en orden las actividades, sirviendo como herramienta de control.

➤ En la tabla 4, denominada “Organigrama establecido y actualizado” se observa que el 7% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si cuenta con un organigrama establecido y actualizado, mientras que el 93% no cuenta. Este resultado es similar a lo que indica Sánchez (2017) en su trabajo de investigación que el 100% manifestó que la empresa no cuenta un organigrama establecido y actualizado. Mientras que el resultado encontrado en su trabajo de investigación de More (2016) es diferente porque nos indica que el 90% de las MYPE cuenta con una organización que le permita implementar sus estrategias para el logro de sus objetivos, con el fin de plantear una dirección estratégica del negocio e implementar planes y controles para su desarrollo. Por otra parte Vasquez (2012) manifiesta que el organigrama es el conjunto de todas las organizaciones deben contar con una estructura organizacional de acuerdo a todas las actividades o tareas que pretenden realizar, mediante una correcta estructura que le permita establecer sus

funciones, y departamentos con la finalidad de producir sus servicios o productos,

- En la tabla 5, denominada “Buena comunicación con sus colaboradores” se observa que el 53% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si mantiene una buena comunicación con sus colaboradores, mientras que el 47% no mantienen. Este resultado es similar a lo que nos indica Sánchez J (2015) en su trabajo de investigación que el 39% de las organizaciones algunas veces comunican la misión, visión y valores de la organización, el 23% casi siempre, otro 23% casi nunca y un 15% con frecuencia si realizan dicha comunicación. Por otra parte Luna A (2015) dice que la comunicación es fundamental para el ser humano, puesto que a través de ésta logra establecer relaciones interpersonales y es la esencia de su buen funcionamiento y la garantía del cumplimiento de los objetivos y metas establecidas
- En la tabla 6, denominada “Actividades que realiza el personal” se observa que el 40% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si supervisan las actividades que realiza su personal, mientras que el 60% no supervisan. Este resultado Núñez (2015) en su trabajo de investigación manifestaron que el 79.95% de los usuarios encuestados, siempre supervisa su vehículo al término del servicio, mientras que el 20.05% nunca supervisa su vehículo al término del servicio. Al respecto citamos a Luna A (2015) quien dice que en una empresa es fundamental la supervisión de las actividades realizadas, para ofrecer un producto de calidad.
- En la tabla 7, denominada “Control de calidad” se observa que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa. Este resultado es

similar al encontrado en Sánchez (2017) en su trabajo de investigación que el 80% señaló que, si existe un departamento o persona encargada de controlar la función de calidad en la empresa, mientras que el 20% indicó que no. Por otro lado, Rojas (2017) nos manifiesta que el 60% de clientes no tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos, mientras que el 32% afirma que tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos, el 4% a veces tienen implementado un control de calidad de sus servicios y productos. Asimismo, Marchan (2015) en su investigación se observa que el 83% si realizan control de calidad en sus productos y/o servicios, mientras que el 17% no realizan control de calidad en sus productos y/o servicios, lo que significa que las imprentas se están preocupando por ofrecer sus productos y/o servicios que estén a la altura de las exigencias del cliente. Por otra parte Luna A (2015) dice que el control de calidad es el responsable del producto final que recibe el cliente.

- En la tabla 8, denominada “Sistema de control de calidad” se observa que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype no cuentan con un sistema de control de calidad de la empresa. Este resultado es diferente a lo que nos manifiesta More (2016) en su trabajo que el 70% de las empresas cuenta con un sistema de gestión de calidad, que les permite planear, controlar y mejorar su empresa, el 100% de las empresas encuestadas, determinan que cuentan con objetivos definidos, que les permite direccionar su empresa. Mientras que Espinoza (2017) en su trabajo de investigación afirma que el 80,25% dicen que es necesario contar con un sistema de gestión de calidad para garantizar la calidad del producto. Por otro lado, Velásquez (2017) en su tesis de investigación nos indica que el 56% de microempresarios no cuenta con un

sistema de calidad. Por otra parte Luna A (2015) manifiesta que antes de establecer un sistema de control de calidad se requiere con objetivos y estándares que sean estables.

- En la tabla 9, denominada “Tomar buenas decisiones” se observa que el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype la persona responsable si tiene la capacidad para tomar buenas decisiones, es diferente al resultado encontrado de su trabajo de investigación Garay (2017) donde indica que utilizan un documento de gestión que contiene información sistematizada para la toma de decisiones acertadas en cuanto a mejoras de la calidad del servicio. Por otra parte Santamaría (2017) indica que la capacidad para tomar decisiones, es tener la habilidad para analizar y evaluar las diferentes posibilidades o alternativas existentes para tomar una buena decisión en beneficio de dicha organización.
- En la tabla 10, denominada “trabajo en equipo” se observa que solo el 20% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si realizan en equipo las actividades asignadas, mientras que el 80% no realizan. Es diferente al resultado obtenido por Urcia (2017) donde indica que el 92% (24), microempresarios de las Mypes de calzado manifiesta que fomentan el trabajo en equipo en su organización. Por otra parte Santamaría (2017) nos señala que los individuos que forman parte de la organización se deben comprometer en realizar las actividades asignadas en equipo para lograr los objetivos.
- En la tabla 11, denominada “Participación del personal” se observa que el 33% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si participa el personal en la elaboración de los objetivos, mientras que el 67% no son participes. Es diferente al resultado obtenido por Marchan (2015) que indica que si hacen

participe a sus colaboradores en la empresa. Por otro lado Santamaría (2017) manifiesta que el establecimiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo, así como el plan de acciones deben ser elaborados con participación del personal.

- En la tabla 12, denominada “Productos de acuerdo a las expectativas de los clientes” se observa que el 60% de los gerentes encuestados manifiestan que en su Mype si venden productos de acuerdo a las expectativas de los clientes, mientras el 40% no venden. Es diferente al resultado obtenido por Rojas (2017) donde indica que el 81% de clientes encuestados considera que el servicio y producto brindado por las empresas recreacionales no son eficientes y no fijan la atención en la eficiencia. Por otra parte Santamaría (2017) donde nos señala que es importante considerar al cliente como prioridad y orientar las acciones a satisfacer sus necesidades e incluso exceder sus expectativas, para que la empresa pueda ser considerada como la mejor opción debe requerir al cliente, por ello deben ofrecer un producto o servicio de calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

5.2.2 Respecto a competitividad

- En la tabla 13, denominada “Productos innovadores” se observa que el 34% de los clientes encuestados, creen que las Mype dedicadas a la venta de muebles si ofrecen productos innovadores, mientras que el 66% no ofrecen. Este resultado es diferente al encontrado por Chininin (2017) quien obtuvo que el 16% se avocan a la innovación. Por otra parte Maniviesa (S, f) quien nos afirma que la innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios es imprescindible si pretende mantenerse y posicionar la marca en el mercado y lograr un valor añadido en el producto o servicio es esencial para conseguir la diferenciación respecto al resto de la competencia.
- En la tabla 14, denominada “satisfacción del cliente” Se observa que el 58% de los clientes encuestados si se sienten satisfechos con el producto que adquiere, mientras que el 42% no se sienten satisfechos. Es similar al resultado de Montalván (2017) que obtuvo el 84% fueron atendido amablemente, la cual se caracteriza por ser un trato personalizado, amable, la comunicación asertiva, la solución de problemas en tiempos mínimos hace que los turistas se sientan satisfechos con el servicio recibido agregando a esto una oferta innovadora en los paquetes turísticos. Por otro lado Maniviesa (S. f) quien dice que la satisfacción se trata de la conformidad del cliente con el producto o servicio que compró, ya que el mismo cumplió satisfactoriamente con la promesa de venta oportuna. Cabe destacar, que la satisfacción del cliente es el resultado directo entre la comparación del rendimiento percibido en el producto o servicio con las expectativas que presentaba.

- En la tabla 15, denominada “Conocimiento del trabajador” se puede observar que el 78% de los clientes encuestados manifiestan que los trabajadores si conocen sobre el producto que ofrecen, mientras que el 22% no conocen. Es similar al resultado de Velásquez (2017) donde que obtuvo que 67% de clientes encuestados consideran que el personal de los grifos tiene habilidades y atributos al momento de atender, mientras que el 33% consideran que no cuenta con habilidades y atributos al momento de atender. Por otro lado Maniviesa (S. f) quien opina que el empleado o trabajador debe tener la experiencia, los estudios, el conocimiento específico sobre una actividad o producto que ofrece son una fuente de ventajas sostenibles, y mejor aún si ese conocimiento está patentado o registrado de alguna forma, y se transmite a todos los integrantes que conforman las Mype.
- En la tabla 16, denominada “Precios competitivos” se observa que el 72% de los clientes encuestados les parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia, mientras que el 28% no les parece. Este resultado es diferente al encontrado por Granadino (2016) quien obtuvo que el 100% tienen precios de mercado. Así como también Campos (2015) nos dice que el 91% de los encuestados respondieron que los precios de los productos son accesibles y el 9% respondieron que los precios de los productos no son accesibles. Por otro lado Gallareta (2016) el 50% opinan que su empresa es competitiva por sus precios bajos. Por otro parte Maniviesa (S.f) afirmo que la reducción de costes es una de las alternativas más utilizadas por las empresas. Aunque es una estrategia que se presupone si se desea mejorar la competitividad, nunca puede ser la única opción, ya que, a largo plazo, no asegura siquiera la supervivencia de la organización.

- En la tabla 17, denominada “Nuevos mercados internacionales” se observa que el 100% de los clientes encuestados creen que las Mypes no buscan nuevos mercados a nivel internacional. Es diferente al resultado obtenido Obando (2016) donde obtuvo que los empresarios y funcionarios se interesan en capacitarse y capacitar su personal en implantar procesos de mejora continua, en llevar a la práctica los conceptos y principios de la cultura de calidad, podemos aspirar a ser competitivos a nivel nacional e internacional. Por otra parte Maniviesa (S.f) quien nos manifiesta que la búsqueda de nuevos mercados, es una vía para alcanzar una mayor competitividad.
- En la tabla 18, denominada “Tecnologías de información” se observa que el 78% de los clientes encuestados manifiestan que las Mypes no usan las tecnologías de información, mientras que el 22% si la usan. Este resultado es diferente al encontrado por Granadino (2016) quien obtuvo que el 100% si usa tecnología. Mientras que Zapata (2016) manifiesta que el 40,5% de los clientes encuestados están de acuerdo que las MYPE utilizan recursos tecnológicos. Por otro lado, Cruz (2016) nos dice que el 100% ha innovado en tecnología y el 100% del considera que la innovación en tecnología ha permitido lograr mejor competitividad y desarrollo en su empresa. Por otra parte Maniviesa (S.f) indica que el uso de las tecnologías de información (TIC) como herramientas para la mejora de la productividad es, en la actualidad, una necesidad creciente, tanto para la optimización de los procesos internos de logística, distribución, etc..., como instrumentos de marketing y comunicación.
- En la tabla 19, denominada “Experiencia en venta del producto”, se observa que el 50% de los clientes encuestados manifiestan que los trabajadores si cuentan con experiencia para la venta del producto, mientras que el 50% no

cuentan con la experiencia. Es similar al resultado obtenido por Arias (2016) en su trabajo de investigación, que el 66,7% de las MYPE si cuenta con personal especializado, mientras que 33,3% de las MYPE no cuenta con personal especializado. Por otra parte Anónimo (2015) quien dice que es importante que el personal tenga mayor experiencia en ventas, ya que las ventas son el fin último de todas las empresas, porque si una empresa no vende, aunque tenga el sistema de un bien o derecho, a cambio de producción más eficiente, no sobrevivirá.

- En la tabla 20, denominada “Publicidad del producto”, se observa que el 26% de los clientes encuestados manifiestan que las Mypes los trabajadores si realizan publicidad para dar a conocer el producto, mientras que el 74% no realizan publicidad. Es similar al resultado de Godoy (2016) que el 40,0% de las empresas utilizan estrategia de publicidad. Por otro lado, Anónimo (2005) quien manifiesta que la publicidad es una forma de comunicación social por medio de la cual se da a conocer un producto o servicio. La publicidad se ha vuelto unas de las formas para incrementar las ventas, sobre todo en determinados productos donde la gente busca comprar marcas. Sin embargo, una buena publicidad solamente será efectiva si es apoyada por un producto y/o servicio de calidad.
- En la tabla 21, denominada “Descuentos a los clientes”, se observa que el 96% de los clientes encuestados manifiestan que las Mype si realizan descuentos a los clientes que adquieren el producto, mientras que el 4% no realizan ningún descuento. Es similar al resultado obtenido por Castillo (2016) que obtuvo que el 81% casi siempre realizan promociones de ventas. Por otra parte Anónimo

(2005) dice que las promociones son una de las formas para aumentar la competitividad de la empresa.

- En la tabla 22, denominada “Productos de buena calidad” se observa que el 83% de los clientes encuestados manifiestan que las Mype si ofrecen un producto de buena calidad, mientras que el 17% no ofrecen un producto de buena calidad. Este resultado es igual al encontrado en Granadino (2016) quien obtuvo que el 100% tiene productos de calidad y variedad de productos. Por otro lado, Godoy (2016) indica que el 33,3% de las empresas tienen ventajas sobre sus competidores porque venden productos de calidad. Por otra parte Anónimo (2005) nos dice que los productos o servicios ofrecidos tienen que ser capaces de satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores. Además, contar con un departamento de calidad, sistemas de información, medidas de control, son soportes que contribuyen al fomento de la calidad, convirtiéndose en un claro elemento diferenciador.
- En la tabla 23, denominada “Atención del cliente” se puede observar de los clientes encuestados manifiestan que el 74% están a gusto con la atención que le brinda el personal, mientras que 26% no están a gusto con la atención que se les brinda. Este resultado es diferente al encontrado en Zapata (2016) quien obtuvo un 90% cuentan con personal calificado para la atención del cliente, mientras que en un 10% no cuentan, por la cual se considera que la empresa debe invertir en capacitación. Por otra parte Anónimo (2005) indica capacitar a sus empleados le ayudará a tener un buen nivel de motivación, productividad, integración, compromiso y buena atención al cliente.

VI. CONCLUSIONES

- Se identificó que los elementos del proceso administrativo de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que todas las Mypes definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad, existe una persona encargada de controlar la calidad de la empresa y además cuentan con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen. Pero sin embargo se afirma que no cuentan con un sistema de gestión de calidad, ni cuenta con un organigrama establecido y actualizado en la Mype.
- Se determinó que los factores de gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que todas las Mype cuentan con persona responsable que tiene la capacidad para tomar buenas decisiones y venden productos de acuerdo a las expectativas de los clientes. Sin embargo no realizan en equipo las actividades asignadas, ni hacen participar el personal en la elaboración de los objetivos.
- Se identificó que las estrategias de la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que la mayoría de las Mype el trabajador conocen sobre el producto que ofrece, los precios de los productos son aceptables a los de la competencia y el cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere. Sin embargo se afirma que estas Mypes no buscan nuevos mercados a nivel internacional, no hacen uso de las tecnologías de información, ni ofrecen productos innovadores.
- Se determinó que las formas de la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que las Mype realizan descuentos a los clientes que adquieren el producto, ofrecen productos de buena calidad y el personal tiene experiencia en la venta del producto. Sin

embargo se afirma que estas Mype no realizan publicidad para dar a conocer su producto.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

PROPUESTA DE MEJORA

OBJETIVOS	DEBILIDAD ENCONTRADA	ACCION CORECTIVA	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	RESPONSABLE
Primer objetivo especifico	No cuenta con un organigrama establecido y actualizado.	Diseñar un organigrama	Desarrollar un organigrama, el cual les permita definir los niveles de jerarquía y sus funciones adecuadamente, además saber cuáles son los canales adecuados para mantener una correcta comunicación interna.	Gerente de la Mype
	No cuentan con un sistema de control de calidad de la empresa.	Implantar un sistema de control	Implantar un sistema de control de calidad para asegurar que tus productos o servicios se ajusten a lo planeado y logren la satisfacción de tus clientes.	Gerente de la Mype
Segundo objetivo especifico	No realizan sus actividades asignadas en equipo.	Aplicar la técnica de trabajo en equipo	Ejecutar la técnica de trabajo en equipo, para que se unan las aptitudes de los miembros y se potencien sus esfuerzos, lo cual disminuye el tiempo invertido en las labores y aumenta la eficacia de los resultados, logrando tener éxito.	Gerente de la Mype
Tercer objetivo especifico	No ofrecen modelos innovadores.	Innovar nuevos modelos	Hacer un estudio de mercado para determinar cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, para diseñar nuevos productos acorde a sus expectativas.	Gerente de la Mype
	No buscan mercados internacionales.		Buscar nuevos mercados a nivel internacional, permite a las Mype distribuir su producto para aumentar las ventas, optimizar nuestros recursos financieros y productivos, mejorar la imagen de la marca o empresa y su capacidad competitiva.	Gerente de la Mype
	No hacen uso de la tecnología de información.		Invertir en tecnología, para que las ventas de sus productos sean mediante Online, tarjetas, etc., logrando expandirse y dar una mejor atención al cliente (Producto entrega a domicilio).	Gerente de la Mype
Cuarto objetivo especifico	Falta de publicidad	Difusión de información	Invertir en publicidad por internet, ya que permite a las Mype una buena comunicación entre su negocio y sus clientes existentes y potenciales, además le permite conseguir nuevos clientes y descubrir oportunidades de negocio, logrando ser más competitivos.	Gerente de la Mype

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acosta, M. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapaterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2016*. Tesis para optar el título profesional en administración, Universidad católica los angeles de chimbote, Chimbote. Recuperado el 11 de Marzo de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3721>
- Aguilar , J. (2012). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: promoción turística local e información al visitante (UF0049)*. IC Editorial. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=10721407>
- Alarcon , E., & Guitierrez , C. (S.f). *Plan de analisis* . Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <https://docplayer.es/12000425-Edith-alarcon-matutti-cesar-gutierrez-villafuerte.html>
- Albañil, M. (2015). *Caracterización socioeconómica del Distrito de Sullana*. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de http://www.regionpiura.gob.pe/euroecotraden/documentos/memorias/sullana/socio_economico_sullana.pdf
- Anonimo . (2005). Formas paea aumentar la productividad de una empresa. *Organización Lean*. Recuperado el 30 de Mayo de 2018, de <http://simpleproductividad.es/blog/aumentar-la-productividad-de-una-empresa/>
- Arévalo, D. (2015). “*Gestión de calidad en la mano de obra de la construcción en ecuador*”. Tesis Previa a la Obtención del Grado de Master en Construcciones,

- Universidad de Cuenca, Cuenca - Ecuador. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24306/1/tesis%20darwin.pdf>
- Arias , J. (2016). “*Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro vitivinícolas del distrito de Nuevo Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, AÑO 2015*”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Cañete. Recuperado el 16 de Julio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041423>
- Aznar, F. (26 de Enero de 2018). La Competitividad empresarial. AC. Consultores. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de <https://acconsultors.com/competitividad-empresarial/>
- Balague , N., & Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Editorial UOC. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3221821>
- Biasca , Rodolfo , E., & Marcelino . (2006). *Competitividad: transformar la fábrica para competir en el mundo (2a. ed.)*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10444802>
- Borda , M., Tuesca , R., & Navarro , E. (2013). *Métodos cuantitativos 4 ed. Herramientas para la investigación en salud*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tONIBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=investigacion%20descriptiva&ots=eS5__ELfX6&sig=cG0v6nhYqZUpGA1k4QY1bXXaV58#v=onepage&q&f=false
- Campos , C. (2015). “*Gestión de calidad y competitividad de las Mype rubro restaurantes cevicheras del asentamiento humano la primavera castilla, 2015*”. Tesis para

- Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración., Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Piura, La Primavera Castilla. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039354>
- Carazo, M. (2007). *Competitividad de la microempresa en un contexto de recesión y apertura económica*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de http://132.248.9.9/libroe_2007/0723854/A04.pdf
- Carmen , A., Garcia, k., Montes, R., & Patricia, T. (2018). *Plan Estratégico de la Industria del Mueble de Madera en Perú*. Surco. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/11639/AYME_GARCIA_PLAN_MADERA.pdf?sequence=1
- Castillo , L. (2016). “*Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016*”. Tesis para optar el título profesional en administración, Universidad católica los angeles de chimbote, Sullana. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1057/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_CASTILLO_OROZCO_LEVIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cesar , D., & Cavazos, y. (2015). *Investigación de mercados para pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <https://books.google.com.pe/books?id=eznABgAAQBAJ&pg=PT38&dq=el+estudio+es++no+experimental+porque+estudia+los+cambios+de+las+variables+o+de+sus+relaciones+a+trav%C3%A9s+del+tiempo+dentro+de+una+poblaci%C3%B3n+en+general.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz7e-17cbPA>

- Chamorro, S. (28 de Enero de 2016). *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>
- Chininin, E. (2017). *Caracterización de la gestión por procesos y competitividad en MYPE rubro imprenta del centro comercial Regenda de Piura, año 2016*. Tesis para optar el título profesional en administración., Universidad católica los angeles de chimbote., Piura. Recuperado el 15 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043106>
- CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN . (VERSIÓN 001, 2016). *Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH Católica, de fecha 25 de enero de 2016*. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2016/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf>
- Conamype. (2016). *Políticas públicas de Apoyo a la Mype en el Salvador CONAMYPE. Conamype*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2017, de <http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/271084351.pdf>
- Corzo, P., Soria, L., & Arellana, S. (2011). *Estudios Urbanos. Hombres y mujeres emprendedores en la industria de muebles de madera en Lima - Sur*. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de http://urbano.org.pe/descargas/investigaciones/Estudios_urbanos/EU_6.pdf
- Cruz, J. (2016). *"Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicios – rubro restaurantes, de la Av. Santa Adela, del distrito de*

- Nuevo Imperial, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015*". Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Cañete. Recuperado el 16 de Julio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041429>
- Deza, E. (S.f.). *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú*. Cetrum Católica. Recuperado el 07 de Mayo de 2018, de <https://es.scribd.com/document/351153680/4126-15740-1-PB-pdf-tesis>
- Erazo, L. (2010). Guía para la implementación de un sistema de gestión de calidad en Pyme. *Guía para la implementación de un sistema de gestión de calidad en Pyme*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <http://revistas.usta.edu.co/index.php/signos/article/view/904/1187>
- Escalante, J. (23 de Enero de 2014). Siete puntos claves en los cambios de la ley de mypes. *El Comercio*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2017, de <http://elcomercio.pe/economia/peru/siete-puntos-claves-cambios-ley-mypes-165266>
- Espinoza, R. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y formalización en las Mype rubro calzado de Chulucanas (Piura), año 2016*. Tesis para obtener el título de licenciada en administración., Universidad catolica los angeles de chimbote., Piura. Recuperado el 12 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043114>
- Galarreta, S. (2016). "*Caracterización de la capacitación y la competitividad de la micro y pequeña empresa - sector servicios - rubro gimnasios del casco urbano de la ciudad de Chimbote, año 2014 - 2015*". Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,

Chimbote. Recuperado el 16 de Julio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041266>

Garay, N. (2017). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Rentabilidad en las MYPES, sector comercial rubro ferreterías de la Provincia de Leoncio prado periodo – 2017*. Informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administración., Universidad catolica los angeles de chimbote., Huánuco, Tingo María. Recuperado el 13 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045293>

Godoy, P. (2016). *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de muebles, de la avenida Gerardo Unger, cuadra 52 a la 58, distrito los olivos, provincia de lima, departamento de lima, período 2015*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote, Lima. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1085/MYPE_COMPETITIVIDAD_GODOY_SOLANO_MISSHEL_PAMELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Granadino, S. (2016). *"Caracterización de la formalización y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector producción - rubro panificadoras, de la urbanización el trébol del distrito de Los Olivos provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015"*. Tesis para optar el título de licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima. Recuperado el 16 de Julio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041838>

- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la Investigación Empírica en las Ciencias del Deporte*. Editorial Paidotribo. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de https://books.google.com.pe/books?id=bjJYAButfB4C&dq=porque+una+investigacion+de+de+corte+transversal&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Hernandez , Fernandez , & Baptista . (2014). *Libro Metodología de la Investigación 5ta Ed. "Sampieri" con su CD – Actualizado 2015*. Recuperado el 02 de Marzo de 2019, de https://metodologiaecs.wordpress.com/2013/02/20/libro-metodologia-de-la-investigacion-5ta-ed-sampieri/?fbclid=IwAR0CL3soq6-DnK6TDR5K87sb6t7EUKUBh6glBd8_OtDDjdF1N1LCB6qC9Lo
- Hernandez , L. (2000). *La competitividad industrial en México*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=WdsJnaK1VSEC&printsec=frontcover&dq=la+competitividad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMo_axn4jPAhUD5SYKHXX0Cq0Q6AEIITAB#v=onepage&q=la%20competitividad&f=false
- Herrera, F., & Tomás , J. (2006). *La gestión avanzada de la calidad: metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de la calidad*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10179523>
- Ibarra, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California - México. *Estudios Fronterizos*. Recuperado el 16 de Junio de 2018, de <http://ref.uabc.mx/ojs/index.php/ref/article/view/572/1071>

- Jaramillo, C. (S.f). *Competitividad*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <https://books.google.com.pe/books?id=U1JMOHiON1wC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Locochon. (S.f). *Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos*. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <https://es.scribd.com/document/224265302/Tecnicas-e-Instrumentos-de-Recoleccion-de-Datos>
- Lopez, S. (2005). *Implantación de un sistema de calidad: los diferentes sistemas de calidad existentes en la organización*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <https://books.google.es/books?id=qdv2lr9yr3wC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Luna , A. (2015). *Proceso Administrativo*. Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4536076&query=proceso+administrativo+>
- Maniviesa, P. (S.f). *Estrategias para mejorar la posicion competitiva de su empresa*. Recuperado el 22 de Mayo de 2018, de *Estrategias para mejorar la posicion competitiva de su empresa*: <http://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/definicion-de-negocio/modelo-de-negocios/competitividad/ventajas-competitivas/442-estrategias-para-mejorar-la-competitividad>
- Marchán, E. (2015). *Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015*. Tesis para optar el titulo profesional de licenciada en administración., Uladech Catolica Los Angeles de Chimbote., Piura. Recuperado el 14 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039024>

- Miranda , F., Chamarro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQQyQAbYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Montalván , M. (2017). *Caracterización de la competitividad y capacitación en MYPE, rubro agencias de viajes (Piura cercado), año 2014*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración., Universidad católica los ángeles de chimbote., Piura. Recuperado el 16 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043111>
- Mora , C. (2009). *Tópicos gerenciales: el alcance de la competitividad*. El Cid Editor | apuntes. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=10311253&p00=competitividad>
- More, A. H. (2016). “*Caracterización de Gestión de Calidad y Formalización de las MYPE Comercializadoras de Ropa Para Bebés de las Galerías Ubicadas En Av. Blas De Atienza, Piura, Año 2014*”. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración., Universidad Católica los Angeles de Chimbote., Piura. Recuperado el 26 de Junio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039282>
- Muñoz , P. (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de lean manufacturing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro fabricación de muebles para el hogar del distrito de Huaraz, 2015*”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica - Los Angeles de Chimbote., Huaraz. Recuperado el 04 de Marzo de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1068>

- Muñoz, J. (2004). *La Gestión Integrada: Calidad, Seguridad Y Medio Ambiente*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=1ZgKRk6AlzgC&pg=PA49&dq=que+es+gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20gestion%20de%20calidad&f=false
- Musik, G., & Murrillo, D. (S.f). *Competitividad*. México. Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de <https://es.scribd.com/document/222270090/Romo-y-Musik-Sobre-El-Concepto-de-Competitividad-Cuadernos-d-Etrabajo-Del-ITAM>
- Nole, E. (2017). *Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de la MYPE del sector comercio-rubro mueblerías del distrito de Sullana, año 2016*. Tesis para optar el título profesional en administración, Universidad católica los ángeles de chimbote, Sullana. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2061/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_NOLE_ZAPATA_ELVA_ESTHER.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Núñez, E. (2015). *"Formalización y la Gestión de Calidad de las MYPE rubro Lavado de Autos de Talara - Año 2015"*. Tesis para optar el título profesional de administración de empresas, Universidad católica los ángeles de chimbote, Talara. Recuperado el 26 de Junio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038555>
- obando, F. (2016). *"Análisis de competitividad en las pequeñas y medianas del sector priorizado en el cambio de la matriz productiva: Confección y calzado, en el distrito metropolitano de Quito de los periodos 2013 y 2014"*. Tesis para optar el título previo a la obtención del grado de magister en gerencia empresarial.,

- Escuela politecnica nacional , Ecuador. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/16698/1/CD-7296.pdf>
- Palacios , A. (2018). *Perú: Situación de la micro y pequeñas empresas*. Recuperado el 04 de Febrero de 2018, de <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Patiño , E. (2015). *Implementación del sistema de gestion de calidad, ISO 9001:2008, en la empresa “ACRISOLAR CIA. LTDA.”*. Informe para optar el título profesional de ingeniero industrial, Universidad de cuenca. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21793/1/Tesis.pdf>
- Pedroza , K. (2016). *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro fabricación y venta de muebles en melamine del distrito de nuevo Chimbote, 2013*. Tesis paa optar el titulo de licenciada en Administración, Universidad Catolica los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1075/CAPACITACION_REPRESENTANTES_PEDROZA_GAMEZ_KATIA_LALY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perú - Retail. (2017). Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en Perú. *Perú - Retail*. Recuperado el 09 de Mayo de 2018, de <https://www.peru-retail.com/pymes-empresas-peru/>
- Perú 21. (11 de Abril de 2013). Perú 21. *Existen 3,5 millones de mypes en Perú* . Recuperado el 30 de Setiembre de 2017, de <https://peru21.pe/economia/existen-3-5-millones-mypes-peru-101521>
- Porta, L., & Silva , M. (2015). “La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa”. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de

<http://anthropostudio.com/wp-content/uploads/2015/04/Luis-Porta.-La-investigación-cualitativa.-El-Análisis-de-Contenido-en-la-investigación-educativa..pdf>

Quimbalita, C. (2016). *Diseño e implementación de un sistema de mejora de calidad, para los procesos administrativos, basado en la norma ISO 9001:2008, en la facultad de ciencias médicas, universidad central de ecuador*. Tesis de grado previo a la obtención del título de magister en sistema de gestión integrados., Universidad central de ecuador. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de <file:///C:/Users/Surita%20Herrera/Downloads/CD-6712.pdf>

República. (19 de Mayo de 2015). La República. *Las pymes y la economía peruana*. Recuperado el 30 de Setiembre de 2017, de <http://larepublica.pe/economia/189727-las-pymes-y-la-economia-peruana>

Rodriguez , B., Vasquez , R., & Mejía, Y. (2014). “La gestión de calidad como herramienta esencial para la competitividad de las empresas de la rama metal mecánica del sureste del estado de Coahuila”. *Revista global de negocios*. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v2n1-2014/RGN-V2N1-2013-6.pdf>

Rojas , J. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y marketing en las Mype rubro centros recreacionales en el distrito de Sullana, año 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración., Universidad catolica los angeles de chimbote, Sullana. Recuperado el 13 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045989>

RPP - Noticias. (2017). Mypes y grandes empresas deberán emitir facturas electrónicas desde 2018. *RPP - Noticias*. Recuperado el 09 de Mayo de 2018, de

<http://rpp.pe/economia/economia/mypes-y-grandes-empresas-deberan-emitir-facturas-electronicas-desde-2018-noticia-1062065>

Sánchez, B. (2006). Las Mypes en el Perú. Su importancia y Propuesta Tributaria. *Las Mypes en el Perú. Su importancia y Propuesta Tributaria*. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/4665>

Sánchez, J. (2015). *Gestión de Calidad de las MYPE del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia Sullana Año 2014*. Informe de tesis para optar el título profesional de licenciado de administración., Universidad catolica los angeles de chimbote, Sullana. Recuperado el 26 de Junio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039281>

Sanchez, M. (2017). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017*. Tesis para obtener el título profesional de licenciada en administracion., Universidad Catolica - Los Angeles de Chimbote., Sullana. Recuperado el 12 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045983>

Sandoval, T., Posso, R., & Quispe, G. (2012). *El régimen legal peruano de las micro y pequeñas empresas y su impacto en el desarrollo nacional*. Lima. Recuperado el 30 de Setiembre de 2017, de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/315406/2/sandoval_ck-pub.pdf

Santamaria, R. (2017). *Factores críticos de la gestión de la calidad determinantes del éxito sostenido empresarial en las PYMES*. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/volv-n19/art07.pdf>

- Santana , V. (2015). *Uso de la redes sociales en apoyo del desarrollo de las Mypes Mexicanas*. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <http://148.204.210.201/tesis/1443798639920tesisdemay.pdf>
- Sola, F. (2018). “*Evaluación de la aplicación de los principios de la gestión de la calidad, en pymes del sector tics que no lograron la implementación de sistemas de gestión de la calidad, en la ciudad de Quito, para el período 2010 - 2015*”. Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de Magister en sistemas de Gestión integrados., Universidad de Cuenca. Recuperado el 11 de Febrero de 2019, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/19738/1/CD-9143.pdf>
- Sulca, J. (2016). *Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio, Rubro Venta de Calzado en el Distrito de Juanjui- Período 2016*. Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1021/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_SULCA_VASQUEZ_HEMILLAY_JAZZMIN.pdf?sequence=4
- Udaondo, M. (2014). *Gestión de Calidad*. Díaz de Santos. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Urcia , K. (2017). *Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro de zapaterías del distrito de Chiclayo, 2016*. Tesis para optar el título profesional en administración , Universidad Católica Los Angeles de Chimbote , Chiclayo. Recuperado el 11 de Marzo de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3164>

- Uribe , M. (2011). *Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial*. Tolima. Recuperado el 24 de Mayo de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4909300&query=sistemas+de+gestion+de+calidad#>
- Uribe, C. (2016). *Las políticas tributarias en la formalización de la micro y pequeñas empresas en el Perú*. Lima. Recuperado el 30 de Setiembre de 2017, de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2472/1/uribe_hyc.pdf
- Vallejo, E. (2013). “*Modelo de gestión de calidad para los procesos productivos de la empresa brisas del cristal - Babahoyo - Ecuador* ”. Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios, Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes Babahoyo, Babahoyo - Ecuador. Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <http://186.3.45.37/bitstream/123456789/1952/1/TUBADM021-2014.pdf>
- Vasquez, C. (23 de Octubre de 2012). *Gestiopolis*. Recuperado el 07 de Junio de 2018, de Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas: <https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>
- Vásquez, C. (19 de Mayo de 2013). *Pymes Peruanas* . Recuperado el 09 de Octubre de 2017, de Importancia de las MYPEs en el Perú: <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Velasquez, S. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana año 2016*. Tesis para optar el título de licenciada en administración, Universidad

catolica los angeles de chimbote. Recuperado el 11 de Marzo de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5338>

Velásquez, Y. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro grifos ubicados en la provincia de Sullana, año 2016*". Tesis para optar el título profesional en administración, Sullana. Recuperado el 15 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045974>

Wynarczyk, H. (2001). *Orientaciones técnicas, especialmente para niveles de licenciatura y master en áreas de ciencias de la Administración y ciencias sociales*. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <http://www.cyta.com.ar/ta0102/research.htm>

Zapata, D. (2016). *"Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicios rubro picanterías de la legua - Piura, año 2014"*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración , Universidad catolica los angeles de chimbote, Piura. Recuperado el 26 de Junio de 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039377>

Zuñiga, O. (2016). *Caracterización de Competitividad y Rentabilidad en las MYPE de Servicio – Rubro animación de eventos en Sullana, año 2016*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración., Uladech catolica los angeles de chimbote., Sullana. Recuperado el 16 de Junio de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045980>

ANEXOS

PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

Ítems	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio total	Total
1	Remuneraciones					
	<ul style="list-style-type: none"> • Asesor • Personas para realizar la encuesta. 	Unidad	1	1500	1500	1, 680
		Unidad	9	20	180	
2	Bienes					
	• USB	Unidad	1	36	36	3, 151
	• Hojas	Ciento	3 C	15	45	
	• Laptop	Unidad	1	3000	3000	
• Materiales de escritorio	-----	-----	70	70		
3	Servicios					
	• Fotocopiado	Unidad	400	0.10	400	1, 365
	• Impresión	Unidad	200	0.50	100	
	• Internet	Global	50	8 meses	400	
	• Transporte	Global G	-----	-----	150	
• Celular	Global	-----	-----	315		
Total						6, 196

CUESTIONARIO

DIRIGIDO A LOS GERENTES DE LAS MYPES



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene como fin recoger información sobre las “Mype dedicadas a la venta de muebles” para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Caracterización de Gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018”. La información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece anticipadamente por su participación. Sírvase a responder las siguientes interrogantes marcando con un aspa (X), según crea conveniente:

Orden	Variable	Escala de medición	
	“GESTIÓN DE CALIDAD”		
1	¿La empresa define sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad?	Si	No
2	¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen?	Si	No
3	¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	Si	No
4	¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	Si	No
5	¿Mantiene una buena comunicación con sus colaboradores?	Si	No
6	¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	Si	No
7	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	Si	No
8	¿Cuenta con un sistema de control de calidad de la empresa?	Si	No
9	¿La persona responsable tiene la capacidad para tomar buenas decisiones?	Si	No
10	¿Realizan en equipo las actividades asignadas?	Si	No
11	¿Participa el personal en la elaboración de los objetivos?	Si	No
12	¿La empresa vende productos de acuerdo a las expectativas de los clientes?	Si	No

MUCHAS GRACIAS.

DIRIGIDO A LOS CLIENTES DE LAS MYPES



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene como fin recoger información sobre las “Mype dedicadas a la venta de muebles” para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Caracterización de Gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018”. La información que nos brinde será usada exclusivamente para fines académicos y de investigación. Por lo que se le agradece anticipadamente por su participación. Sírvase a responder las siguientes interrogantes marcando con un aspa (X), según crea conveniente:

Orden	Variable	Escala de medición	
	“COMPETITIVIDAD”		
1	¿Cree usted que los productos que ofrecen las Mypes son innovadores?	Si	No
2	¿Se siente satisfecho con el producto que adquiere?	Si	No
3	¿El trabajador conoce sobre el producto que ofrece?	Si	No
4	¿Le parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia?	Si	No
5	¿Cree usted que las Mypes buscan nuevos mercados a nivel internacional?	Si	No
6	¿Cree usted que las Mype hacen uso de las tecnologías de información?	Si	No
7	¿Usted percibe que el personal tiene experiencia en la venta del producto?	Si	No
8	¿Las Mype realizan publicidad para dar a conocer su producto?	Si	No
9	¿Realiza descuentos a los clientes que adquieren el producto?	Si	No
10	¿Las Mype les ofrecen productos de buena calidad?	Si	No
11	¿Usted está a gusto con la atención que le brinda el personal?	Si	No

MUCHAS GRACIAS.

HOJAS DE TRABAJO (ANALISIS DE LOS OBJETIVOS)

1° Objetivo	Preguntas	Resultados		Conclusiones
		SI	NO	
Elementos del proceso administrativo de la gestión de calidad.	1. ¿La empresa define sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad?	100 %	0%	Se identificó que los elementos del proceso administrativo de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que todas las Mypes si definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad, si existe una persona encargada de controlar la calidad de la empresa y además si cuentan con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen. Pero sin embargo se afirma que no cuentan con un sistema de gestión de calidad, ni cuenta con un organigrama establecido y actualizado en la Mype.
	2. ¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen?	53%	37%	
	3. ¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	33%	67%	
	4. ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	7%	93%	
	5. ¿Mantiene una buena comunicación con sus colaboradores?	53%	47%	
	6. ¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	40%	60%	
	7. ¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	100%	0%	
	8. ¿Cuenta con un sistema de control de calidad de la empresa?	0%	100%	

2° Objetivo	Preguntas	Resultados		Conclusiones
		SI	NO	
Factores de la gestión de calidad.	9. ¿La persona responsable tiene la capacidad para tomar buenas decisiones?	100%	0%	Se determinó que los factores de gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que todas las Mype si cuentan con persona responsable que tiene la capacidad para tomar buenas decisiones y que las Mype vende productos de acuerdo a las expectativas de los clientes. Sin embargo no realizan en equipo las actividades asignadas, ni hacen participar el personal en la elaboración de los objetivos.
	10. ¿Realizan en equipo las actividades asignadas?	20%	80%	
	11. ¿Participa el personal en la elaboración de los objetivos?	33%	67%	
	12. ¿La empresa vende productos de acuerdo a las expectativas de los clientes?	60%	40%	

3° Objetivo	Preguntas	Resultados		Conclusiones
		SI	NO	
Estrategias de competitividad	13. ¿Cree usted que los productos que ofrecen las Mypes son innovadores?	34%	66%	Se identificó que las estrategias de la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que la mayoría de las Mype el trabajador si conoce sobre el producto que ofrece, además los precios de los productos son aceptables a los de la competencia, lo cual el cliente se siente satisfecho con el producto que adquiere. Sin embargo se afirma que estas Mypes no buscan nuevos mercados a nivel internacional, no hacen uso de las tecnologías de información, ni ofrecen productos innovadores.
	14. ¿Se siente satisfecho con el producto que adquiere?	58%	42%	
	15. ¿El trabajador conoce sobre el producto que ofrece?	78%	22%	
	16. ¿Le parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia?	72%	28%	
	17. ¿Cree usted que las Mypes buscan nuevos mercados a nivel internacional?	0%	100%	
	18. ¿Cree usted que las Mype hacen uso de las tecnologías de información?	22%	78%	

4° Objetivo	Preguntas	Resultados		Conclusiones
		SI	NO	
Formas de la competitividad	19. ¿Usted percibe que el personal tiene experiencia en la venta del producto?	50%	50%	Se determinó que las formas de la competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, es que las Mype si realizan descuentos a los clientes que adquieren el producto, ofrecen productos de buena calidad y el personal tiene experiencia en la venta del producto. Sin embargo, se afirma que estas Mype no realizan publicidad para dar a conocer su producto.
	20. ¿Las Mype realizan publicidad para dar a conocer su producto?	26%	74%	
	21. ¿Realiza descuentos a los clientes que adquieren el producto?	96%	4%	
	22. ¿Las Mype les ofrecen productos de buena calidad?	83%	17%	
	23. ¿Usted está a gusto con la atención que le brinda el personal?	74%	26%	

HOJAS DE TRABAJO (ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS)

1° Objetivo	Preguntas	Resultados		Antecedente	Teoría	Propuesta de Mejora
		SI	NO			
Elementos del proceso administrativo o de la gestión de calidad.	1. ¿La empresa define sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad?	100 %	0%	Sánchez (2017)	Luna A (2015)	Desarrollar un organigrama, el cual les permita definir los niveles de jerarquía y sus funciones adecuadamente, además saber cuáles son los canales adecuados para mantener una correcta comunicación interna.
	2. ¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen?	53%	37%	Muñoz P (2016)	Luna A (2015)	
	3. ¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	33%	67%	Acosta (2017)	Luna A (2015)	
	4. ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	7%	93%	More (2016)	Vásquez (2012)	
	5. ¿Mantiene una buena comunicación con sus colaboradores?	53%	47%	Sánchez J (2015)	Luna A (2015)	Implantar un sistema de control de calidad para asegurar que tus productos o servicios se ajusten a lo planeado y logren la satisfacción de sus clientes.
	6. ¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	40%	60%	Núñez (2015)	Luna A (2015)	
	7. ¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	100%	0%	Rojas (2017)	Luna A (2015)	
	8. ¿Cuenta con un sistema de control de calidad de la empresa?	0%	100%	Espinoza (2017)	Luna A (2015)	

2° Objetivo	Preguntas	Resultados		Antecedente	Teoría	Propuesta de Mejora
		SI	NO			
Factores de la gestión de calidad.	9. ¿La persona responsable tiene la capacidad para tomar buenas decisiones?	100%	0%	Garay (2017)	Santamaría (2017)	Ejecutar la técnica de trabajo en equipo, para que se unan las aptitudes de los miembros y se potencien sus esfuerzos, lo cual disminuye el tiempo invertido en las labores y aumenta la eficacia de los resultados, logrando tener éxito.
	10. ¿Realizan en equipo las actividades asignadas?	20%	80%	Urcía (2017)	Santamaría (2017)	
	11. ¿Participa el personal en la elaboración de los objetivos?	33%	67%	Marchan (2010)	Santamaría (2017)	
	12. ¿La empresa vende productos de acuerdo a las expectativas de los clientes?	60%	40%	Rojas (2017)	Santamaría (2017)	

3° Objetivo	Preguntas	Resultados		Antecedente	Teoría	Propuesta de Mejora
		SI	NO			
Estrategias de competitividad	13. ¿Cree usted que los productos que ofrecen las Mypes son innovadores?	34%	66%	Chininin (2017)	Maniviesa (S, f)	Hacer un estudio de mercado para determinar cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, para diseñar nuevos productos acorde a sus expectativas.
	14. ¿Se siente satisfecho con el producto que adquiere?	58%	42%	Montalván (2017)	Maniviesa (S, f)	
	15. ¿El trabajador conoce sobre el producto que ofrece?	78%	22%	Velásquez (2017)	Maniviesa (S, f)	
	16. ¿Le parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia?	72%	28%	Gallareta (2016)	Maniviesa (S, f)	Buscar nuevos mercados a nivel internacional, permite a las Mype distribuir su producto para aumentar las ventas, optimizar nuestros recursos financieros y productivos, mejorar la imagen de la marca o empresa y su capacidad competitiva.
	17. ¿Cree usted que las Mypes buscan nuevos mercados a nivel internacional?	0%	100%	Obando (2016)	Maniviesa (S, f)	
	18. ¿Cree usted que las Mype hacen uso de las tecnologías de información?	22%	78%	Cruz (2016)	Maniviesa (S, f)	

4° Objetivo	Preguntas	Resultados		Antecedente	Teoría	Propuesta de Mejora
		SI	NO			
Formas de la competitividad	19. ¿Usted percibe que el personal tiene experiencia en la venta del producto?	50%	50%	Arias (2016)	Anónimo (2005)	Invertir en publicidad por internet, ya que permite a las Mype una buena comunicación entre su negocio y sus clientes existentes y potenciales, además le permite conseguir nuevos clientes y descubrir oportunidades de negocio, logrando ser más competitivos.
	20. ¿Las Mype realizan publicidad para dar a conocer su producto?	26%	74%	Godoy (2016)	Anónimo (2005)	
	21. ¿Realiza descuentos a los clientes que adquieren el producto?	96%	4%	Castillo (2016)	Anónimo (2005)	
	22. ¿Las Mype les ofrecen productos de buena calidad?	83%	17%	Granadino (2016)	Anónimo (2005)	
	23. ¿Usted está a gusto con la atención que le brinda el personal?	74%	26%	Zapata (2016)	Anónimo (2005)	

LISTA DE MYPES EN ESTUDIO (VENTA DE MUEBLES)

Cantidad	Año de Inscripción	Contribuyente	Razón social	Ruc	Dirección
1	20/01/2011	Reynaldo Business Totales E.I.R.L	Reynaldo Business Totales E.I.R.L	20526295511	Calle Ignacio Merino N° 283 Sullana
2	09/04/2007	Moreto de Acha Amelia	Representaciones Karina	10034972775	Cal.siete nro. 132 buenos aires Piura - Sullana - Sullana
3	02/03/2009	Olivares Mogollón Luz Adela	Créditos La Economía	10035840309	A.H. El Obrero- Augusto B. Leguía 509 Mz, G4 L04
4	08/11/2000	Talledo Torres Guido Gerardo	Representaciones Talledo	10026513842	Centro De Sullana- Bernardo Alcedo 0 Mz 59 L1a
5	08/04/2011		Servicios generales "B R & J" S.R.L.	20526359934	Int. 1 cercado urbano Sullana Piura - Sullana - Sullana
6	30/11/2018	Ruiz Rentería Eduardo	Carpintería Metálica	10414638169	A.H.Santa Teresita- Buenos Aires 640
7	04/08/2011	Sánchez De Carrillo Gloria Elvira	Negocios Gloria	10036797644	A.H.El Obrero- Buenos Aires 808
8	22/09/2017	Aguilar Navarro Jorge Luis	Comercial Cristina	10445573979	Centro De Sullana- Bolognesi 205
9	25/01/2016	Ordinola Garrido Mario Sergio Alejandro.	Fabri muebles Metálica	10467686025	Cent.Pob.Barrio Buenos Aires- Dos 415
10	28/12/2013	Bautista Sánchez Carlos Alberto	Comercial Mendoza	10174485521	Centro De Sullana- De Lama, José 344 Sub L-B
11	22/06/2012	Alvarado Álamo Velia Soledad	Comercial María Alejandra	10036810560	Centro De Sullana- Ignacio Merino N° 225 Sullana
12	18/11/2014	Zapata Villegas David Daguer	Comercial "estrella"	10467772428	Cal.ignacio merino nro. 239 centro Sullana Piura - Sullana - Sullana
13	11/02/2011		Mueblería y decorativos m & S S.R.L	20526313276	Cal.ignacio merino nro. 275 cercado urbano Sullana Piura - Sullana - Sullana
14	17/07/2008	Montalbán Berru Manuel Jesús	"Comercial Montalbán"	10028424103	Cal.ignacio merino nro. 255 cent Sullana Piura - Sullana - Sullana
15	26/08/1997		Aceros muebles abad EIRL	20398401621	Call. José de Lama nro. J Int. 09 urb. Ramiro

CUADRO DE CÓDIGOS

Gestión de Calidad

Gerentes	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1
4	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1
5	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1
6	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1
7	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1
8	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1
9	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1
10	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
11	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
12	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
13	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
14	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
15	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
Porcentajes	1=100%	1=53%	1=33%	1= 7%	1=53%	1=40%	1= 100%	1= 0%	1= 100%	1= 20%	1= 33%	1= 60%
	2= 0%	2=47%	2=67%	2=93%	2=47%	2=60%	2= 0%	2=100%	2= 0%	2= 80%	2= 67%	2= 40%

Competitividad

Cientes	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11
1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

43	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
64	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
67	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
71	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
72	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
73	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
74	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
75	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
76	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
78	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
79	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
80	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
81	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
82	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
83	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
84	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
85	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
86	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
87	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1

88	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
89	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
90	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
91	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
92	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
93	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
94	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
95	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
96	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
97	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
98	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
99	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
100	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
101	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
102	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
103	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
104	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
105	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
106	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
107	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
108	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
109	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
110	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
111	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
112	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
113	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
114	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
115	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
116	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
117	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
118	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
119	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
120	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
121	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
122	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
123	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
124	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
125	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
126	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
127	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
128	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
129	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
130	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
131	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
132	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1

133	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
134	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
135	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
136	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
137	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
138	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
139	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
140	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
141	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
142	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
143	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
144	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
145	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
146	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
147	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
148	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
149	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
150	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
151	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
152	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
153	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
154	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
155	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
156	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
157	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
158	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
159	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
160	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
161	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
162	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
163	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
164	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
165	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
166	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
167	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
168	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
169	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
170	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
171	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
172	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
173	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
174	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
175	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
176	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
177	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1

178	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
179	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
180	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
181	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
182	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
183	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
184	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
185	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
186	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
187	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
188	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
189	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
190	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
191	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
192	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
193	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
194	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
195	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
196	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
197	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
198	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
199	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
200	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
201	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
202	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
203	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
204	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
205	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
206	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
207	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
208	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
209	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
210	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
211	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
212	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
213	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
214	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
215	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
216	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
217	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
218	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
219	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
220	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
221	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
222	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1

223	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
224	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
225	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
226	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
227	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
228	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
229	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
230	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
231	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
232	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
233	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
234	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
235	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
236	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
237	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
238	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
239	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
240	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
241	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
242	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
243	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
244	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
245	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
246	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
247	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
248	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
249	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
250	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
251	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
252	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
253	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
254	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
255	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
256	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
257	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
258	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
259	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
260	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
261	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
262	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
263	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
264	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
265	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
266	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
267	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1

268	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
269	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
270	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
271	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
272	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
273	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
274	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
275	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
276	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
277	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
278	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
279	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
280	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
281	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
282	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
283	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
284	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
285	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
286	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
287	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
288	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
289	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
290	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
291	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
292	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
293	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
294	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
295	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
296	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
297	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
298	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
299	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
300	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
301	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
302	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
303	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
304	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
305	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
306	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
307	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
308	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
309	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
310	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
311	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
312	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2

313	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
314	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
315	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
316	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
317	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
318	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
319	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
320	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
321	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
322	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
323	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
324	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
325	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
326	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
327	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
328	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
329	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
330	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
331	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
332	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
333	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
334	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
335	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
336	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
337	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
338	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
339	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
340	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
341	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
342	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
343	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
344	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
345	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
346	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
347	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
348	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
349	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
350	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
351	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
352	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
353	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
354	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
355	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
356	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
357	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2

358	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
359	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
360	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
361	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
362	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
363	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
364	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
365	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
366	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
367	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
368	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
369	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
370	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
371	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
372	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
373	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
374	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
375	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
376	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
377	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
378	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
379	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
380	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
381	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
382	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
383	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
384	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Porcentajes	1= 34%	1= 58%	1= 78%	1= 72%	1= 0%	1= 22%	1= 50%	1= 26%	1= 96%	1= 83%	1= 74%
	2= 66%	2= 42%	2= 22%	2= 28%	2=100%	2= 78%	2= 50%	2= 74%	2= 4%	2= 17%	2= 26%

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”

DOCENTE: Mg. Lic. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS

ESPECIALIDAD: ESTADÍSTICO


COLEGIADO: COESPE N°214

Validez y Confiabilidad:

Para evaluar el instrumento en su validez y confiabilidad se realizó una prueba piloto, a fin de garantizar la calidad de los datos. El instrumento se aplicó a 399 personas con el fin de explorar sobre la claridad y comprensión de las preguntas.

Validez: El instrumento que midió la “Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018” fue validado por expertos que acrediten experiencia en el área, para emitir los juicios y modificar la redacción del texto para que sea comprensible por el entrevistado.

Confiabilidad: La confiabilidad fue evaluada mediante el método de Alfa de Cronbach, utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versión 25. Dando el siguiente resultado:



.....
LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
COESPE 214
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR "CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE MUEBLES EN LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018"

VARIABLE GESTION DE CALIDAD:

Estadística de Fiabilidad	
Nº de Preguntas	Alfa Cronbach
12	0.890

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	17,00	9,571	,000	,898
P02	16,53	6,981	,852	,864
P03	16,33	7,095	,861	,864
P04	16,07	8,924	,377	,891
P05	16,53	6,981	,852	,864
P06	16,40	6,971	,875	,863
P07	17,00	9,571	,000	,898
P08	16,00	9,571	,000	,898
P09	17,00	9,571	,000	,898
P10	16,20	7,886	,651	,878
P11	16,33	7,095	,861	,864
P12	16,60	7,257	,753	,872

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 89.0 % de confiabilidad con respecto a 12 Preguntas (15 encuestados) de la Variable Gestión de la Calidad.


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

VARIABLE COMPETITIVIDAD:

Estadística de Fiabilidad	
N° de Preguntas	Alfa Cronbach
11	0.906

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	14,40	8,208	,703	,895
P02	14,64	7,876	,802	,888
P03	14,84	8,376	,749	,892
P04	14,78	8,091	,800	,889
P05	14,06	10,341	,000	,915
P06	14,28	8,733	,587	,901
P07	14,56	7,892	,782	,890
P08	14,32	8,499	,644	,898
P09	15,02	9,942	,308	,911
P10	14,89	8,756	,655	,898
P11	14,80	8,180	,789	,889

Podemos Determinar que el Instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 90.6% de confiabilidad con respecto a 11 Preguntas (384 encuestados) de la Variable Competitividad.


 LIC. IGNACIA ABIGAIL LOZANO RAMOS
 COESPE 214
 COLEGIO DE ESTADISTICOS DEL PERU


CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL EXPERTO: CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
PROFESIÓN : Lic. en Adm Empresas
DNI : 03694324

Por medio del presente hago constatar que he revisado con fines de validación el instrumento de Recolección de datos del trabajo de investigación "Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas Dedicadas a la Venta de Muebles en la Ciudad de Sullana, Año 2018", presentado por la estudiante Universitaria Emérita Surita Herrera, cursante del taller de titulación en Administración.

Una vez indicada las correcciones pertinentes considero que los instrumentos de recolección de datos son válidos para su aplicación.


Mg. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas
DOCENTE TUTOR ULADECH
CLAD 03509

ÍTEM RELACIONADOS CON LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD	ES PERTINENTE CON EL CONCEPTO		NECESITA MEJORAR LA REDACCIÓN		ESTENDENCIOSO , Y AQUIESCENTE		¿SE NECESITA MÁS ÍTEM PARA MEDIR EL CONCEPTO?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿La empresa define sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad?	X			X	X		SI () NO ()
¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Establecen programas para lograr los objetivos en el tiempo requerido?	X			X	X		SI () NO (X)
¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Mantiene una buena comunicación con sus colaboradores?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Supervisa las actividades que realiza su personal?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la calidad de la empresa?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Cuenta con un sistema de control de calidad de la empresa?	X			X	X		SI () NO (X)
¿La persona responsable tiene la capacidad para tomar buenas decisiones?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Realizan en equipo las actividades asignadas?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Participa el personal en la elaboración de los objetivos?	X			X	X		SI () NO (X)
¿La empresa vende productos de acuerdo a las expectativas de los clientes?	X			X	X		SI () NO (X)


1
Pauos

ÍTEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE COMPETITIVIDAD	ES PERTINENTE CON EL CONCEPTO		NECESITA MEJORAR LA REDACCIÓN		ESTENDENCIOSO, Y AQUIESCENTE		¿SE NECESITA MÁS ÍTEMS PARA MEDIR EL CONCEPTO?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
¿Cree usted que los productos que ofrecen las Mypes son innovadores?	X			X	X		SI () NO ()
¿Se siente satisfecho con el producto que adquiere?	X			X	X		SI () NO (X)
¿El trabajador conoce sobre el producto que ofrece?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Le parece que los precios de los productos son aceptables a los de la competencia?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Cree usted que las Mypes buscan nuevos mercados a nivel internacional?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Cree usted que las Mype hacen uso de las tecnologías de información?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Usted percibe que el personal tiene experiencia en la venta del producto?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Las Mype realizan publicidad para dar a conocer su producto?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Realiza descuentos a los clientes que adquieren el producto?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Las Mype les ofrecen productos de buena calidad?	X			X	X		SI () NO (X)
¿Usted está a gusto con la atención que le brinda el personal?	X			X	X		SI () NO (X)


 ING. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas
 DOCENTE TUTOR ULADECH
 CLAD 03509

PROGRAMA ANTIPLAGIO (TURNITIN)

Emerita surtia herrera Información del usuario Mensajes Estudiante Español Ayuda Cerrar sesión



Portafolio de la clase Mis notas Discusión Calendario

ESTÁS VIENDO: INICIO > CURSO CO-CUCURRICULAR

¡Bienvenido a la página de inicio de su nueva clase! Podrás ver todos los ejercicios de tu clase en la página principal de tu clase, así como ver información adicional acerca de los ejercicios, entregar tu trabajo y tener acceso a los comentarios para tus trabajos.

Mueve el cursor sobre cualquier elemento de la página principal de la clase para ver más información.

Página de Inicio de la clase

Esta es la página de inicio de su clase. Para entregar un trabajo, haga clic en el botón de "Entregar" que está a la derecha del nombre del ejercicio. Si el botón de Entregar aparece en gris, no se pueden realizar entregas al ejercicio. Si está permitido entregar trabajos más de una vez, el botón dirá "Entregar de nuevo" después de que usted haya entregado su primer trabajo al ejercicio. Para ver el trabajo que ha entregado, pulse el botón "Ver". Una vez la fecha de publicación del ejercicio ha pasado, usted también podrá ver los comentarios que le han dejado en el trabajo haciendo clic en el botón de "Ver".

Bandeja de entrada del ejercicio: curso Co-Cucurricular			
Información	Fechas	Similitud	
1ER AVANCE	Comienzo 26-ene.-2019 9:21AM Fecha de entrega 31-mar.-2019 11:59PM Publicar 31-mar.-2019 11:59PM	6%	Entregar de nuevo Ver
informe Final	Comienzo 13-mar.-2019 4:51PM Fecha de entrega 28-mar.-2019 11:59PM Publicar 28-mar.-2019 11:59PM	6%	Entregar de nuevo Ver