



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA  
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR  
COMERCIAL, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO  
DE SULLANA. AÑO 2018.**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Br. AYALA RAMOS, CARLO ERICK

ORCID 0000-0001-8940-1414

ASESOR

Dr. LINARES CAZOLA, JOSÉ GERMÁN

ORCID 0000-0002-7394-362X

CHIMBOTE – PERÚ

2019

## **EQUIPO DE TRABAJO**

**AUTOR** : **Br. Ayala Ramos, Carlo Erick**

**CÓDIGO ORCID** : 0000-0001-8940-1414

**ASESOR** : **Dr. Linares Cazola, José Germán**

**CÓDIGO ORCID** : 0000-0002-7394-362X

## **JURADO**

**PRESIDENTE** : **Mgtr. Chero Fernández, Armando**

**CÓDIGO ORCID** : 0000-0002-9193-0507

**MIEMBRO** : **Dr. Centurión Medina, Reinerio  
Zacarías**

**CÓDIGO ORCID** : 0000-0002-6399-5928

**MIEMBRO** : **Mgtr. Solano Castillo, Marlon  
Juniors**

**CÓDIGO ORCID** : 0000-0001-5584-0523

## **FIRMA DEL JURADO**

Mgtr. Chero Fernández, Armando

Presidente.

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Miembro.

Mgtr. Solano Castillo, Marlon Juniors

Miembro.

## **AGRADECIMIENTO**

Con profundo agradecimiento al Dr. José Germán Linares Cazola por su valioso asesoramiento, orientación y aporte en mi trabajo de investigación. Así mismo agradezco a mi madre Dora Elizabeth Ramos Lam, a mi tía Flor de María Ramos Lam, por su invalorable apoyo permanente e incondicional.

## RESUMEN

La investigación se ha elaborado en el marco de gestión de la calidad y la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes, se ha respondido la pregunta ¿existe un alto grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018? se buscó determinar la incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018. Se aplicó el método inductivo – deductivo, la investigación de tipo correlacional de nivel aplicativo, el diseño de la investigación no experimental de tipo transversal, se aplicó un cuestionario al total de la población de 291 organizaciones del sector comercial rubro abarrotes; un cuestionario elaborado con una confiabilidad Alfa de Cronbach de 0.88 (ver anexo 3). Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45.36% está de acuerdo en que la planificación estratégica ayuda a la Mype del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos; mientras que el 43.30% considera estar muy de acuerdo y el 11.34% se encuentra indiferente frente a la planificación. En definitiva, se concluyó que deben considerar la planificación como ente rector para generar calidad en sus negocios, de tal manera que superen a sus competidores reales y potenciales. Que la competitividad sea un factor para adaptarse al cambio, ya que depende de los clientes la permanencia de la Mype en el mercado.

Palabras claves: gestión de la calidad, competitividad, planificación estratégica, clientes.

## **ABSTRACT**

The research has been developed within the framework of quality management and competitiveness of Mypes in the commercial sector, grocery, has been answered the question is there a high degree of impact of quality management on the competitiveness of Mypes of the commercial sector, grocery sector of the district of Sullana. Year 2018? We sought to determine the incidence of quality management in the competitiveness of Mypes in the commercial sector, the grocery sector in the Sullana district. Year 2018. The inductive-deductive method was applied, the correlation research of the application level, the design of the non-experimental cross-sectional research, a questionnaire was applied to the total population of 291 organizations of the commercial sector, groceries; a questionnaire elaborated with a reliability of Cronbach's alpha of 0.88 (see annex 3). Of the total Mypes surveyed in the Sullana district, 45.36% agree that strategic planning helps the Mype of the commercial sector, the grocery industry to achieve its objectives; while 43.30% consider that they strongly agree and 11.34% are indifferent to planning. In short, it was concluded that they should consider planning as the governing body to generate quality in their businesses, in such a way that they outperform their real and potential competitors. That the competitiveness is a factor to adapt to the change, since it depends on the clients the permanence of the Mype in the market.

**Keywords:** quality management, competitiveness, strategic planning, clients.

## ÍNDICE

1. Título de la tesis (carátula).....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado .....	iii
4. Hoja de agradecimiento.....	iv
5. Resumen y abstract.....	v
6. Contenido (índice).....	vii
7. Índice de tablas, figuras y anexos.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Marco teórico.....	16
2.1. Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	16
2.2. Hipótesis.....	38
2.3. Variables.....	38
III. Metodología.....	40
3.1. El tipo y el nivel de la investigación.....	40
3.2. Diseño de la investigación.....	40
3.3. Población y muestra.....	41
3.4. Definición y operacionalización de las variables y los indicadores...42	
3.5. Técnicas e instrumentos.....	46
3.6. Plan de análisis.....	46
3.7. Matriz de consistencia.....	47
3.8. Principios éticos.....	47
IV. Resultados.....	48
4.1. Resultados.....	48
4.2. Análisis de resultados.....	55
V. Conclusiones y recomendaciones.....	72
Referencias bibliográficas.....	76
Anexos.....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de la población según consideración sobre la planificación estratégica como ayuda para conseguir sus objetivos en las Mype del sector comercial, rubro abarrotos.....	93
Tabla 2 Distribución de la población según conformidad de los planes tácticos de la Mype como ayuda para encontrar ineficiencias en sus operaciones.....	94
Tabla 3 Distribución de la población según manifestación sobre la planificación operativa como análisis de la situación financiera de la Mype e identificación de las debilidades y desarrollo para aumentar los beneficios.....	95
Tabla 4 Distribución de la población según consideración sobre la asignación de actividades de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype.....	96
Tabla 5 Distribución de la población según acuerdo de la buena asignación de sus recursos, permiten lograr con éxito los objetivos trazados por la Mype.....	97
Tabla 6 Distribución de la población estando definidas correctamente las responsabilidades de los colaboradores en la Mype del sector comercial, rubro abarrotos.....	98
Tabla 7 Distribución de la población sobre estimular a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor en su Mype.....	99



Tabla 8 Distribución de la población sobre intercambio de información y opiniones con los colaboradores, a fin de evitar errores de comunicación en su Mype.....	100
Tabla 9 Distribución de la población sobre incentivar a sus colaboradores para mejorar en sus actividades diarias en la Mype.....	101
Tabla 10 Distribución de la población sobre considerar que las remuneraciones de la Mype, está acorde con las expectativas del mercado local.....	102
Tabla 11 Distribución de la población sobre mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype.....	48
Tabla 12 Distribución de la población sobre supervisar directamente al colaborador en las acciones propias del trabajo en atención al cliente.....	103
Tabla 13 Distribución de la población sobre evaluar periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos.....	49
Tabla 14 Distribución de la población sobre la estabilidad de la Mype frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país.....	50

Tabla 15 Distribución de la población sobre considerar que la Mype es coherente en la validación de sus precios a razón de la competencia.....	104
Tabla 16 Distribución de la población sobre la existencia de una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia.....	105
Tabla 17 Distribución de la población sobre la Mype si cuenta con un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo.....	51
Tabla 18 Distribución de la población sobre el empleador que capacita constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios.....	106
Tabla 19 Distribución de la población sobre considerar que cuenta con los recursos humanos apropiados para brindar un buen servicio al cliente.....	107
Tabla 20 Distribución de la población sobre considerar apropiadamente todos los riesgos que pudieran afectar los objetivos de la Mype de manera significativa.....	52
Tabla 21 Distribución de la población sobre considerar que la Mype realiza supervisión de sus controles a un costo, nivel de esfuerzo o nivel organizativo que no sea consistente con el volumen de riesgos a mitigar a través de los controles.....	108

Tabla 22 Distribución de la población sobre utilizar el uso racional de los medios estratégicos para alcanzar sus objetivos en la Mype.....	109
Tabla 23 Distribución de la población sobre identificar al cliente plenamente, al momento de brindarle un producto o servicio.....	110
Tabla 24 Distribución de la población sobre escuchar al cliente de sus experiencias con otras Mypes del sector comercial, rubro abarrotes.....	111
Tabla 25 Distribución de la población sobre ser tolerante con el cliente de acuerdo a sus puntos de vista, criterios e interpretaciones.....	112

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Considera que la planificación estratégica ayuda a la Mype del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos.....	93
Figura 2 Es conforme que los planes tácticos de la Mype ayudan a encontrar ineficiencias en sus operaciones.....	94
Figura 3 Manifiesta que la planificación operativa analiza la situación financiera de la Mype e identifica las debilidades y desarrolla maneras de aumentar los beneficios.....	95
Figura 4 Considera que la asignación de actividades está de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype.....	96
Figura 5 Está de acuerdo que la buena asignación de sus recursos, permite lograr con éxito los objetivos trazados por la Mype.....	97
Figura 6 Están definidas correctamente las responsabilidades de los colaboradores en la Mype del sector comercial, rubro abarrotes.....	98
Figura 7 Estimula a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor en su Mype.....	99
Figura 8 Intercambia información y opiniones constantemente con sus colaboradores, a fin de evitar errores de comunicación en su Mype.....	100

Figura 9 Incentiva a sus colaboradores de alguna manera para mejorar en sus actividades diarias en la Mype.....	101
Figura 10 Considera que las remuneraciones de la Mype, está acorde con las expectativas del mercado local.....	102
Figura 11 Existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype.....	48
Figura 12 Supervisa directamente al colaborador en las acciones propias del trabajo en atención al cliente.....	103
Figura 13 Se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos.....	49
Figura 14 La Mype es estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país.....	50
Figura 15 Considera que la Mype es coherente en la validación de sus precios a razón de la competencia.....	104
Figura 16 Existe una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia.....	105

Figura 17 La Mype cuenta con un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo.....	51
Figura 18 El empleador capacita constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios.....	106
Figura 19 Considera que cuenta con los recursos humanos apropiados para brindar un buen servicio al cliente.....	107
Figura 20 Han sido considerados apropiadamente todos los riesgos que pudieran afectar los objetivos de la Mype de manera significativa.....	52
Figura 21 Hace la Mype una supervisión de sus controles a un costo, nivel de esfuerzo o nivel organizativo que no sea consistente con el volumen de riesgos a mitigar a través de los controles.....	108
Figura 22 Se utiliza el uso racional de los medios estratégicos para alcanzar sus objetivos en la Mype.....	109
Figura 23 Se identifica con el cliente plenamente, al momento de brindarle un producto o servicio.....	110
Figura 24 Escucha al cliente de sus experiencias con otras Mypes del sector comercial, rubro abarrotes.....	111

Figura 25 Es tolerante con el cliente de acuerdo a sus puntos de vista, criterios e interpretaciones.....	112
---	-----

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Aspectos administrativos del proyecto de investigación.....	80
Anexo 2 Cuestionario de la investigación.....	82
Anexo 3 Prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach.....	87
Anexo 4 Matriz de consistencia.....	88
Anexo 5 Prueba de validez: juicio de expertos.....	89



## **I. Introducción**

Las micro y pequeñas empresas han demostrado ser parte importante de la economía del País, ya que han generado puesto de trabajo decentes y rentables. Es por ello que han sido estudiadas desde diferentes sectores y rubros. Desde este contexto la presente investigación ha realizado un análisis muy minucioso del sector comercial, rubro abarrotes en el distrito de Sullana, bajo la conceptualización de dos variables que influyeron en los resultados obtenidos como son la gestión de calidad basado en una planificación efectiva, organización óptima, dirección eficiente y control racional que permitió garantizar las acciones en todos los procesos de la organización, y por otro lado la competitividad por el cual el micro empresario optó por tener un negocio fiable de los productos o servicios, contrarrestando la publicidad engañosa de las Mypes con capacidad de respuesta óptima frente a cualquier problema, que determine su seguridad en los controles de calidad de los productos y servicios con un valor agregado de empatía para con los clientes. Para tal efecto se consideró el estado del arte logrado por otras investigaciones bajo la misma variable; de tal modo, por ejemplo: benzaquen (2013) que en su investigación ha analizado el efecto de la calidad en las empresas latinoamericanas: el caso peruano. En el Perú, en los años 80 se comenzó a considerar a la calidad como una herramienta de gestión de suma importancia. Así, en 1989 se crea el Comité de Gestión de la Calidad (CGC), cuyo objetivo fue el de promover el desarrollo de la calidad en las empresas peruanas (Centro de Desarrollo Industrial, 2012). Lamentablemente debido a que no se establecieron ni los

niveles mínimos de calidad, ni el cumplimiento de estándares para determinados productos; el Perú se vio enfrentado al problema de la informalidad y con ello la propagación de productos de baja calidad en los mercados del país.

Como antecedente internacional. Según Lévano C. en su trabajo titulado elaboración de estadísticas de la micro y pequeña empresa. Su metodología: el país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Esta situación planteó grandes retos a los países y a las Mypes en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Esta tasa permitió que en un periodo de 15 años podamos reducir sustantivamente el 52% de pobreza, el 20% de extrema pobreza o las altas tasas de analfabetismo que actualmente tenemos. El procedimiento indica que: la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tuvo como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio. Ello quiso decir que es posible promover el desarrollo humano en nuestro país, teniendo a las Mypes como un componente clave. Para atender adecuadamente al mercado exterior es necesario que las Mypes, el estado, los gobiernos regionales, locales y el sector académico concierten un gran proyecto nacional para diversificar la oferta en mercancías tradicionales y no tradicionales, servicios, etc. Conclusiones: el desarrollo de

esta propuesta aportó al trabajo de investigación en temas relacionados a tener como base al capital social, es decir un capital humano lleno de salud, instruido, con vivienda digna y servicios de calidad como mínimo, pero también un capital social capaz de construir redes internas y externa que sean proactivas, flexibles y prestas a alinearse con los requerimientos del mundo moderno. Un tercer componente del capital social es provocar una profunda reforma en las estructuras sociales, políticas, culturales, educativas, etc., de nuestro país, en donde las Mypes deben ser incorporadas.

El informe de OIT de título pequeñas empresas, grandes brechas. Tuvo como metodología un panorama del empleo y los desafíos del trabajo decente de acuerdo a la estructura de las unidades productivas. En su procedimiento, se planteó que es esencial redoblar los esfuerzos para tener vigorosos ecosistemas empresariales que permitan a las MYPE a crecer y mejorar sus resultados para el desarrollo de los mercados de trabajo y el crecimiento del empleo en la región, así como para la transformación productiva y el aumento de la productividad de nuestras economías. El informe destaca que las MYPE generan cerca de 47% de los empleos de la región. Si se añaden los trabajadores por cuenta propia, suman 75% del total. En conclusión, este informe resultó beneficioso para la investigación porque se demostró que: las empresas grandes (incluyendo Sector Público) y medianas no alcanzan a generar 20% de los puestos de trabajo en América Latina y el Caribe. Las brechas también se manifiestan en la protección social. Sólo el 13% de los trabajadores por cuenta propia cotiza a un seguro de salud, y sube a 32% para las microempresas, hasta 86% en pequeñas empresas y pasa de 90% en las

grandes empresas, manifiesta el documento presentado por la OIT. También hay diferencias importantes en cuanto al nivel educativo. Entre trabajadores por cuenta propia solo el 12% tienen educación superior, 15% en las microempresas, 27% en las pequeñas empresas y poco más de 50% en las empresas grandes.

Como antecedente nacional. Según Velasco A. en su trabajo titulado las Mypes en el Perú, en su metodología manifestó que, la economía peruana tuvo mejoras significativas; muchas de sus cifras alentadoras se debieron a la gran participación que han tenido las Mypes en el país. Los datos proporcionados por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) indicaron la importancia de este tipo de empresas en el Perú. En su procedimiento se resalta que: de un promedio de 659,000 empresas formales existentes, el 98,4% son Mypes; aproximadamente el 42% de la producción nacional es proveída por ellas, y son generadoras del 88% del empleo privado en el país. A pesar de ello, recién en el 2003 el estado aprobó el marco regulatorio para la promoción de la Mypes, y nombró al MTPE como ente rector para delinear las políticas nacionales de promoción de las Mypes y coordinar con las entidades de los sectores público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales. En conclusión, en otros países de Latinoamérica, las políticas de regulación, apoyo y promoción a la Mype se iniciaron muchos años atrás. En el contexto del mundo globalizado y competitivo, los empresarios enfocaron sus objetivos a la mejora y perfeccionamiento de sus competencias, tanto técnicas como de gestión, siendo estos elementos claves para el éxito de los negocios.

Como antecedente regional. En la región Piura, según la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAHO) para el año 2015. En su metodología, el tamaño de empresa, las MYPES absorbieron el 31.9 % de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, esto es 283 mil 701 trabajadores. En su procedimiento. La mayor cantidad de trabajadores se encontraron en las ramas de actividad económica extractiva con 34.9 % y servicios con 24.4 %, así lo dio a conocer el Observatorio Socio Económico Laboral (OSEL) de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo. En conclusión, del total de trabajadores que integraron las MYPES el 77.6 % son hombres; según grupos de edad los ocupados se concentran en la población de 14 a 29 años, en un 38 % y de 30 a 59 años un 57 %; y según nivel educativo culminado lo conformaron en mayor parte aquellos que culminaron la primaria y secundaria.

Como antecedente local. En el distrito de Sullana, según fuente del Diario el Regional Piura de fecha 01 de julio del 2015, la Municipalidad de Sullana, como metodología permitió empoderar a las Mypes y que puedan sacar adelante diversos proyectos en beneficio propio y de muchas comunidades, y en su procedimiento lo que significó agilizar la economía local con diversos negocios en los rubros de servicios, comercio, productivos, agroindustriales, pecuarios, etc. generando, además, diversos puestos de trabajo directos e indirectos. En conclusión, se explicó que esta capacitación a los emprendedores de las Mypes permitirá el conocimiento de habilidades y destrezas en temas vitales que los atañe como son: formalización de micro y pequeñas empresas,

competitividad, marketing, mercados, la asociatividad, cómo venderle al estado, legislación laboral, entre otros.

Según datos tomados por el diario el comercio de fecha 20 de marzo del 2017. El niño costero no da tregua, sobre todo al norte del Perú. Las lluvias y los huaicos continuaron dejando más damnificados y poblados aislados, por lo que hasta ahora cualquier balance de los daños es solo preliminar. No hay actividad económica en que el niño costero haya pasado desapercibido. Es así como desde los más pequeños hasta los más grandes negocios del sector comercio sufrieron también las consecuencias de la furia de la naturaleza, aunque con distinta intensidad. La ciudad de Sullana, que vino con un comportamiento comercial bastante dinámico, hoy se ha frenado, comentó César Peñaranda, Director Ejecutivo del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima. Asimismo, indica que, si bien este fenómeno los agarró preparados, igual tuvieron que reforzar las medidas de seguridad ante la inclemencia de la naturaleza. En conclusión: la infraestructura moderna debió ir acompañada también de una infraestructura pública del mismo nivel. Esta situación complicó el panorama para los comerciantes con puerta a la calle, porque debieron afrontar una caída en las ventas ante la dependencia del comercio del resto de actividades productivas.

Se planteó el problema que, en ausencia del conocimiento de los dueños, gerentes o representantes legales de las Mypes en temas relacionados a la gestión de la calidad y el grado de incidir significativamente en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018, se generó una baja rentabilidad en los negocios por la

falta de adaptarse al nuevo entorno que sugirió un cambio inmediato que genera el gestionar calidad en los servicios. Existió una gran insatisfacción por parte de los clientes que generaron valor, rentabilidad, estabilidad, permanencia en el mercado y sobre todo fidelidad. Lo que se pretendió lograr con el presente trabajo de investigación es dar a conocer a los dueños, gerentes o representantes legales de las 291 Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, que, si se generó una buena gestión de la calidad en sus procesos, procedimientos, logrará ser una Mype competitiva en el mercado y de esta manera se manifestó los intereses comunitarios tanto del cliente como del dueño, gerente o representante de la Mype. Se planteó el problema a través de la siguiente pregunta de investigación: ¿existe un alto grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018?

El objetivo general buscó determinar la incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018. Se formularon los siguientes objetivos específicos: a) Identificar las características de la gestión de calidad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. b) Describir el nivel de competitividad que tienen las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. c) Determinar el grado de la incidencia que tiene la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Sullana.

En su justificación teórica el motivo principal de esta investigación se fundamentó en que las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito

de Sullana brindaron una adecuada gestión de la calidad al servicio del cliente, con sus recursos humanos altamente competitivos y con productos de calidad. Ya que de esta manera incidió significativamente en la competitividad, manteniéndose las Mypes en el mercado a través de los tiempos. Generó la fidelidad de sus clientes. El estudio de investigación benefició a la comunidad científica, empresarios e investigadores. Como vacío teórico: por muchos años la gestión de la calidad no fue considerada, como un medio de transporte para la clave del éxito y el modelo de estudio del consumidor en la era de la modernización y las tecnologías de la información y las comunicaciones.

En su justificación práctica, la presente investigación dio paso a una aplicación valorada a los comerciantes de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Generó en sus Mypes un aumento en la productividad, posicionamiento de su mercado y mejora de la calidad de sus productos y servicios ofertados. Recepcionó los puntos de vista de los entrevistados y se pudo mejorar la calidad de las Mypes y apoyó a que las Mypes sean cada día más competitivas en el mercado, superando las expectativas de sus clientes.

En su justificación metodológica se emplearon instrumentos y técnicas de investigación como encuestas, y la observación; a los microempresarios del distrito de Sullana, sector comercial rubro de abarrotes y se consideró el tamaño de cada microempresa. Esta información fue validada y procesada estadísticamente y con las inferencias y las pruebas de hipótesis, correspondientes. Constituyó un aporte a la investigación científica, que permitió estudiar a los mercados y al comportamiento de los clientes.



En su justificación social, el pensamiento del encuestado de las Mypes del sector comercial rubro abarrotes del distrito de Sullana, permitió beneficiar a la sociedad con los resultados de la investigación. Se conoció la realidad problemática que persistió en las Mypes en temas relacionados a la gestión de la calidad y su alto grado de incidencia en la competitividad. Mejoró la promoción del desarrollo económico, infraestructura económica y su débil nivel de competitividad de las Mypes. A favor de los habitantes del distrito de Sullana, que fueron atendidos con calidad y calidez.

El cuestionario fue aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las Mypes del ámbito de estudio, estuvo conformado por cuatro partes: la primera parte trató sobre los datos generales del representante legal de las Mypes. La segunda parte describió las principales características de las Mypes. En la tercera parte detalló la variable independiente del trabajo de investigación: de la gestión de calidad de las Mypes. Finalizando el presente cuestionario la cuarta parte como variable dependiente: de la competitividad de las Mypes. Como resultado de que la distribución de la población sobre mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 40.21% es solo eficaz, mientras que el 32.30% considera que es muy eficiente y eficaz, el 26.80% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz, referente a que existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype. Para el procesamiento, análisis de interpretación de los datos se utilizó la estadística

descriptiva e inferencial. El software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables fue el SPSS versión 21.

Las variables que se trataron en el presente trabajo de investigación son gestión de calidad y competitividad. De tal manera que, se crearon las condiciones básicas para enfrentar los problemas coyunturales relacionados al tema de gestión de calidad, asumiendo que los resultados positivos de los últimos cuatro años de crecimiento en el País sirvieron para un segundo periodo, en donde nos acercarnos a niveles suficientes superando el 7% de crecimiento anual. Esta posibilidad y las políticas de distribución equitativa de la riqueza sentaron las bases para una nueva perspectiva en el País dándole a las Mypes un papel fundamental en el desarrollo nacional, regional y sobre todo local, promoviendo su gestión de la calidad e incrementando la competitividad, en la perspectiva se mejoró su participación en los mercados. Según el Centro de Asesoría Micro Empresarial (CAM) de la Universidad de Piura.

Las limitaciones del estudio: renuencia por parte de los dueños, gerentes o representantes de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes en ser encuestados y en proporcionar la información correspondiente, con la finalidad de realizar el diagnóstico de su Mype; poca participación por parte de los encuestados, ya que no se tenía conocimiento de las variables de gestión de la calidad y la competitividad; desidia por parte de los encuestados a la capacitación y asesoramiento por parte del encuestador/investigador.

El aporte a la disciplina profesional de administración. El pensamiento del encuestado de las Mypes del sector comercial rubro abarrotes del distrito de Sullana, permitió no sólo beneficiar al investigador, sino también a la sociedad en su conjunto con los resultados de la investigación. Se conoció la realidad problemática que persiste en las Mypes en temas relacionados a la gestión de la calidad y su alto grado de incidencia en la competitividad. Mejoró la promoción del desarrollo económico, infraestructura económica y su débil nivel de competitividad de las Mypes. A favor de los habitantes del distrito de Sullana, para que sean atendidos con calidad y calidez. Por lo que el presente trabajo de investigación, permitió al investigador conocer la realidad problemática, enriquecer su experiencia profesional, plasmar acciones correctivas y de esta manera asesorar en temas relacionados a las Mypes.

La investigación se elaboró en el marco de gestión de la calidad y la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes, se ha respondido la pregunta ¿existe un alto grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018? se buscó determinar el grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018. Se aplicó el método inductivo – deductivo, la investigación de tipo correlacional de nivel aplicativo, el diseño de la investigación no experimental de tipo transversal, se aplicó un cuestionario al total de la población de 291 organizaciones del sector comercial rubro abarrotes; un cuestionario elaborado con una confiabilidad Alfa de Cronbach de 0.88 (ver anexo 3). Del total de las Mypes encuestadas en el

distrito de Sullana, el 45.36% está de acuerdo en que la planificación estratégica ayuda a la Mype del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos; mientras que el 43.30% considera estar muy de acuerdo y el 11.34% se encuentra indiferente frente a la planificación. En definitiva, se concluyó que deben considerar la planificación como ente rector para generar calidad en sus negocios, de tal manera que superen a sus competidores reales y potenciales. Que la competitividad sea un factor para adaptarse al cambio, ya que depende de los clientes la permanencia de la Mype en el mercado.

La unidad de análisis de la investigación fueron las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018. Se observó de manera directa la gestión de calidad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana y su alto grado de incidencia en la competitividad, permitiendo conocer la predisposición de las organizaciones hacia el cambio y tratando de mejorar en aspectos relacionados a la calidad y brindando un servicio óptimo que supere las expectativas de los clientes.

Los resultados más relevantes. Considera que la planificación estratégica ayuda a la Mype del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45.36% está de acuerdo, mientras que el 43.30% considera que está muy de acuerdo y el 11.34% se encuentra indiferente. (Tabla 1). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por Benzaquen (2013), en su trabajo titulado: calidad en las empresas latinoamericanas: el caso peruano. En el Perú, en los años 80 comenzó a considerar a la calidad como una herramienta de gestión de suma importancia. Así, en 1989 se crea el Comité de Gestión de la

Calidad (CGC), que en la actualidad incorpora a 21 organizaciones gremiales y educativas y desde 1991 se organiza la Semana de la Calidad cuyo objetivo fue el de promover el desarrollo de la calidad en las empresas peruanas (Centro de Desarrollo Industrial, 2012).

Considera que la asignación de actividades está de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 39.18% está de acuerdo, mientras que el 36.08% considera que está muy de acuerdo, el 20.62% es indiferente y el 4.12% está en desacuerdo. (Tabla 4). Todos los datos son compatibles con el estudio realizado por el Centro de Asesoría Micro Empresarial (CAM) de la Universidad de Piura. En opinión de Brenda Silupú, los problemas a enfrentar son los siguientes: estrategias para enfrentar problemas coyunturales. Efectos del niño costero; falta de gestión empresarial; alta tasa de mortandad especialmente en los primeros años de operación; el empresario dedica la mayor parte de su tiempo a actividades operativas y no directivas se limitó a administrar su liquidez y trabaja poco por la rentabilidad de la empresa; el empresario no delega responsabilidades; poca claridad en las funciones de los miembros de la empresa.

En este ámbito se ha obtenido que: la Mype es estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 51.20% es poco formal, mientras que el 27.49% considera que es regularmente formal, el 19.24% es totalmente formal y el 2.06% poco informal. (Tabla 14). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por Lévano C. El país y el mundo avanzan

a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Esta situación planteó grandes retos a los países y a las Mypes en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Esta tasa permitió que en un periodo de 15 años se redujé sustantivamente el 52% de pobreza, el 20% de extrema pobreza o las altas tasas de analfabetismo que actualmente tenemos. Significó que es posible promover el desarrollo humano en nuestro país, teniendo a las Mypes como un componente clave. Para atender adecuadamente al mercado exterior es necesario que las Mypes, el estado, los gobiernos regionales y el sector académico concierten un gran proyecto nacional para diversificar la oferta en mercancías tradicionales y no tradicionales, servicios, etc. El reto económico de la banca y del país es el financiamiento de las empresas corporativas y agro industriales de alto impacto económico y social. El reto de las instituciones financieras especializadas en el financiamiento de las Mypes es la oferta organizada de las Mypes atendió la oportunidad de negocios de producir bienes y servicios que las empresas corporativas requirieron y el reto del Estado dio un marco jurídico viable y el apoyo necesario para la articulación productiva de las Mypes con la mediana y gran empresa, en un clima de estabilidad y confianza.

En el apartado I; se realizó la revisión literaria profundizando la indagación desde la perspectiva de las fuentes documentales propias de la problemática real de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes como base fundamental del trabajo de investigación. Las personas adquieren creencias y actitudes y la

imagen de la marca del consumidor varía con sus experiencias filtradas a través de los efectos de percepción selectiva y retención selectiva. Se tomó en cuenta: planteamiento del problema, objetivos, justificación de la investigación, marco teórico - conceptual de la investigación; que son considerados tan valiosos y aceptados como verdades sustentadas con firmeza para el logro de nuestros objetivos.

En el apartado II; se propuso la metodología a utilizar en el marco de la teoría práctica de la actividad empresarial. Esta clase de investigación cuantitativa fue lo más “objetiva” posible, evitando que afecten las tendencias del investigador. Nos brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de los fenómenos, además de que facilitó la comparación entre estudios similares. Se tomó en cuenta: tipo, nivel, diseño, universo y muestra, definición y operacionalización de las variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos, plan de análisis y matriz de consistencia de la investigación.

En el apartado III; se habló de los principios, referencias bibliográficas y anexos. Que de alguna manera nos permitió solucionar el problema incorporando nuevas tendencias de responsabilidad social, promoviendo y promocionando la calidad de las Mypes en el sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana.

## **II. Marco Teórico**

### **2.1. Bases teóricas relacionadas con el estudio**

El presente trabajo de investigación asoció el grado de incidencia que tiene la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Sullana, se hizo un contraste entre las variables en estudio.

#### **Gestión de calidad**

Hoy en día hablar de gestión de la calidad, es estar a la vanguardia, es permitir a nuestros negocios perdurar a través de los tiempos, puesto que es una herramienta que nos permite maximizar nuestra rentabilidad, controlar nuestras existencias, rotar nuestros inventarios al menor costo posible y enfrentar problemas como efectos del niño costero; falta de gestión empresarial, entre otros. Rhea, E. (2010) afirma:

gestión es la actividad principal de todos los que involucran una organización manteniendo un fin común mediante la determinación de políticas, normas, reglamentos, estatutos, designando responsabilidades y con el propósito de mantener y mejorar un sistema de gestión de calidad. La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados (p.57).

Aplicando técnicas y estrategias adecuadas para lograr su competitividad y por consiguiente lograr la fidelización de nuestros clientes actuales y potenciales. Gestionar calidad en nuestros negocios, es



dar un paso delante de nuestros competidores, ya que hoy en día nuestros clientes esperan recibir productos y servicios de calidad. Consideramos que el cliente tiene la última palabra y para ello debemos saber sus gustos y preferencias.

Los dueños, gerentes o representantes de las Mypes del sector comercial rubro abarrotes, carecen de liderazgo para afrontar nuevos retos por lo que la falta de gestión empresarial agudiza la alta tasa de mortandad especialmente en los primeros años de operación. Por lo que, dentro del contexto de las planificaciones, la estratégica ayuda significativamente a la Mype a conseguir sus objetivos trazados, considerando que los planes tácticos de la Mype ayudan a encontrar ineficiencias en sus operaciones con la finalidad de reestructurar los procesos o procedimientos. Castro, E. (2010) afirma “la estrategia de liderazgo en costos se basa en lograr un costo final mínimo respecto a la competencia, junto con una calidad aceptable y una política de precios que permitan alcanzar un volumen de ventas y un crecimiento del mercado” (p.258). Se debe tener en consideración una lista de proveedores que puedan surtir su negocio al menor costo posible, mejorando los precios existentes del mercado. Ello permitirá vender productos accesibles a la economía de nuestros clientes.

La estrategia de diferenciación del producto, se determina por marcas, que se encuentran segmentadas en la mente de los consumidores, es por tal motivo que debemos conocer a nuestros clientes, dialogar con ellos para saber y determinar qué productos vamos a comprar a nuestros proveedores. Castro, E. (2010) afirma “la estrategia de diferenciación trata de lograr

poder de mercado, lo que se quiere es conseguir que el mercado acepte un producto o servicio superior a la competencia o tenga más demanda a igualdad de precio” (p.260). Nuestras decisiones como gerentes, representantes y dueños de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes serán la clave del éxito o fracaso de nuestros negocios.

Con la estrategia de segmentación de mercado, podemos plasmar una buena visión de estrategia empresarial y vender nuestros productos o servicios al máximo nivel de ventas a nuestros clientes. Castro, E. (2010) afirma “la estrategia de enfoque se centra en la actuación de un grupo o un mercado específico de compradores. Requiere un adecuado entendimiento de los consumidores de dicho segmento y el desarrollo de una oferta especialmente dirigida a atender sus necesidades” (p.261). La idea es saber y conocer el nivel socioeconómico de nuestros clientes y hasta cuanto pueden pagar por nuestros productos y servicios. En definitiva, gestar calidad es obtener de nuestros clientes el aprecio y consideración, líneas anteriores se mencionaba de la fidelización de nuestros clientes, el superar las expectativas de ellos y maximizar nuestra rentabilidad en nuestros negocios es una gran satisfacción como dueño, gerente o representante de la Mypes.

Dentro de la planificación debe ser considerada la operativa, puesto que analiza la situación financiera de la Mype e identifica las debilidades y desarrolla maneras de aumentar los beneficios de la misma. En términos de calidad total se deberá implementar un plan empresarial basado en un procedimiento de calidad que involucra a todos colaboradores, es decir,

una estrategia completa por la cual la Mype utiliza todos los recursos para satisfacer a sus clientes en calidad, costo y plazo. Rhea, E. (2010) afirma “la calidad total es una alusión a la mejora continua, con el objetivo de lograr la calidad óptima en la totalidad de las áreas, reconociendo la gestión de la calidad en base a la cultura de una empresa” (p.71). Se debe desarrollar un espíritu de calidad y todo el equipo deben compartirlo para que la gestión de calidad total tenga éxito en las Mypes que la aplican.

No podemos dejar de lado que el producto viene acompañado con el servicio que ofrece el vendedor, por lo que el vendedor es la carta de presentación de la Mype. Se deberá tener empatía con los clientes para conocer sus gustos y preferencias. El servicio pre-venta, así como el post-venta debe estar marcado con las estrategias necesarias, para que la comunicación sea fluida y se llegue a un buen acuerdo con el cliente. Todo establecimiento o punto de venta deberá tener un libro de reclamaciones, para que de esta manera podamos saber cómo está marchando nuestra Mype, no sólo en la calidad del producto sino también del servicio. Debemos ser conscientes que la capacitación en el trabajador es muy importante, porque va a incidir en la atención - ventas - rentabilidad de la Mype. Espinoza, R. (2014) afirma:

las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Es muy relevante el tema de gestión empresarial, en el ámbito del sector comercial, aplicando las 4 p's en la estrategia del marketing que se

refieren al producto, precio, plaza y promoción pensando como motor principal al mercado que viene a relacionarse con el cliente meta y su posicionamiento deseado. El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. El producto que se ofrece debe ser de buena calidad, orientado a la satisfacción de los clientes. Los productos que se venden deberán tener las respectivas autorizaciones sanitarias, valores nutricionales (alimentos y bebidas) y/o porcentajes de cada compuesto (productos de higiene), así como las fechas de producción y vencimiento y con su respectivo sello o marca de seguridad, para evitar la publicidad engañosa (p.1).

El dueño, gerente o representante de la Mype del sector comercial, debe apostar con productos que se encuentran presentes en la mente del consumidor, con la finalidad de tener un mejor alcance de venta en los puntos de venta.

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costos, competencia, etc. Espinoza, R. (2014) afirma:

el precio deberá ser regulado por el mercado, tomando en consideración el producto en relación con nuestros competidores. Que la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto sea factible y al alcance de los mismos. El precio del

producto deberá ser el justo, para mantener en contacto a nuestros clientes, no deberán existir variaciones, en temporadas bajas y si es posible mantener los precios en todo el año a medida que tengamos las reservas apropiadas en nuestros almacenes. En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta (p.2).

La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. La plaza deberá incluir actividades de la Mype encaminadas a que el producto esté disponible para los clientes meta. Con canales, cobertura, ubicaciones, inventario, transporte y logística adecuados para reforzar el tema de la gestión de la calidad en los proceso y procedimientos, obteniendo un producto final que satisfaga las necesidades del usuario interno y externo. Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: Venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas. La promoción; se refiere a las actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes meta a comprarlo. Como parte de la estrategia del marketing y en relación a los estudios de mercado se pueden realizar descuentos, sorteos, condiciones de pago a nuestros clientes más antiguos, entre otras acciones a tomar en relación a promocionar y a fidelizar a nuestros clientes.

Considerando que la asignación de actividades está de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype, la buena asignación de sus recursos, permite lograr con éxito los objetivos trazados. Esta definición correcta de responsabilidades, deberá ser tomada en consideración por el dueño, gerente o representante de la Mype, el estimular a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor dentro de sus actividades cotidianas. El empleador capacita constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios, considerando que se cuenta con los recursos humanos apropiados para brindar un buen servicio al cliente. Gutiérrez, S., Mercedes, A. (2008) afirma “la GCT es una estratégica que permite lograr ventajas competitivas en costos y en diferenciación a través de acciones orientadas hacia el cliente y la cohesión de los recursos de la empresa. Este enfoque propone la estrategia del negocio” (p.6). Es una herramienta para mejorar la dirección de recursos humanos, así como de otros que la contemplan desde el marketing como un instrumento útil para crear una organización orientada al cliente.

Dentro de la jerarquía de necesidades humanas, se encuentra la de fisiología: el respirar, alimentarse, descanso, etc. Es necesario tomar conciencia que la venta de productos del rubro abarrotes beneficiará a la población en su conjunto y las acciones que se realicen fortalecerán las decisiones de los consumidores. Bassetto, G. (2014) afirma “las necesidades humanas tienden a ser infinitas; que varían de una cultura a otra, y que son diferentes en cada período histórico. Pero tales suposiciones son incorrectas, que consiste en confundir las necesidades con los

satisfactorios de esas necesidades” (p.3). La única forma de obtener un liderazgo en el mercado es sincerar sus productos y servicios a los clientes, dejando de lado la publicidad engañosa, tanto en la venta del producto como de sus beneficios o bondades.

Dentro de esta coyuntura uno de los problemas a enfrentar en las Mypes del sector comercio se encuentra en los efectos del niño costero, por lo que la Mype deberá ser formal y estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el País. Por lo que es importante considerar un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo. Es propicio considerar apropiadamente todos los riesgos que pudieran afectar los objetivos de la Mype de manera significativa, ya que si no hay una buena organización la Mype puede quebrar. En este contexto la Mype deberá realizar una supervisión de sus controles a un costo, nivel de esfuerzo o nivel organizativo que no sea consistente con el volumen de riesgos a mitigar a través de los controles. Camisón, C., Cruz, S., Gonzáles, T. (2006) afirma “los programas de mejora de la calidad deben ahora plasmarse constantemente en actividades para la mejora continua del diseño del producto y la gestión de los procesos” (p.249). La gestión de la calidad aporta elementos de interés tanto para competir por costes como para diferenciarse de la competencia, según el objetivo que se marque a los proyectos de mejora. Ni siquiera el enfoque más global y avanzado de gestión de la calidad, la GCT, puede asimilarse como una opción estratégica alternativa y singular. Los componentes de un sistema de gestión de la calidad basado en la GCT, tanto en cuanto a principios como

a prácticas, pueden ser útiles en la definición y en la implantación de la estrategia competitiva. Pero una cosa es leer la calidad del servicio, la reputación de calidad o la satisfacción del cliente como activos intangibles valiosos que son origen de ventajas competitivas sostenibles, y otra equiparar la senda para su logro exclusivamente con la función directiva conocida como gestión de la calidad.

La norma ISO 9000:2000, en sus 8 principios de la gestión de la calidad abarca el enfoque al cliente, referente a sus gustos y preferencias y satisfacer sus expectativas en relación a la calidad del producto y a la atención personalizada que brinden los trabajadores de las Mype. Hernández, C. (2011) afirma “la experiencia acumulada por la implementación de las normas ISO 9000 en cientos de miles de organizaciones en todo el mundo indican la necesidad de mejorarlas, hacerlas más amigables sobre todo para la pequeña y mediana empresa” (p.1). El valor agregado es muy importante para los clientes, porque ello con el transcurrir del tiempo se va a convertir en un voto de confianza para la Mype y por ende la fidelización de nuestros clientes.

El liderazgo, deberá estar focalizado a razón de la participación de la Mype, en relación a otras Mypes. Para ello se deberá marcar la diferencia con estrategias adecuadas que fortalezcan las decisiones tomadas por el dueño, gerente o representante de la Mype. No será fácil mantener el liderazgo, existiendo muchas Mypes competitivas en el mercado. Pero el concepto de adaptarse al cambio será muy importante en la participación activa de cada una de ellas, por lo que se espera siempre una renovación e



idea de anticipación a los deseos, ideas y pensamientos de nuestros clientes. Hernández, C. (2011) afirma:

los líderes establecen la unidad de propósito y dirección de la organización. Ellos deben crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente para lograr los objetivos de la organización. La Participación del personal, en cada una de las áreas de las Mypes será muy importante en el desempeño de sus funciones, siempre y cuando exista la adecuación al perfil del puesto de trabajador. Para ello el dueño, gerente o representante de la Mype, deberá escoger a las personas idóneas que ocupen los puestos y que se desempeñen con mucho ánimo y entusiasmo en lo que realizan. Así como la empatía que puedan tener para con los clientes a medida que se van desarrollando o perfeccionando su labor, la atención que se brinde será de buena calidad. (p.1).

La mejora continua en la Mype, permitirá cumplir con los objetivos trazados en la Institución. Favorece positivamente en los negocios, debido a una reingeniería en cada una de las áreas. Es muy importante tratar este tema porque nos estamos refiriendo a la calidad de los procesos y productos. Logrando de esta manera la efectividad en la atención a favor de los clientes. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. La Mype deberá tener una cartera de proveedores que le permita contar con ellos, a fin de mantener abastecido su almacén, es indispensable contar con una carta de garantía que nos respalde en los momentos bajos del negocio. Para mantener nuestra fidelidad con nuestros proveedores debemos de

hacernos conocidos como un negocio serio que cumple con sus compromisos a pesar de los tiempos en los que vivimos. Esto ayudará a mantener un vínculo de amistad, a favor de nuestras Mypes.

Enfoque de procesos, sin lugar a dudas que cada uno de los procesos deberá estar plasmado como un instrumento de gestión, que ayude a mejorar la situación de cada uno de los procedimientos que se realicen en las Mypes. Para ello se deberá conocer bien de los procedimientos, para poder detallarlos y mejorar sus acciones. Es muy importante del detalle, sus respectivos flujogramas que fortalecerán la toma de decisiones a favor de la Mype y de sus clientes. El enfoque de sistema para la gestión, en este mundo donde cada día existe un impacto muy significativo con la globalización. Podemos manifestar que las tecnologías de la información y las comunicaciones han estrechado vínculos en los negocios y mucho más en las Mypes que logran posicionarse en el mercado, para ello se toma en cuenta dos factores muy importantes: a. La atención que se le brinda al cliente desde la venta y post venta. Se deberá tener un catálogo de productos que se venden, con sus respectivos precios para dar a conocer al cliente. Así como una base de datos con la relación de clientes y sus datos personales, para aplicar estrategias de marketing y publicidad. b. Las existencias con las que se cuenta en el almacén de la Mype, con una buena base de datos me permitirá saber lo que tengo y lo que deberá de tener, aplicando una rotación de inventarios adecuados, evitando pérdidas en los productos, ya sea por fecha de vencimiento, sobreabastecimiento o por pérdida de los productos. Hernández, C. (2011) afirma:

un cambio en la cultura organizacional de las Mypes del sector comercio, rubro de abarrotes, logará identificar las características principales de la gestión de la calidad: sistemas ISO 9001, gestionar y controlar los procesos, garantizar el cumplimiento de los requisitos de los clientes, aumentar la relación y control de proveedores, seguimiento y medición de los procesos, integración con otros sistemas, estructurado según el ciclo de mejora continua y permitiendo la certificación (p.2).

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión, básicamente para tomar una decisión, debemos de basarnos en informaciones de años pasados, puesto que esto nos permitirá ver por la realidad que estamos pasando en la Mype, y si es que en años pasados se puede observar algo muy parecido a la actualidad. Estas acciones nos permitirán conocer hacia donde podemos ir y que acciones podemos tomar para solucionar un problema. No olvidemos que las decisiones que se tomen hoy repercutirán positiva o negativamente en la actualidad.

### **Competitividad**

Para lograr ser competitivos se necesitó trabajar una serie de estrategias que nos permitieron diferenciarnos de nuestros competidores, desde el talento humano hasta las marcas que ofrecemos. La idea es convencer a nuestros clientes que son nuestra prioridad y sobre todo que son la razón de ser del negocio. Rojas, P., Sepúlveda, S. (2015) afirma “la competitividad se constituye como el objetivo global de la dimensión

económica, cuya interacción con las dimensiones social, ambiental y político-institucional, conforman el proceso de desarrollo sostenible” (p.9). Existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas y, al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y, al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, estas palabras tienen el privilegio de moldear conductas y perspectivas, así como, pareciéndose más a herramientas de evaluación, ejercer influencia en la vida práctica. Una de estas palabras mágicas es competitividad.

Para lograr ser competitivos en un mundo tan globalizado, debemos tener en cuenta cuatro factores importantes que nos ayudan a marcar la diferencia de un negocio y de otro. Sánchez, J. (2014) afirma:

la innovación; es el resultado de mantenerse constantemente en cambios en nuestra Mype, lo que origina un mayor dinamismo en las entradas, procesos y salidas. En un ambiente donde perdura el más fuerte, debemos de dar paso a insumos, equipos de calidad. La tecnología; debe ir de la mano con el avance de la Mype. Obtener medios informáticos para la base de datos, emisión de boletas de venta o facturas, para mantener actualizados tus inventarios, para las comunicaciones vía internet con sus proveedores, ventas con tarjetas de débito o crédito, con el fin de mantener a nuestros clientes satisfechos con la atención que se les brinda en el día a día (p.280).

La estrategia; es un componente importante que brinda una garantía de supervivencia a la Mype; puesto que ayuda a ver formas de orientar al dueño, gerente o representante a buscar un empoderamiento en sus negocios. Partiendo desde este punto de vista, podemos manifestar que las estrategias apuntan a maximizar la rentabilidad y fortalecer los negocios. Se reconoce que la estrategia, puede cambiar la manera de pensar del consumidor, siempre y cuando se utilicen las herramientas necesarias para mantener al cliente comprometido con nuestras Mypes. No es fácil de lograrlo, pero tampoco imposible a medida que entres en la mente del consumidor y esto se logra con un arduo trabajo. El liderazgo; para llegar a ser el pionero en las Mypes, se debe afrontar una serie de compromisos. El saber llegar muy alto requiere de perseverancia, intentar y aplicar un proceso de cambios constantes, nos va a permitir encontrar las salidas necesarias que nos van a ayudar a marcar la diferencia frente a nuestros competidores. Desde liderar a un grupo de personas desde nuestros negocios, hasta liderar en el mercado en el precio y mantener a sus clientes a través de los tiempos. Estos 04 factores que hace mención: la innovación, tecnología, estrategia y liderazgo ayudan a darle un realce a la competencia de los mercados y a mejorar su competitividad y estilos de vida; puesto que el talento humano y el uso de las herramientas adecuadas ayudan a mejorar sustancialmente la productividad de las Mypes.

El empresariado dedica la mayor parte de su tiempo a actividades operativas y no directivas, se limita a administrar su liquidez y trabaja poco

por la rentabilidad de la empresa. Burbano, E., Gonzáles, V., Moreno, E. (2011) afirma:

la competitividad como elemento esencial para el desarrollo de las regiones. Las empresas, así como una creciente conectividad entre la tecnología, el conocimiento y el desarrollo; y además, que también ha impulsado otros fenómenos: la importancia de la localidad como un componente de la competitividad y la vigencia de la especialización en el desarrollo de las localidades. La competitividad permite el crecimiento económico de un país (p.53).

La Mype deberá ser coherente en la validación de sus precios a razón de la competencia, existiendo una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia, utilizando el uso racional de los medios estratégicos para alcanzar sus objetivos.

Las 5 fuerzas competitivas del mercado. Define que la rivalidad entre competidores, hace que muchas veces la competencia sea desleal, desmerecedora para los ojos de los clientes. Pero eso no debe de suceder, puesto que el dueño, gerente o representante de la Mype debe sentirse capaz de cumplir con sus funciones y hacer de su Mype, un negocio de ideas claras y al servicio de los demás. Riquelme, M. (2015) afirma:

productos sustitutos; hay que diferenciar entre las marcas que se encuentran presente en el mercado y en la mente del consumidor, así como aquellas que están ingresando recién en la mente del consumidor y que se consideran productos nuevos. Se deberá utilizar las mejores

estrategias, para llegar a posicionar en el mercado que es muy exigente. Es necesario, que dentro de las estrategias se manifiesten las bondades del producto y que de una u otra manera ayudará a solucionar sus problemas ya sean nutricionales, fisiológicos, entre otros. Clientes; son la razón de ser de nuestros negocios, por ellos es que las Mypes se mantienen en el mercado (p.1).

Si se les brinda un buen trato y un buen servicio nos permitirán perdurar a través de los tiempos. Por los clientes que debe hacer todo lo que está a nuestra disponibilidad, porque ello permitirá cubrir sus expectativas del cliente y maximizar la rentabilidad del negocio. Nuevos competidores; después de realizar un estudio de mercado y ver las necesidades de los clientes, salen al mercado nuevos competidores que podría superar a los antiguos competidores. Para ello es necesario marcar la diferencia. Los nuevos competidores, aplican estrategias de ventas para captar la atención de los clientes, es por ello que se encuentran constantemente renovándose e inventando nuevas cosas para capturar al cliente objetivo y al cliente meta. Proveedores; se deberá tener una cartera de proveedores surtidos, serios y comprometidos a mejorar el nivel de la Mype, de tal manera que el almacén no debe estar sin stock, para ello deberá existir el compromiso de los proveedores y los dueños, gerentes o representantes de la Mype, puesto que, si los productos son de buena calidad y accesibilidad a la economía del concepto de precio justo, el comprador podrá regresar a comprar al siguiente día.

Las remuneraciones de la Mype, deberán estar acorde con las expectativas del mercado local, el intercambio de información y opiniones deberá ser constantemente con sus colaboradores, a fin de evitar errores de comunicación en su Mype. Existiendo mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype. Burbano, E., Gonzáles, V., Moreno, E. (2011) afirma:

la competitividad tiene en cuenta factores como precio, calidad, tecnología, salarios y productividad. Esta competitividad es reconocida desde el ex ante, es decir, un método de desempeño de las empresas que se traduce en las técnicas que utilizan; por lo cual la competitividad se refiere al productor, que elige las técnicas sometido a las restricciones que le impone su capacidad tecnológica, financiera y comercial (p.60).

La competitividad como eficiencia: esta competitividad se refleja en la relación materia prima/producto, es decir, en la capacidad de la empresa para transformar materias primas en productos con un rendimiento máximo.

Es necesario, que tu negocio esté bien distribuido y con un stock adecuado para atender a los clientes con lo que se necesite. Condiciones de factores. Cantidad y costo de los factores e insumos, calidad de los factores y especialización de los factores. Es necesario comprar en cantidades adecuadas, porque mientras más compras, los costos serán menores, pero



hay que tener en cuenta una variedad de factores como lo son el clima, el ambiente, fechas de vencimiento, ventas diarias, semanales, mensuales. Es necesario realizar un análisis, con la finalidad de que el producto esté en rotación constante y así evitar algún problema como es el caso del desabastecimiento, fenómeno climatológico o productos vencidos. Rojas, C. (2015) afirma:

la competitividad y el ambiente empresarial: estrategia, estructura y rivalidad empresarial. La estructura de una Mype debe estar diseñada en un organigrama que permita definir perfectamente cada uno de los puestos de trabajo, acompañado de su manual de organización y funciones de cada uno de los colaboradores, puesto que ello permitirá alcanzar los objetivos de la empresa, así como los objetivos personales de cada uno de los integrantes de la Mype (p.8).

Hay que tener en cuenta que se necesita invertir en la Mype, para mejorar la infraestructura, en stock y en capacitación de los colaboradores, en aras de las mejoras sostenidas, que logren mantener a la Mype en competencia a razón de sus competidores del mismo sector y rubro. Condiciones de demanda. Clientes locales, sofisticados y exigentes. Segmentos especializados, como sabemos hoy en día tenemos a un público cada día más exigente, que busca más allá de la compra de un producto. Busca sentirse bien, en un ambiente agradable, que los atiendan personas con calidad y calidez, que los estimulen y que logren con ellos una satisfacción inigualable. Es decir, que el vendedor tenga una empatía para con el cliente, y así lograr con los objetivos trazados. Industrias

relacionadas y de apoyo. Presencia de proveedores locales, es decir que tus proveedores estén en el mismo lugar de residencia de tu Mype, para que cuando exista la necesidad de comprar un producto, el proveedor esté de inmediato en el lugar, para poder adquirirlo. Es necesario tener en cuenta que la publicidad engañosa, es un punto muy negativo para los ojos de la población, no es necesario ocultar nada. Porque los clientes son los verdaderos árbitros de este partido. El Gobierno es un ente superior que deberá tomar medidas, para erradicar la informalidad. Es necesario que el microempresario se sienta respaldado por el Estado, en lo que corresponde a las buenas prácticas laborales que se definen en capacitaciones constantes, apoyo técnico a las Mypes dependiendo del sector y rubro, así como préstamos Mype para fortalecer el desarrollo y capacidades de gestión en otorgamiento a la buena gestión de la calidad y por ende el mejoramiento de las Mypes, logrando en los sectores ser cada vez más competitivo en los mercados.

Las supervisiones deberán ser directamente al colaborador en las acciones propias del trabajo en atención al cliente, evaluaciones periódicas al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos. La identificación con el cliente debe ser plena, al momento de brindarle un producto o servicio, escuchar al cliente de sus experiencias con otras Mypes del sector comercial, rubro abarrotes fortalecerá el proceso de ventas. Lombana, J., Rozas, S. (2009) afirma:

la competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: La sofisticación de las operaciones y estrategias de una

compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Ventaja competitiva. Para hacer referencia a la definición de ventaja competitiva es necesario tener en cuenta la noción de ventaja comparativa, que es aquella que se basa en la dotación de factores de un país donde ninguna empresa participante dentro de una industria tiene una ventaja sobre otra (características de bienes públicos). A diferencia de la ventaja comparativa, la ventaja competitiva es creada y apropiada por firmas individuales (características de bienes privados). Se observa que no se debe escoger entre uno de los dos paradigmas, pues no son ni mutuamente exclusivos ni explícitamente separables (p.3).

Ser tolerante con el cliente permitiéndole expresar sus puntos de vista, criterios e interpretaciones, logrará fortalecer sus relaciones con el cliente y de esta manera tender vínculos de amistad y por consiguiente lograr la fidelidad de los mismos.

El empresariado deberá delegar responsabilidades, y tener claridad en las funciones de los miembros de la empresa. Saavedra, M., Milla, S. (2017) afirma:

A nivel meso: política de infraestructura física, política educacional, política tecnológica, política de infraestructura industrial, política ambiental, política regional. A nivel macro: política presupuestaria, política monetaria, política fiscal, política de competencia, política cambiaria, política comercial. A nivel media: factores socioculturales,

escala de valores, patrones básicos de organización política, jurídica y económica, capacidad estratégica y política (p.183).

Los niveles de competitividad deberán reformar las estructuras funcionales. Existiendo una interacción a nivel microeconómico: con capacidades de gestión, estrategias empresariales, gestión de innovación, mejores prácticas en el ciclo de producción y comercialización, integración en redes de cooperación tecnológica, logística empresarial e interacción de proveedores, productores y usuarios. Tomando como punto de inicio, que gestar calidad es innovar, aplicar reingeniería en los procesos, brindar tecnología y asesoría en los productos y servicios. Nos podemos dar cuenta que este tema se ve muy enmarcado con nuestra variable dependiente que es la competitividad de las Mypes, el hecho de lograr calidad ya es estar en la vanguardia mirando el día a día del éxito. La competitividad nos hace cada día más fuertes, puesto que la Mype se ve en un escenario muy acorde con las exigencias del mercado. Betancourt, E. (2014) afirma:

en el triángulo de la competitividad; se determina por la estrategia a utilizar para que el negocio se mantenga en un nivel importante en el sector; ello determinará el futuro de la Mype en la condición de accesibilidad y operatividad del rubro y sector, mejorando la economía del país, región, ciudad. Es la determinación de un conjunto de acciones enfocadas en la toma de decisiones que me permiten avisorar el rubro de la Mype desde los diferentes temas políticos, sociales, económicos y culturales. La efectividad operacional, estará determinada por las gestiones que se realicen en la Mype. Es muy

importante tomar en consideración manuales de gestión que me permitan desarrollar, mejorar y perfeccionar mis procedimientos trabajando con eficacia y eficiencia, para que de esta manera se pueda lograr una efectividad basada en un trabajo donde existan los pilares básicos de la administración como lo son: la planificación, organización, dirección y control. El capital humano y su clima organizacional. Los seres humanos, vivimos con una serie de ideas, las cuales están enfocadas en satisfacer sus necesidades básicas, pero para ello debe existir un esfuerzo que cubra todas estas necesidades. Este componente básico, nos ayuda a seguir avanzando en realizar otras metas. Metas personales o profesionales, para ello deberá existir una preparación exclusiva en el logro de los objetivos trazados (p.1).

Como se puede visualizar, nos hemos permitido a través del marco teórico conceptual, analizar dos variables bien definidas en este estudio de investigación, como lo es la gestión de la calidad como la variable independiente que trata de enfocar en este contexto las buenas prácticas que se deben de realizar en las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes.

## **2.2. Hipótesis**

### **Hipótesis de investigación**

#### **Hipótesis general**

Para la realización del presente trabajo de investigación se formuló la siguiente hipótesis general de investigación:

H<sub>i</sub>: existe un alto grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018.

#### **Hipótesis nula**

Considerando todos los aspectos de tipo teórico se formuló la siguiente hipótesis nula:

H<sub>0</sub>: no existe un alto grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018.

## **2.4. Variables**

Al formular la presente investigación se trató de relacionar la gestión de la calidad con la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018; por ello se definieron las siguientes variables:

### **gestión de calidad de las Mypes**

La gestión de calidad en las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes se identifica mediante la aplicación de una planificación efectiva, organización

óptima, dirección eficiente y control racional que permitió garantizar las acciones en todos los procesos de la organización.

### **Competitividad de las Mypes**

Es el proceso por el cual el micro empresario opta por tener una Mype fiable ante la publicidad engañosa, con capacidad de respuesta óptima frente a cualquier problema, que determina su seguridad en los controles de calidad de los productos y servicios con un valor agregado de empatía para con los clientes.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. El tipo y el nivel de investigación

El tipo de investigación es aplicada, porque se utilizaron los conocimientos para mejorar una realidad problemática. En este caso es la gestión de mala calidad y su alto grado de incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial, del rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018. La investigación es cuantitativa, porque se utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar las hipótesis con el uso de la estadística.

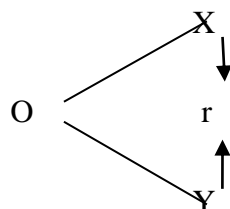
El nivel de la investigación es descriptivo, ya que se pretendió comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. Por lo tanto, constituye el primer nivel del conocimiento científico. Como consecuencia del contacto directo o indirecto con los fenómenos, los estudios descriptivos recogen sus características externas: enumeración y agrupamiento de sus partes, las cualidades y circunstancias que lo entornan.

#### 3.2. Diseño de la investigación

✚ **No experimental:** la investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.



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



Dónde:

O = Observación.

X, Y= Variables.

r= Relación.

### 3.3. Población y muestra

La población en estudio estuvo conformada por los dueños, gerentes o representantes legales de las Mypes del sector comercial, rubro de abarrotes del distrito de Sullana que según la Sub Gerencia de Promoción Económica de la Municipalidad Provincial de Sullana suman 291 organizaciones.

En el presente trabajo de investigación, no se consideró extraer una muestra representativa, por lo que es posible entrevistar al total de las organizaciones.

### 3.4. Definición y operacionalización de las variables y los indicadores

#### GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE SULLANA. AÑO 2018.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS	
Gestión de calidad	Es el proceso por medio del cual se aplica técnicas y estrategias con la finalidad de lograr altos niveles de competitividad de tal manera que los resultados permitan obtener utilidades sostenibles.	La gestión de calidad en las Mypes del sector comercial, rubro abarrotos se identifica mediante la aplicación de una planificación efectiva, organización óptima, dirección eficiente y control racional que permita garantizar las acciones en todos los procesos de la organización.	Planificación	Estratégica	Muy de acuerdo	
					De acuerdo	
					Indiferente	
					En desacuerdo	
					Muy en desacuerdo	
				Táctica	Muy de acuerdo	
					De acuerdo	
					Indiferente	
					En desacuerdo	
					Muy en desacuerdo	
			Operativa	Muy de acuerdo		
				De acuerdo		
				Indiferente		
				En desacuerdo		
				Muy en desacuerdo		
				Organización	Asignación de actividades	Muy de acuerdo
						De acuerdo
						Indiferente
						En desacuerdo
						Muy en desacuerdo
Asignación de recursos	Muy de acuerdo					
	De acuerdo					
	Indiferente					
	En desacuerdo					
	Muy en desacuerdo					
Definición de responsabilidades	Muy de acuerdo					
	De acuerdo					
	Indiferente					
	En desacuerdo					
	Muy en					

					desacuerdo
			Dirección	Motivación	Actitud muy positiva
					Actitud positiva
					Actitud indiferente
					Actitud negativa
					Actitud muy negativa
				Comunicación	Actitud muy positiva
					Actitud positiva
					Actitud indiferente
					Actitud negativa
					Actitud muy negativa
				Incentivo	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
					Muy en desacuerdo
			Remuneración	Muy de acuerdo	
				De acuerdo	
				Indiferente	
				En desacuerdo	
				Muy en desacuerdo	
			Control	Previo	Muy eficiente y eficaz
					Solo eficaz
					Regularmente eficaz
					Poco eficaz
					Nada eficiente y eficaz
				Concurrente	Muy eficiente y eficaz
					Solo eficaz
					Regularmente eficaz
					Poco eficaz
					Nada eficiente y eficaz
				Posterior	Muy eficiente y eficaz
					Solo eficaz
					Regularmente eficaz
					Poco eficaz
					Nada eficiente y

					eficaz
Competitividad	Capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad.	Es el proceso por el cual el micro empresario opta por tener una Mype fiable ante la publicidad engañosa, con capacidad de respuesta óptima frente a cualquier problema, que determina su seguridad en los controles de calidad de los productos y servicios con un valor agregado de empatía para con los clientes.	Fiabilidad	Estabilidad	Totalmente formal
					Poco formal
					Regularmente formal
					Poco informal
					Totalmente informal
				Consistencia	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
					Muy en desacuerdo
				Equivalencia	Muy de acuerdo
					De acuerdo
			Indiferente		
			En desacuerdo		
			Muy en desacuerdo		
			Capacidad de respuesta	Plan	Muy eficiente y eficaz
					Solo eficaz
					Regularmente eficaz
					Poco eficaz
					Nada eficiente y eficaz
				Capacitación	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
Muy en desacuerdo					
Recursos	Muy eficiente y eficaz				
	Solo eficaz				
	Regularmente eficaz				
	Poco eficaz				
	Nada eficiente y eficaz				
Seguridad	Efectividad	Muy de acuerdo			
		De acuerdo			
		Indiferente			
		En desacuerdo			
		Muy en			

					desacuerdo
				Eficiencia	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
					Muy en desacuerdo
				Eficacia	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
					Muy en desacuerdo
			Empatía	Identificar las necesidades de desarrollo del cliente	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
					Muy en desacuerdo
				Comprensión de la experiencia del cliente	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
					Muy en desacuerdo
				Capacidad de identificar las emociones del cliente	Muy de acuerdo
					De acuerdo
					Indiferente
					En desacuerdo
					Muy en desacuerdo

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La información que se obtuvo fue a través de la técnica: la encuesta y se empleó como instrumento: el cuestionario que fue aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las Mypes del ámbito de estudio, se conformó por cuatro partes: la primera parte trataron sobre los datos generales del representante legal de las Mypes. La segunda parte nos describieron las principales características de las Mypes. En la tercera parte se detallaron de la variable independiente del trabajo de investigación: de la gestión de calidad de las Mypes. Finalizando el presente cuestionario la cuarta parte como variable dependiente: de la competitividad de las Mypes. La validez y confiabilidad de los instrumentos se dieron a través del coeficiente Alfa de Cronbach obteniendo como resultado de la prueba 0.881, que está muy cercano a la unidad, en consecuencia existió una alta confiabilidad en el cuestionario.

### **3.6. Plan de análisis**

Para el procesamiento, análisis de interpretación de los datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial, en el caso de la información producto de la aplicación de test y matrices de observación, se utilizó una hoja de word que permitió la presentación de resultados a través de cuadros y gráficos y luego mediante la prueba chi cuadrado se realizó la prueba de hipótesis que representa los grados de libertad de la variable aleatoria. El software estadístico para el ordenamiento de datos y cruce de variables fue el SPSS versión 21.

### **3.7. Matriz de consistencia**

La matriz de consistencia contiene: el título, problema, objetivo general, objetivos específicos, hipótesis general, hipótesis específicas, variables, definición conceptual, definición operacional, dimensiones, indicadores, escalas e ítems. La matriz de consistencia sirvió para tener una visión general de estudio, puesto que permitió al investigador ubicar las actividades que se plantean como necesarias para dar cumplimiento a los resultados. Tal como se refleja en el anexo 4: matriz de consistencia.

### **3.8. Principios éticos**

El proyecto de investigación que se desarrolló está orientado a presentar datos reales, trabajos con veracidad y obtenidos de datos verídicos y transparentes; evitando todo tipo de ocultamiento de información por aparentar buenos aspectos donde no las hay. La ética es un valor que debe prevalecer en todo sentido de nuestra vida, fue fundamental para llevar a cabo el proyecto de investigación y culminar satisfactoriamente con resultados que ayudaron verdaderamente a la mejora de las empresas de sus estrategias. Por otro lado, toda la información que se recopiló fue tratada con el principio de reserva y confiabilidad, a fin de no divulgar datos o fuentes que no autoricen su publicación.

## IV. Resultados

Cabe resaltar que en las diferentes dimensiones que se diseñaron para determinar la gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018, se utilizaron diferentes categorías que se presentan en las tablas de frecuencia. En función a los objetivos específicos, llegando al resultado que la gestión de calidad tiene un alto grado de incidencia en la competitividad de las Mypes.

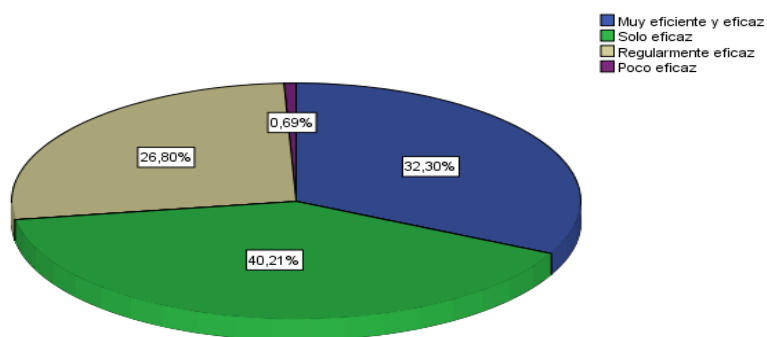
### 4.1. Resultados

*Tabla 11 Distribución de la población sobre mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy eficiente y eficaz	94	32.3	32.3	32.3
Solo eficaz	117	40.2	40.2	72.5
Regularmente eficaz	78	26.8	26.8	99.3
Poco eficaz	2	.7	.7	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 11: EXISTEN MECANISMOS PARA ANTICIPAR, IDENTIFICAR Y REACCIONAR A LOS EVENTOS O ACTIVIDADES QUE AFECTAN LOS OBJETIVOS GENERALES Y PARTICULARES DE LA MYPE**



Fuente: tabla 11.

Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 40.21% es solo eficaz, mientras que el 32.30% considera que es muy eficiente y eficaz, el 26.80% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz, referente a que existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype.

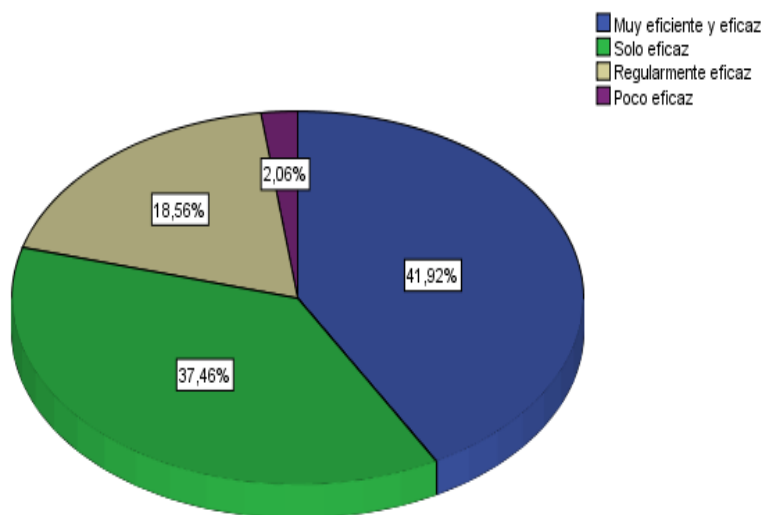


*Tabla 13 Distribución de la población sobre evaluar periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy eficiente y eficaz	122	41.9	41.9	41.9
Solo eficaz	109	37.5	37.5	79.4
Regularmente eficaz	54	18.6	18.6	97.9
Poco eficaz	6	2.1	2.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 13: SE EVALÚA PERIÓDICAMENTE AL PERSONAL, PARA ESTABLECER SI ENTIENDE Y CUMPLE CON LAS NORMAS INTERNAS Y PROCEDIMIENTOS**



Fuente: tabla 13.

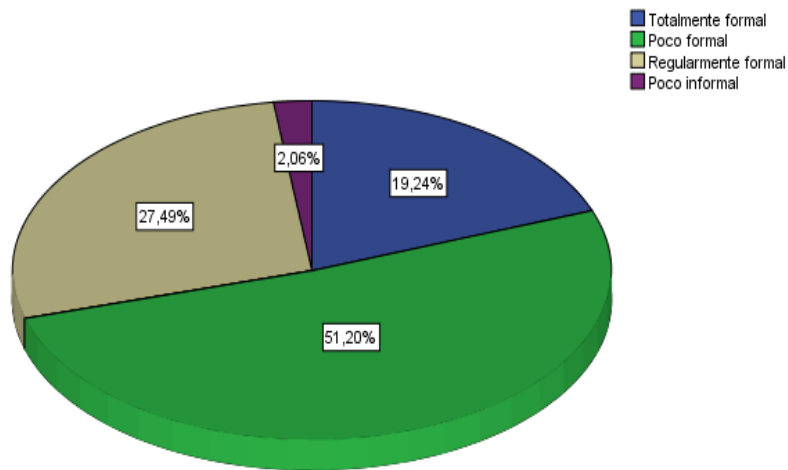
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% es muy eficiente y eficaz, mientras que el 37.46% considera que es solo eficaz, el 18.56% es regularmente eficaz y el 2.06% es poco eficaz, referente a que se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos.

*Tabla 14 Distribución de la población sobre la estabilidad de la Mype frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente formal	56	19.2	19.2	19.2
Poco formal	149	51.2	51.2	70.4
Regularmente formal	80	27.5	27.5	97.9
Poco informal	6	2.1	2.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 14: LA MYPE ES ESTABLE FRENTE A CUALQUIER PROBLEMA ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL QUE SE GENERE EN EL PAÍS**



Fuente: tabla 14.

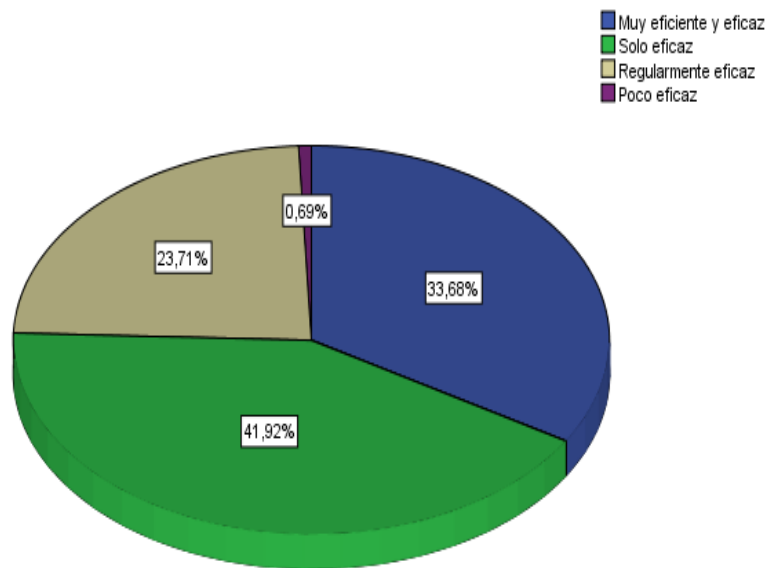
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 51.20% es poco formal, mientras que el 27.49% considera que es regularmente formal, el 19.24% es totalmente formal y el 2.06% poco informal, referente a que la Mype es estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país.

*Tabla 17 Distribución de la población sobre la Mype si cuenta con un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy eficiente y eficaz	98	33.7	33.7	33.7
Solo eficaz	122	41.9	41.9	75.6
Regularmente eficaz	69	23.7	23.7	99.3
Poco eficaz	2	.7	.7	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 17: LA MYPE CUENTA CON UN PLAN, CON LA FINALIDAD DE MITIGAR RIESGOS EN EL TRABAJO**



Fuente: tabla 17.

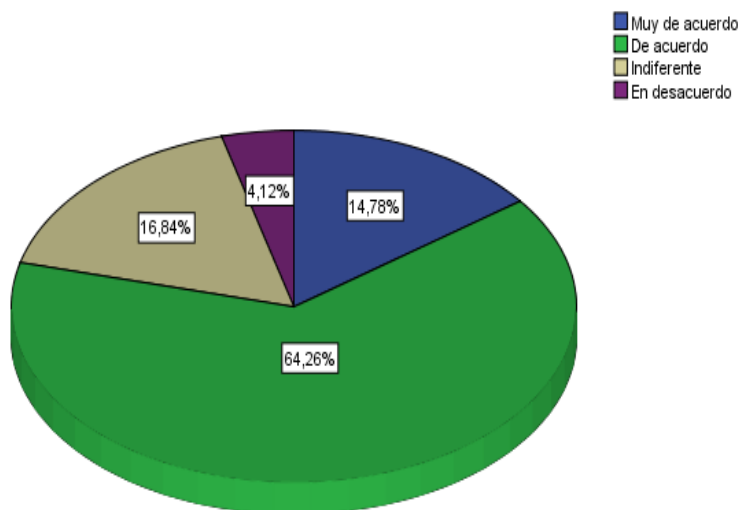
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% es solo eficaz, mientras que el 33.68% considera que es muy eficiente y eficaz, el 23.71% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz, referente a que la Mype cuenta con un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo.

*Tabla 20 Distribución de la población sobre considerar apropiadamente todos los riesgos que pudieran afectar los objetivos de la Mype de manera significativa*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	43	14.8	14.8	14.8
De acuerdo	187	64.3	64.3	79.0
Indiferente	49	16.8	16.8	95.9
En desacuerdo	12	4.1	4.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 20: HAN SIDO CONSIDERADOS APROPIADAMENTE TODOS LOS RIESGOS QUE PUDIERAN AFECTAR LOS OBJETIVOS DE LA MYPE DE MANERA SIGNIFICATIVA**



Fuente: tabla 20.

Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 64.26% está de acuerdo, mientras que el 16.84% considera que está indiferente, el 14.78% está muy de acuerdo y el 4.12% está en desacuerdo, referente a que han sido considerados apropiadamente todos los riesgos que pudieran afectar los objetivos de la Mype de manera significativa.

A través de la prueba de hipótesis se demostró el alto grado de incidencia que existe entre las variables de gestión de calidad y competitividad de las Mypes, tomando en consideración el objetivo específico de asociar el grado de incidencia que tiene la gestión de calidad en la competitividad.

**Prueba de hipótesis:** H<sub>i</sub>: existe un alto grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018.

H<sub>0</sub>: no existe un alto grado de incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018.

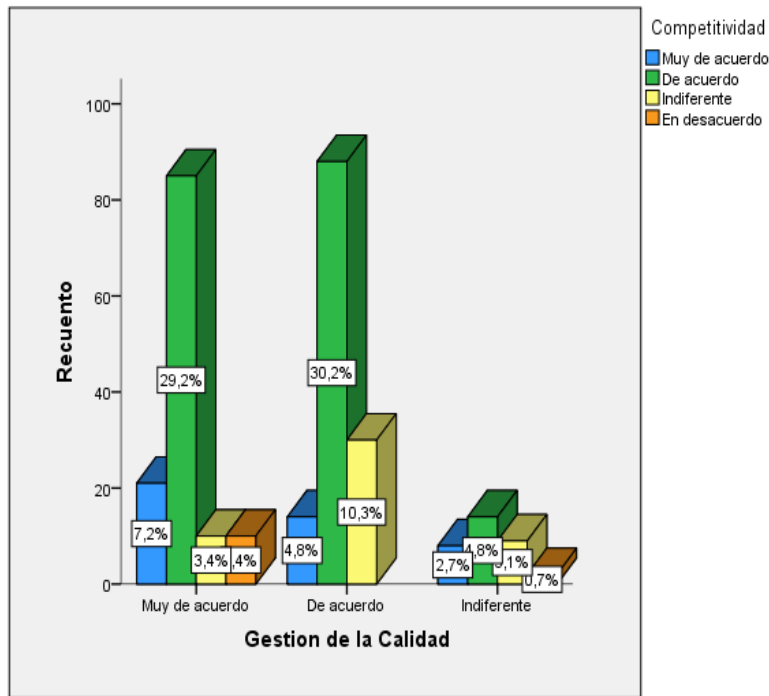
Gestión de Calidad	Competitividad					Total	
	Seguridad efectiva						
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo		
Planificación estratégica	Muy de acuerdo	N	21	85	10	10	126
		%	7,2%	29,2%	3,4%	3,4%	43,3%
	De acuerdo	N	14	88	30	0	132
		%	4,8%	30,2%	10,3%	,0%	45,4%
	Indiferente	N	8	14	9	2	33
		%	2,7%	4,8%	3,1%	,7%	11,3%
Total		N	43	187	49	12	291
		%	14,8%	64,3%	16,8%	4,1%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,595 <sup>a</sup>	6	,000
Razón de verosimilitudes	33,056	6	,000
Asociación lineal por lineal	,512	1	,474
N° de casos válidos	291		

a. 2 casillas (16.7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1.36.

## Interpretación

La prueba de independencia del chi-cuadrado, parte de la hipótesis que las variables gestión de calidad y competitividad son independientes; es decir, que no existió ninguna relación entre ellas y por lo tanto ninguna ejerce influencia sobre la otra. El objetivo de esta prueba fue comprobar la hipótesis mediante el nivel de significación, por lo que sí el valor de la significación es mayor o igual que el alfa (0.05), se acepta la hipótesis, pero si es menor se rechaza. En el caso de nuestra investigación se obtuvo que no se acepta la hipótesis de independencia habiéndose obtenido un chi-cuadrado de Pearson  $X^2 = 0.000$  es decir, que no existió independencia entre la gestión de calidad y competitividad; quedó establecido que existió relación o incidencia entre ellas.



## 4.2. Análisis de resultados

### Gestión de calidad

El presente estudio se orientó a estudiar la gestión de calidad en las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, identificándose mediante la aplicación de una planificación efectiva, organización óptima, dirección eficiente y control racional que permitió garantizar las acciones en todos los procesos de la organización. En el ámbito que abarcó la presente investigación se ha obtenido que: considera que la planificación estratégica ayuda a la Mype del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45.36% está de acuerdo, mientras que el 43.30% considera que está muy de acuerdo y el 11.34% se encuentra indiferente. (Tabla 1). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por Benzaquen (2013), en su trabajo titulado: “calidad en las empresas latinoamericanas: el caso peruano”. En el Perú, en los 80’s se comenzó a considerar a la calidad como una herramienta de gestión de suma importancia. Así, en 1989 se creó el Comité de Gestión de la Calidad (CGC), que en la actualidad incorpora a 21 organizaciones gremiales y educativas y desde 1991 se organiza la semana de la calidad cuyo objetivo fue el de promover el desarrollo de la calidad en las empresas peruanas (Centro de Desarrollo Industrial, 2012). Durante los 90’s se buscó implementar medidas que insertarán al Perú dentro del comercio

internacional, en base a ello se optó por brindar la libre circulación a los bienes nacionales e importados. Lamentablemente debido a que no se establecieron ni los niveles mínimos de calidad, ni el cumplimiento de estándares para determinados productos; el Perú se vio enfrentado al problema de la informalidad y con ello la propagación de productos de baja calidad en los mercados del país (INDECOPI, 2006).

Zeballos (2002) manifestó que aunque la primera certificación en gestión de calidad se otorgó en el Perú en 1994, aún no se había logrado un adecuado involucramiento de la alta gerencia en las empresas peruanas. Es a partir de la incorporación de importantes capítulos a la norma ISO 9000:2000, los cuales tenían como propósito incorporar e involucrar a la alta dirección en el sistema de gestión de calidad y a su vez lograr transmitir los beneficios que otorgó la implementación de este sistema de gestión, que se logró un mayor involucramiento en la empresa. A fines de los 90's las grandes empresas fueron las pioneras en temas de certificación ISO 9001, según un balance realizado hasta el 2000, 141 empresas en el Perú habían obtenido una certificación ISO 9001 (Organización Internacional de Normalización, 2010). Además, un pequeño grupo ya incursionaba en temas de ISO 14000. Posteriormente esta corriente logró posicionarse en las medianas empresas, hasta que a mediados del 2002 las pequeñas empresas también apostaban por la certificación ISO, en un inicio algunas de ellas forzadas por temas de relaciones comerciales, pero



posteriormente todas las que apostaron por ello gozan de notables ventajas, tales como: reducción de costos, mejora del clima laboral, incremento de la productividad, disminución de las mermas e incremento de las ventas, entre otras (Alvarado, 2002). Según The ISO Survey of Certifications 2010, para el 2008 el Perú contaba con 688 certificaciones internacionales a la calidad. La semana de la calidad del 2008 estuvo enmarcada por el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico, por ello ese año se le denominó “La Calidad en Asia y Pacífico”, donde uno de los principales invitados fue la AOTS (The Association for Overseas Technical Scholarship) de Japón, la cual logró entrenar a más de 8,000 becarios latinoamericanos en temas referentes a la gestión de calidad, de los cuales 1,065 son peruanos. Con el transcurso del tiempo se fueron sumando cada vez más empresas a la corriente ISO, es así que para el 2009 se contó con 811 certificaciones ISO 9001 en el Perú y en diciembre del 2010 teníamos 1,117, logrando un aumento del 38% (Organización Internacional de Normalización, 2010). La Administración de la Calidad Total [TQM], por sus siglas en inglés, es una filosofía de gestión que surgió como producto de la integración de tres estilos de gestión de la calidad desarrollados por Deming, Juran y Crosby. Para Deming, el padre del TQM, la calidad es definida según el cliente y sus necesidades, por lo cual, la dirección debió destinar recursos y esfuerzos a la investigación del consumidor. Las bases de su filosofía de calidad residen en la teoría estadística, pensamiento estadístico y aplicación de métodos estadísticos a los procesos y el círculo de mejoramiento

continuo y las herramientas para mejorar la calidad en los procesos (Deming, 1986). La filosofía de Juran define calidad como aptitud de uso y exigencias del cliente. Propone un enfoque estratégico y estructurado para obtener la calidad, centrándose en la planificación, control y mejora de los procesos de calidad (Juran & Gryna, 1988).

Considera que la asignación de actividades está de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 39.18% está de acuerdo, mientras que el 36.08% considera que está muy de acuerdo, el 20.62% es indiferente y el 4.12% está en desacuerdo. (Tabla 4). Todos los datos son compatibles por el estudio realizado por el Centro de Asesoría Micro Empresarial (CAM) de la Universidad de Piura. Las Mipymes mueven la economía regional y representan el 84% del total de las empresas de Piura. A nivel país, estas empresas aportan más del 40% del nivel de producción y generan el 70% de empleo. ¿Qué debilidades tienen las Mipymes de la región y que son urgentes de resolver? en opinión de Brenda Silupú, los problemas que enfrentaron fueron los siguientes: estrategias para enfrentar problemas coyunturales; efectos del niño costero; falta de gestión empresarial; alta tasa de mortandad especialmente en los primeros años de operación; el empresario dedicó la mayor parte de su tiempo a actividades operativas y no directivas se limitó a administrar su liquidez y trabajó poco por la

rentabilidad de la empresa; el empresario no delegó responsabilidades; poca claridad en las funciones de los miembros de la empresa.

Estimula a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor en su Mype. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 39.52% tiene una actitud positiva, mientras que el 37.11% se considera en actitud muy positiva, el 21.99% en actitud indiferente y el 1.37% en actitud negativa. (Tabla 7). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por Sila & Ebrahimpour (2002) determinaron mediante un análisis de trabajo desde los años 1989 al 2000 que existen 25 factores de éxito para la administración de la calidad total. El estudio comprendió el análisis de 347 investigaciones realizadas alrededor del mundo entre los años 1989 y 2000, en las que se encontró que los factores clave que más se repetían eran los siguientes: (a) Enfoque hacia el cliente, (b) capacitación y educación, (c) liderazgo y compromiso de la alta administración, (d) trabajo en equipo, y (e) mejora continua e innovación. La Organización Internacional de Normalización (2005) considera 8 principios de la gestión de la calidad: (a) Enfoque al cliente, (b) liderazgo, (c) participación del personal, (d) enfoque basado en procesos, (e) enfoque de sistema para la gestión, (f) mejora continua, (g) enfoque basado en procesos hechos para la toma de decisión, y (h) relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. Shenawy, Baker y Lemark, (2007) agrupó en cinco factores principales que consideran

dentro de sí a los demás factores, estos son: (a) Compromiso de la alta gerencia, (b) cultura organizacional, (c) eficiencia en los procesos, (d) trabajo en equipo y (e) formación del personal. En el 2003 se publicó una investigación sobre los Principios y Prácticas de la Administración de la Calidad en China (Li, Alistair & Harrison, 2003), en el cual se utilizaron instrumentos de TQM tomadas en cuenta por distintos autores (Ahire et al., 1996; Raghunathan et al., 1997; Sun, 2000; y Zhang et al., 2000), para lo cual utilizaron un indicador basado en 40 preguntas divididas en 8 factores, que formaron parte de una encuesta tomada a una muestra de las empresas chinas. Esta herramienta de medición a modo de cuestionario permitió identificar y evaluar el grado de TQM presente en una organización gracias a preguntas íntimamente relacionadas con los indicadores antes mencionados. La implementación de un sistema de calidad abarca mucho más que la organización, debido a que engloba a un bloque importante que son los proveedores, con los cuales la organización debió establecer una relación mutuamente beneficiosa de manera que ambos logren maximizar sus beneficios a largo plazo. Es por ello que para velar por el mantenimiento de dicha relación interdependiente se mencionó al factor de gestión de calidad del proveedor, el cual se encargó de medir el nivel de manejo de sistemas de calidad en los proveedores y como ello repercute en los bienes o servicios que ellos ofrecieron.

Existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 40.21% es solo eficaz, mientras que el 32.30% considera que es muy eficiente y eficaz, el 26.80% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz. (Tabla 11). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por el diario el comercio. El niño costero no da tregua, sobre todo al norte del Perú. Las lluvias y los huaicos continuaron dejando más damnificados y poblados aislados, por lo que hasta ahora cualquier balance de los daños es solo preliminar. No hay actividad económica en que el niño costero haya pasado desapercibido. Es así como desde los más pequeños hasta los más grandes negocios del sector comercio estuvieron sufriendo también las consecuencias de la furia de la naturaleza, aunque con distinta intensidad. El distrito de Sullana, que vino con un comportamiento comercial bastante dinámico, hoy se ha frenado, comenta César Peñaranda, Director Ejecutivo del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima. Asimismo indicó que, si bien este fenómeno los agarró preparados, igual tuvieron que reforzar las medidas de seguridad ante la inclemencia de la naturaleza. No obstante, acota que la infraestructura moderna debió ir acompañada también de una infraestructura pública del mismo nivel. “Esta situación complicó el panorama para los comerciantes con puerta a calle, porque

debieron afrontar una caída en las ventas [ante la dependencia del comercio del resto de actividades productivas]”.

### **Competitividad**

En lo que respecta a la competitividad se estudió el proceso por el cual el micro empresario opta por tener una Mype fiable ante la publicidad engañosa, con capacidad de respuesta óptima frente a cualquier problema, que determina su seguridad en los controles de calidad de los productos y servicios con un valor agregado de empatía para con los clientes.

En este ámbito se obtuvo que: la Mype es estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 51.20% es poco formal, mientras que el 27.49% considera que es regularmente formal, el 19.24% es totalmente formal y el 2.06% poco informal. (Tabla 14). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por Lévano C. El país y el mundo avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Esta situación planteó grandes retos a los países y a las Mypes en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Esta tasa permitió que en un periodo de 15 años podamos reducir sustantivamente el 52% de pobreza, el 20% de extrema pobreza o las altas tasas de analfabetismo que actualmente tenemos. Ello

quiere decir que es posible promover el desarrollo humano en nuestro país, teniendo a las Mypes como un componente clave. Para atender adecuadamente al mercado exterior es necesario que las Mypes, el estado, los gobiernos regionales y el sector académico concierten un gran proyecto nacional para diversificar la oferta en mercancías tradicionales y no tradicionales, servicios, etc. El desarrollo de esta propuesta tuvo como base al capital social, es decir un capital humano lleno de salud, instruido, con vivienda digna y servicios de calidad como mínimo, pero también un capital social capaz de construir redes internas y externa que sean proactivas, flexibles y prestas a alinearse con los requerimientos del mundo moderno. Un tercer componente del capital social fue provocar una profunda reforma en las estructuras sociales, políticas, culturales, educativas, etc., de nuestro país, en donde las Mypes deben ser incorporadas. El reto económico de la banca y del país es el financiamiento de las empresas corporativas y agro industriales de alto impacto económico y social. El reto de las instituciones financieras especializadas en el financiamiento de las Mypes es la oferta organizada de las Mypes para atender la oportunidad de negocios de producir bienes y servicios que las empresas corporativas requieren y el reto del estado de dar un marco jurídico viable y el apoyo necesario para la articulación productiva de las Mypes con la mediana y gran empresa, en un clima de estabilidad y confianza. Para asegurar el desarrollo de las Mypes es indispensable la formalización de las Mypes que asegure su crecimiento de micro a pequeña

empresa y de ésta hacia la mediana y gran empresa. Esto significó un cambio de legislación laboral y tributaria que aliente la formalización de las Mypes y destierre el atractivo de la informalidad, que sacrifica el beneficio del crecimiento virtuoso de las Mypes por falta de financiamiento. El reto del Perú y del nuevo gobierno está en identificar en cada región del Perú proyectos agro industriales de alto impacto económico y social, que asegure una articulación competitiva de los diferentes actores económicos, las Mypes, la mediana y gran empresa, las instituciones financieras, las instituciones de apoyo y el estado, de manera que asegure una razonable rentabilidad de mercado en cada eslabón de la cadena de valor, con mecanismos de intervención del estado y/o instituciones en el mercado, que asegure la ejecución de proyectos productivos de alto impacto social.

La Mype cuenta con un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% es solo eficaz, mientras que el 33.68% considera que es muy eficiente y eficaz, el 23.71% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz. (Tabla 17). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por el Diario el Regional Piura de fecha 01 de julio del 2015, la Municipalidad de Sullana, permitió empoderar a las Mypes y que puedan sacar adelante diversos proyectos en beneficio propio y de muchas comunidades, lo que significó agilizar la economía local con diversos



negocios en los rubros de servicios, comercio, productivos, agroindustriales, pecuarios, etc. generando, además, diversos puestos de trabajo directos e indirectos. Se explicó que esta capacitación a los emprendedores de las Mypes permitió el conocimiento de habilidades y destrezas en temas vitales que los atañe como son: formalización de micro y pequeñas empresas, competitividad, marketing, mercados, la asociatividad, cómo venderle al estado, legislación laboral, entre otros.

Han sido considerados apropiadamente todos los riesgos que pudieran afectar los objetivos de la Mype de manera significativa. Del total de las mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 64.26% está de acuerdo, mientras que el 16.84% considera que está indiferente, el 14.78% está muy de acuerdo y el 4.12% está en desacuerdo. (Tabla 20). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por la OIT destaca que todos los países tienen programas y políticas de apoyo a las MYPE, pero que con frecuencia hay espacios para realizar mejoras en su diseño y en su ejecución, aumentando la efectividad de las intervenciones y tomando en cuenta la heterogeneidad de las empresas. La simplificación de la reglamentación, el acceso al financiamiento, las medidas de apoyo a la formalización tanto empresarial como laboral, las estrategias para aumentar la productividad, las incubadoras de empresas, el acceso a tecnología y procesos de innovación, los programas de formación, la participación más activa de los trabajadores, los modelos de gestión más modernos, forman

parte del repertorio de medidas complementarias sugeridas por la OIT como parte de políticas integrales para las MYPE. Las ventas de las micro y pequeñas empresas (Mype) representaron un 13.6% del total de la producción nacional, según datos de la Sociedad de Comercio Exterior (Comex Perú). Asimismo, se registró 5.2 millones de micro y pequeñas empresas ubicadas en su mayoría en zonas urbanas (89.3%), lo que indica una contracción del 8% con respecto al número registrado en 2012. De igual forma, en 2013 estos negocios emplearon a casi 8 millones de personas, casi un 47.4% de la Población Económicamente Activa (PEA) del país. Esto demostró que este segmento productivo es clave para la generación del sustento diario de miles de familias, explicó Comex Perú en su semanario. En detalle, la distribución de la fuerza laboral Mype por tamaño de la empresa, considerando las ventas anuales, está comprendida casi en su totalidad (99.9%) por microempresas (hasta 150 UIT en ventas anuales) y un 0.02% por pequeñas empresas (con ventas anuales entre las 150 y 1,700 UIT). Una Mype promedio en el Perú tiene más de 6 años de antigüedad, atiende solamente 9 meses del año y posee como fuerza laboral dos trabajadores, quienes son familiares del dueño del negocio en un 71.1% y aquellos que son familiares y no reciben remuneración son el 12.3% de los empleados. Además, casi el 32.9% de estas organizaciones usan el domicilio particular del empresario como local comercial y en el 61.4% de los casos este es propio. Por otro lado, el predio mayormente cuenta con electricidad (64.1%), en ocasiones tiene agua potable (25.6%) y desagüe

(14.9%); y casi nunca tiene teléfono fijo (5.3%) ni internet (4.5%). Ahora bien, un empleado de este segmento trabaja en promedio 24 horas a la semana. Un 24.1% del total labora más de 40 horas, y un 4.6%, más de 60 horas. Por otro lado, el nivel de ingresos que recibe varía de acuerdo al giro del negocio que decida emprender. En el 47.4% de los casos la organización se inició por necesidad económica del dueño. Asimismo, con respecto a la actividad económica a la que se dedican las Mype, el 40.5% se concentra en los sectores de servicios; el 26.4%, en comercio; el 16.5%, en agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; el 9.3%, en industrias manufactureras; el 5.6%, en construcción, y el 1.8%, en explotación de minas y canteras. Lo llamativo es que son justamente las dos primeras actividades las que, en promedio, le proporcionaron mayores ganancias netas mensuales al empresario en 2013, con S/. 1,606 y S/. 1,063, respectivamente, en contraposición con los S/. 841 de la última. No obstante, se halló que un 84.7% de las Mype son informales, al no estar registradas como persona jurídica o empresa individual. Peor aún, el 72.7% no lleva ningún tipo de registro de ventas. Asimismo, el 71.1% de los trabajadores no estuvo afiliado a ningún sistema pensión y el 98.4% no recibió de su empleador ningún tipo de seguro de salud. Dados los resultados y características de este tipo de empresas durante 2013, el mensaje es claro: las Mype forman parte de sectores dinámicos en nuestra economía, pero no están aprovechando el potencial que adquirirían de insertarse en el sector formal. Ello refleja la falta de cultura institucional

dentro de la mentalidad empresarial, además de la complejidad del proceso que se requiere para lograr la formalización, agrega Comex Perú. En tal sentido, la Sociedad de Comercio Exterior sugirió a la generación de espacios en los que las Mype y las grandes empresas puedan converger y formar una cadena de producción que posibilite a las primeras crear mayor valor agregado y, a las segundas, alcanzar los beneficios de la competitividad de las economías de escala. Datos tomados del Diario Gestión en julio del 2014.

Se identifica con el cliente plenamente, al momento de brindarle un producto o servicio. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45.36% está de acuerdo, mientras que el 32.99% considera que está muy de acuerdo y el 21.65% es indiferente. (Tabla 23). Todos estos datos son compatibles con el estudio realizado por Total Quality Management (TQM). Todas las organizaciones deben su razón de ser a sus clientes, es decir dependen de ellos y su labor principal es captar y entender sus necesidades actuales y futuras, para así lograr ir más allá de sus expectativas. En tal sentido el factor de enfoque hacia la satisfacción del cliente, buscó medir el grado de satisfacción que están alcanzando los clientes con respecto a los bienes o servicios ofrecidos, a su vez mide la forma en la que se está captando dichas necesidades. Es decir, hemos tratado a las calificaciones en el diferencial semántico como puntuaciones para llegar a una visión general con fines ilustrativos. Es así que los

resultados obtenidos se discutieron en la siguiente sección. En el marco de estos nueve factores se plantearon 32 preguntas que constituyen la encuesta tomada a los ejecutivos de diversas empresas en el Perú. Este cuestionario tuvo como objetivo recoger la opinión de los presidentes o gerentes generales, gerentes y jefes de área de las organizaciones que se encuentran ubicadas dentro del territorio peruano acerca de la implementación de la Administración de la Calidad Total (TQM) en su empresa. La encuesta fue realizada a 3000 empresas, donde los criterios de selección incluyeron la ubicación geográfica, el período de establecimiento, tipo de empresa según sus operaciones productivas y el número de personas empleadas. La encuesta fue tomada en el 2006 obteniendo 245 respuestas utilizables. Considerando la misma población y siguiendo el mismo procedimiento se aplicó la misma encuesta en 2011 obteniendo 212 respuestas utilizables. Así se obtuvo una muestra de 65 empresas que participaron de la encuesta tanto en 2006 como en 2011. Las encuestas enviadas en ambos años fueron respondidas en más de 72% por la alta gerencia de la empresa. La confiabilidad de las preguntas del cuestionario se analizó calculando el Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad asociada a la relación entre las preguntas y los factores evaluados. Los encuestados respondieron a las 32 preguntas clasificando sus respuestas en una escala de 5 puntos (1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Neutral; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo). La descripción de la muestra de empresas. Los resultados de la encuesta realizada en el 2006 no fueron

publicados, ya que la finalidad fue hacer una comparación a futuro tal como se realizó en este artículo. Para analizar la información obtenida se realizó la Prueba t de muestras relacionadas y la prueba de Wilcoxon a las 65 empresas que participaron de la encuesta tanto en 2006 como en 2011, para determinar la significancia de la mejora en la calificación de cada variable y por ende en cada factor. Fueron respondidas en más de 72% por la alta gerencia de la empresa. La confiabilidad de las preguntas del cuestionario se analizó calculando el Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad asociada a la relación entre las preguntas y los factores evaluados. Los encuestados respondieron a las 32 preguntas clasificando sus respuestas en una escala de 5 puntos (1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Neutral; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo). La descripción de la muestra de empresas, según el tipo de operaciones. Los resultados de la encuesta realizada en el 2006 no fueron publicados, ya que la finalidad fue realizar una comparación a futuro tal como se realizó en este artículo. Para analizar la información obtenida se realizó la prueba t de muestras relacionadas y la prueba de Wilcoxon a las 65 empresas que participaron de la encuesta tanto en 2006 como en 2011, para determinar la significancia de la mejora en la calificación de cada variable y por ende en cada factor. Por último, siguiendo la tendencia de aumento en su calificación, el factor enfoque hacia la satisfacción del cliente ( $X_9$ ) indicó que las empresas no evaluaron el cumplimiento de los requerimientos de sus clientes y no contaban con medios para hacerlo; sin embargo, para el

2011 se logró tomar mayor conciencia sobre estos aspectos mejorando su calificación de forma significativa ( $p < 0.001$ ). También se observó que las empresas empiezan a tomar en cuenta la información sobre las quejas de los clientes, con la finalidad de corregir errores. Por otro lado, en el 2006, el aspecto relacionado a la toma de una encuesta de satisfacción al cliente registró la calificación media más alta dentro del factor, pero en el 2011 obtuvo la menor calificación del factor; así se dedujo según la percepción de los encuestados, que si bien existen esfuerzos por satisfacer al cliente, no hay una mejora sustancial. Otro dato relevante obtenido en el estudio, es que 65 empresas participaron de la encuesta tanto en 2006 como en 2011, siendo alrededor del 30% de las 212 empresas encuestadas en 2011, quienes tuvieron un leve resultado mayor, en cada factor que el obtenido por el conjunto de empresas analizadas ese año, lo que podemos deducir que la muestra del 2011 mejoró en su conjunto.

## V. Conclusiones y recomendaciones

Luego de haber realizado los procesos de recopilación, procesamiento y análisis de los resultados logrados se llegó a las siguientes conclusiones:

el primer objetivo propuesto en el presente trabajo de investigación fue identificar las características de la gestión de calidad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Referente a que se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% es muy eficiente y eficaz, mientras que el 37.46% considera que es solo eficaz, el 18.56% es regularmente eficaz y el 2.06% es poco eficaz. (Tabla 13).

El segundo objetivo propuesto en el presente trabajo de investigación ha sido describir el nivel de competitividad que tienen las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Referente a que incentiva a sus colaboradores de alguna manera para mejorar en sus actividades diarias en la Mype. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% está de acuerdo, mientras que el 34.02% considera que está muy de acuerdo, el 22.68% es indiferente y el 1.37% está en desacuerdo. (Tabla 9). Sobre considerar que la Mype es coherente en la validación de sus precios a razón de la competencia. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 38.49% está de acuerdo, mientras que el 34.02% considera que está muy de acuerdo, el 26.12% es indiferente



y el 1.37% está en desacuerdo. (Tabla 15). Por otro lado existe una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 56.36% está de acuerdo, mientras que el 19.93% considera que está muy de acuerdo, el 18.90% es indiferente y el 4.81% está en desacuerdo. (Tabla 16). Referente a que el empleador capacita constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 57.04% está de acuerdo, mientras que el 24.05% considera que es indiferente y el 18.90% está muy de acuerdo. (Tabla 18).

El tercer objetivo propuesto en el presente trabajo de investigación ha sido determinar el grado de la incidencia que tiene la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Referente a que existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 40.21% es solo eficaz, mientras que el 32.30% considera que es muy eficiente y eficaz, el 26.80% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz. (Tabla 11). Sobre referente a que la Mype cuenta con un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% es solo eficaz, mientras que el 33.68% considera que es muy

eficiente y eficaz, el 23.71% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz. (Tabla 17).

Finalmente la presente investigación se propuso como objetivo general el determinar la incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018. En conclusión general las Mypes, se debió considerar la planificación como ente rector para generar calidad en sus negocios, de tal manera que superen a sus competidores reales y potenciales. Que la competitividad sea un factor para adaptarse al cambio, ya que depende de los clientes la permanencia de la Mype en el mercado.

### **Recomendaciones**

La primera recomendación estuvo dirigida a las autoridades encargadas de aplicar las políticas económicas en el país, las Mypes requieren el apoyo sostenible para mantener sus negocios y expandir sus líneas de venta a nivel nacional. Regulando precios de tal forma que existió una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia.

La segunda recomendación se dirigió a las micro y pequeñas empresas del sector comercial rubro de abarrotes, se debió considerar la planificación estratégica, táctica y operativa con el fin de cumplir con sus objetivos, encontrar ineficiencias en sus operaciones, analizar la situación financiera e identificar las debilidades y desarrollar maneras de aumentar los beneficios,

asignar correctamente a sus colaboradores. Evaluando periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos. Siendo estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país. Los gerentes de las Mypes debieron capacitar constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios. Para culminar la Mype debió de identificarse con el cliente plenamente al momento de brindarle un producto o un servicio. Ser tolerante con el cliente de acuerdo a sus puntos de vista, criterios e interpretaciones.

La tercera recomendación. A los futuros investigadores para que realicen otras investigaciones en diferentes ámbitos confirmando o en todo caso rechazar la homogeneidad de los resultados, intercambiar información y opiniones constantemente con los colaboradores, a fin de evitar errores de comunicación en sus Mypes, incentivó a sus colaboradores de alguna manera para mejorar en sus actividades diarias en la Mype. Con la finalidad de que existió mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectaron los objetivos generales y particulares de la Mype. La Mype debió de contar con un plan de mitigación de riesgos en el trabajo, para lo cual los investigadores debieron estar en la pre disposición de apoyar técnicamente a los dueños, gerentes de las Mypes.

## Referencias bibliográficas

- Benzaquen de Las Casas, J. (2013, enero). *Calidad en las empresas latinoamericanas: el caso peruano*. Universia. Recuperado de <https://gcg.universia.net/article/download/441/567>.
- Lévano, C. (2005). *"Dirección nacional de la micro y pequeña empresa" elaboración de estadísticas de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/61397214/Estadisticas-de-la-PyME-Peru>.
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Panorama Temático Laboral. Pequeñas Empresas, Grandes Brechas. Empleo y Condiciones de Trabajo en las Mype de América Latina y el Caribe*. Recuperado de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_398103.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_398103.pdf)
- Velasco, A. (2006). *Los Retos del Sistema Financiero en el Desarrollo de las Mypes en el Perú*. Recuperado de [http://www.copeme.org.pe/old/images/reporte\\_microfinanzas/2006/reporte\\_marzo\\_2006.pdf](http://www.copeme.org.pe/old/images/reporte_microfinanzas/2006/reporte_marzo_2006.pdf)
- Rhea, E. (2010). *Manual de gestión de calidad para el departamento de asuntos públicos de la dirección provincial de salud de Imbabura*. (Tesis de Maestría). Universidad Técnica del Norte, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/873/2/02%20ICA%20101%20TESIS%20DEFINITIVA.pdf>

- Castro, E. (2010). *Las Estrategias Competitivas y su Importancia en la Buena Gestión de las Empresas*. Recuperado de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/7073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128.pdf
- Olivera, R. (20 de marzo de 2017). *¿Cuál es el Problema Central del Niño Costero?*. Diario el Correo. Recuperado de <https://www.alainet.org/es/articulo/184219>
- Espinoza, R. (2014). *El Marketing Mix*. Recuperado de <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Gutiérrez, S., Rubio, M. (2008). *Modelo de Gestión de Recursos Humanos en Organizaciones con una Orientación hacia la Calidad Total*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/28232108\\_Modelo\\_de\\_Gestion\\_de\\_Recursos\\_Humanos\\_en\\_organizaciones\\_con\\_una\\_orientacion\\_hacia\\_la\\_Calidad\\_Total\\_estudio\\_empirico\\_en\\_las\\_agencias\\_de\\_viaje](https://www.researchgate.net/publication/28232108_Modelo_de_Gestion_de_Recursos_Humanos_en_organizaciones_con_una_orientacion_hacia_la_Calidad_Total_estudio_empirico_en_las_agencias_de_viaje)
- Bassetto, G. (2014). *Necesidades Básicas del ser Humano y su Satisfacción a través de la Cultura*. Recuperado de <http://www.economicas.unsa.edu.ar/adminperso/Necesidades%20Humanas%202014.pdf>
- Camisón, C., Cruz, S., González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Recuperado de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

- Hernández, C. (2011). *Requisitos de la Norma ISO 9000:2000*. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos11/reno/reno.shtml>
- Rojas, P., y Sepúlveda, S. (2015). *¿Qué es la Competitividad?* Recuperado de <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A5283e/A5283e.pdf>
- Sánchez, J., González, E., Vargas, J., Mejía, J., Vásquez, G., Gaytán, J. (2014). *La Competitividad y los Factores Determinantes en la Globalización*. Recuperado de [http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos\\_pagina/factores\\_que\\_desarrollan\\_la\\_actitud\\_steward\\_del\\_director\\_y\\_el\\_desarrollo\\_del\\_recurso\\_humano.pdf](http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/factores_que_desarrollan_la_actitud_steward_del_director_y_el_desarrollo_del_recurso_humano.pdf)
- Burbano, E., Gonzáles, C., y Moreno, E. (2011). *La competitividad como elemento esencial para el desarrollo de las regiones*. Recuperado de [https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/2\\_competitividadvalle.pdf](https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/2_competitividadvalle.pdf)
- Riquelme, M. (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Recuperado de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Rojas, C. (2015). *El concepto de Competitividad, una Revisión Bibliográfica y Aplicaciones Generales en Colombia*. Recuperado de <http://desarrolloycompetitividadregional.blogspot.com/2015/04/el-concepto-de-competitividad-una.html>

- Lombana, J., Rozas, S. (2009, enero). *Marco Analítico de la Competitividad. Fundamentos para el Estudio de la Competitividad Regional*. Pensamiento & Gestión. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/854/4942>
- Saavedra, M., Milla, S. (2017). *La Competitividad de la Mipyme en el Nivel Micro: el caso de Querétaro, México*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/321389746\\_La\\_competitividad\\_de\\_la\\_Mipyme\\_en\\_el\\_nivel\\_micro\\_El\\_caso\\_de\\_Queretaro\\_Mexico](https://www.researchgate.net/publication/321389746_La_competitividad_de_la_Mipyme_en_el_nivel_micro_El_caso_de_Queretaro_Mexico)
- Betancourt, E. (2014). *El Triángulo de la Competitividad: lo que todo Directivo debe Saber para tener Éxito*. Recuperado de <https://www.amazon.es/El-Tri%C3%A1ngulo-Competitividad-directivo-saber/dp/1503071049>

## ANEXO 1

### ASPECTOS ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

#### A.1. RECURSOS Y PRESUPUESTO

Ítem	Partidas	Unidad	Cantidad	P.U.	Parcial
<b>1.00</b>	<b>Remuneraciones</b>				
1.10	Investigador	GLB	1	0.00	0.00
1.20	Digitador	DIG	1	0.00	0.00
<b>2.00</b>	<b>Bienes</b>				
2.10	Cuaderno	UNID	1	4.00	4.00
2.20	USB	UNID	1	30.00	30.00
2.30	Lapiceros	UNID	2	1.50	3.00
2.40	Corrector	UNID	1	4.50	4.50
<b>3.00</b>	<b>Servicios</b>				
3.10	Impresiones por hoja	UNID	400	0.10	40.00
3.20	Fotocopiado	HOJA	150	0.05	7.50
3.30	Anillado	GLB	2	3.50	7.00
3.40	Pasajes	GLB	20	2.00	40.00
	<b>TOTAL (S/)</b>				<b>136.00</b>

#### A.2. FINANCIAMIENTO

El proyecto de investigación ha sido autofinanciado por el suscrito investigador.



### A.3.CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

		AÑO 2018																							
Tiempo		Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
Actividades																									
1. Formulación del proyecto de investigación.																									
2. Elaboración del proyecto de investigación.																									
3. Organización de los recursos.																									
4. Implementación del proyecto de investigación.																									
5. Ejecución de la experiencia.																									
6. Procesamiento de datos.																									
7. Análisis e interpretación de los resultados.																									
8. Elaboración del informe de investigación.																									

**ANEXO 2**  
**CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA DE POST GRADO DE ADMINISTRACIÓN**

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las Mypes del ámbito de estudio.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO ABARROTÉS DEL DISTRITO DE SULLANA. AÑO 2018.**

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

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

**I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES**

**1.1 Edad del representante legal de la Mype:** .....

**1.2 Género:** Masculino..... Femenino.....

**1.3 Grado de instrucción:**

Sin instrucción.....Primaria.....Secundaria.....  
Instituto..... Universitaria.....

**1.4 Estado Civil:**

Soltero.....Casado.....Conviviente.....Divorciado.....Otros.....

**1.5 Profesión:** .....

**II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES**

**2.1 Antigüedad en años que se encuentra en el sector y rubro:**.....

**2.2 La Mype es formal:** Si..... No.....

**2.3 Número de trabajadores permanentes:**.....**Número de trabajadores eventuales:**.....

**2.4 La Mype se formó para subsistencia:** Si..... .No.....

### III. DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES

**3.1 Considera que la planificación estratégica ayuda a la Mype del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.2 Es conforme que los planes tácticos de la Mype ayudan a encontrar ineficiencias en sus operaciones**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.3 Manifiesta que la planificación operativa analiza la situación financiera de la Mype e identifica las debilidades y desarrolla maneras de aumentar los beneficios**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.4 Considera que la asignación de actividades está de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.5 Está de acuerdo que la buena asignación de sus recursos, permite lograr con éxito los objetivos trazados por la Mype**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.6 Están definidas correctamente las responsabilidades de los colaboradores en la Mype del sector comercial, rubro abarrotes**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.7 Estimula a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor en su Mype**

Actitud muy positiva  Actitud positiva  Actitud indiferente

Actitud negativa  Actitud muy negativa

**3.8 Intercambia información y opiniones constantemente con sus colaboradores, a fin de evitar errores de comunicación en su Mype**

Actitud muy positiva  Actitud positiva  Actitud indiferente

Actitud negativa  Actitud muy negativa

**3.9 Incentiva a sus colaboradores de alguna manera para mejorar en sus actividades diarias en la Mype**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.10 Considera que las remuneraciones de la Mype, está acorde con las expectativas del mercado local**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**3.11 Existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la Mype**

Muy eficiente y eficaz  Solo eficaz  Regularmente eficaz

Poco eficaz  Nada eficiente y eficaz

**3.12 Supervisa directamente al colaborador en las acciones propias del trabajo en atención al cliente**

Muy eficiente y eficaz  Solo eficaz  Regularmente eficaz

Poco eficaz  Nada eficiente y eficaz

**3.13 Se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos**

Muy eficiente y eficaz  Solo eficaz  Regularmente eficaz

Poco eficaz  Nada eficiente y eficaz

#### **IV. DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES**

##### **4.1 La Mype es estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país**

Totalmente formal  Poco formal  Regularmente formal   
Poco informal  Totalmente informal

##### **4.2 Considera que la Mype es coherente en la validación de sus precios a razón de la competencia**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo   
Muy en desacuerdo

##### **4.3 Existe una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo   
Muy en desacuerdo

##### **4.4 La Mype cuenta con un plan, con la finalidad de mitigar riesgos en el trabajo**

Muy eficiente y eficaz  Solo eficaz  Regularmente eficaz   
Poco eficaz  Nada eficiente y eficaz

##### **4.5 El empleador capacita constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo   
Muy en desacuerdo

##### **4.6 Considera que cuenta con los recursos humanos apropiados para brindar un buen servicio al cliente**

Muy eficiente y eficaz  Solo eficaz  Regularmente eficaz   
Poco eficaz  Nada eficiente y eficaz

**4.7 Han sido considerados apropiadamente todos los riesgos que pudieran afectar los objetivos de la Mype de manera significativa**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**4.8 Hace la Mype una supervisión de sus controles a un costo, nivel de esfuerzo o nivel organizativo que no sea consistente con el volumen de riesgos a mitigar a través de los controles**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**4.9 Se utiliza el uso racional de los medios estratégicos para alcanzar sus objetivos en la Mype**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**4.10 Se identifica con el cliente plenamente, al momento de brindarle un producto o servicio**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**4.11 Escucha al cliente de sus experiencias con otras Mypes del sector comercial, rubro abarrotes**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**4.12 Es tolerante con el cliente de acuerdo a sus puntos de vista, criterios e interpretaciones**

Muy de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo

Muy en desacuerdo

**Sullana, Septiembre del 2018.**

### ANEXO 3

#### PRUEBA DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH

<b>Resumen del procesamiento de los casos</b>			
		<b>N</b>	<b>%</b>
Casos	Válidos	291	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	291	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
,881	25

El Alfa de Cronbach obtenido en la prueba es de 0.881, que está muy cercano a la unidad, en consecuencia existe una alta confiabilidad en el cuestionario.

**ANEXO 04: MATRIZ DE CONSISTENCIA**


TÍTULO	PROBLEMA	OBJ. GENE	OBJ. ESPECI	HIPÓTESIS	HIP. ESPECI	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	ÍTEMS							
GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018.	¿Cuál es la incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana Año 2018?	Determinar la incidencia del Analizar gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, Año 2018.	a) Identificar las características de la gestión de calidad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana.	Existe alta incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, Año 2018.	a) La gestión de calidad no es buena en las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana.	Gestión de calidad	Es el proceso por medio del cual se aplica técnicas y estrategias con la finalidad de lograr altos niveles de competitividad de tal manera que los resultados permitan obtener utilidades sostenibles.	La gestión de calidad en las mypes del sector comercial, rubro abarrotes se identifica mediante la aplicación de una planificación efectiva, organización óptima, dirección eficiente y control racional que permita garantizar la acciones en todos los procesos de la organización.	Planificación	Estratégica	Nominal	1,2,3							
			Táctica																
			Operativa																
			Organización		Asignación de actividades				4,5,6										
					Asignación de recursos														
					Definición de responsabilidades														
			Dirección		Motivación	7,8,9,10													
					Comunicación														
					Incentivo														
			Control		Remuneración	11,12,13													
					Previo														
					Concurrente														
			Competitividad		Capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad.	Es el proceso por el cual el micro empresario opta por tener una mype fiable ante la publicidad engañosa, con capacidad de respuesta óptima frente a cualquier problema, que determina su seguridad en los controles de calidad de los productos y servicios con un valor agregado de empatía para con los clientes.			b) El nivel de competitividad es bajo en las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana.	Existe alta incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, Año 2018.		c) La gestión de calidad no se asocia con la competitividad de las Mypes del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Sullana.	Competitividad	Capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad.	Es el proceso por el cual el micro empresario opta por tener una mype fiable ante la publicidad engañosa, con capacidad de respuesta óptima frente a cualquier problema, que determina su seguridad en los controles de calidad de los productos y servicios con un valor agregado de empatía para con los clientes.	Fiabilidad	Estabilidad	Nominal	14,15,16
																	Consistencia		
																	Equivalencia		
									Capacidad de respuesta			Plan				17,18,19			
												Capacitación							
												Recursos							
Seguridad	Efectividad	20,21,22																	
	Eficiencia																		
	Eficacia																		
Empatía	Identificar las necesidades de desarrollo del cliente	23,24,25																	
	Comprensión de la experiencia del cliente																		
	Capacidad de identificar las emociones del cliente																		



**ANEXO 5**

**PRUEBA DE VALIDEZ: JUICIO DE EXPERTOS**

TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO												
Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1												
Evaluación de coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1												
Puntaje máximo por ítem = 25				Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítems multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.								
Puntaje mínimo por ítem = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de calidad	Planificación	Estratégica	1,2,3	/			5	5	5	5	313	
		Táctica		/			5	5	5	5	313	
		Operativa		/			3	3	3	3	188	
	Organización	Asignación de actividades	4,5,6	/			5	5	5	5	313	
		Asignación de recursos		/			5	5	5	5	313	
		Definición de responsabilidades		/			5	5	5	5	313	
	Dirección	Motivación	7,8,9,10	/			5	5	5	5	313	
		Comunicación		/			5	5	5	5	313	
		Incentivo		/			5	5	5	5	313	
		Remuneración		/			5	5	5	5	313	
Control	Previo	11,12,13	/			5	5	5	5	313		
	Concurrente		/			5	5	6	5	313		
	Posterior		/			5	5	5	5	313		
Competitividad	Fiabilidad	Estabilidad	14,15,16	/			5	5	5	5	313	
		Consistencia		/			5	5	5	5	313	
		Equivalencia		/			5	5	5	5	313	
	Capacidad de respuesta	Plan	17,18,19	/			5	5	5	5	313	
		Capacitación		/			5	5	5	5	313	
		Recursos		/			5	5	5	5	313	
	Seguridad	Efectividad	20,21,22	/			5	5	5	5	313	
		Eficiencia		/			5	5	5	5	313	
		Eficacia		/			5	5	5	5	313	
	Empatía	Identificar las necesidades de desarrollo del cliente	23,24,25	/			5	5	5	5	313	
Comprensión de la experiencia del cliente		/				5	5	5	5	313		
Capacidad de identificar las emociones del cliente		/				5	5	5	5	313		
PROMEDIO DE VALORACIÓN							4.92	4.92	4.92	4.92	308	

  
 Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

**TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO**

Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1													
Evaluación de coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1													
Puntaje máximo por ítem = 25				Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítems multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.									
Puntaje mínimo por ítem = 5													
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA			
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR			
Gestión de calidad	Planificación	Estratégica	1,2,3	✓			5	5	5	5	313		
		Táctica			✓			3	3	3	3	188	
		Operativa		✓				5	5	5	5	313	
	Organización	Asignación de actividades	4,5,6	✓				5	5	5	5	313	
		Asignación de recursos		✓				5	5	5	5	313	
		Definición de responsabilidades		✓				5	5	5	5	313	
	Dirección	Motivación	7,8,9,10	✓				5	5	5	5	313	
		Comunicación		✓				5	5	5	5	313	
		Incentivo		✓				5	5	5	5	313	
		Remuneración		✓				5	5	5	5	313	
	Control	Previo	11,12,13	✓				5	5	5	5	313	
		Concurrente		✓				5	5	5	5	313	
Posterior		✓					5	5	5	5	313		
Competitividad	Fiabilidad	Estabilidad	14,15,16	✓				5	5	5	5	313	
		Consistencia		✓				5	5	5	5	313	
		Equivalencia		✓				5	5	5	5	313	
	Capacidad de respuesta	Plan	17,18,19	✓				5	5	5	5	313	
		Capacitación		✓				5	5	5	5	313	
		Recursos		✓				5	5	5	5	313	
	Seguridad	Efectividad	20,21,22	✓				5	5	5	5	313	
		Eficiencia		✓				5	5	5	5	313	
		Eficacia		✓				5	5	5	5	313	
	Empatía	Identificar las necesidades de desarrollo del cliente	23,24,25	✓				5	5	5	5	313	
		Comprensión de la experiencia del cliente		✓				5	5	5	5	313	
		Capacidad de identificar las emociones del cliente		✓				5	5	5	5	313	
PROMEDIO DE VALORACIÓN							4.92	4.92	4.92	4.92	368		

  
 Mg. María Del C. Rosillo de Purizaca  
 CLAD 03970



**TABLA DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTO**

Valoración de respuesta: Buena = 5; Regular = 3; Mala = 1												
Evaluación de coherencia: Excelente = 5; Buena = 4; Regular = 3; Malo = 1												
Puntaje máximo por ítem = 25			Para obtener el puntaje máximo total del instrumento se multiplican el puntaje total por ítem por el número total de ítems, ese será el límite superior y la multiplicación del mínimo por ítems multiplicado por el número total de ítems, nos dará el límite inferior y el promedio será la suma de los dos límites dividido entre dos.									
Puntaje mínimo por ítem = 5												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	VALORACIÓN DE LA OPCIÓN DE RESPUESTA			EVALUACIÓN DE COHERENCIA				TOTAL DE VALORACIÓN	OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				BUENA	REGULAR	MALA	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							VALOR	VALOR	VALOR	VALOR		
Gestión de calidad	Planificación	Estratégica	1,2,3	/			5	5	5	5	313	
		Táctica		/			5	5	5	6	313	
		Operativa		/			3	3	5	3	188	
	Organización	Asignación de actividades	4,5,6	/			5	5	5	5	313	
		Asignación de recursos		/			5	5	5	5	313	
		Definición de responsabilidades		/			5	5	5	5	313	
	Dirección	Motivación	7,8,9,10	/			5	5	5	5	313	
		Comunicación		/			5	5	5	5	313	
		Incentivo		/			5	5	5	5	313	
		Remuneración		/			5	5	5	5	313	
	Control	Previo	11,12,13	/			5	5	5	5	313	
		Concurrente		/			5	5	5	5	313	
Posterior		/				5	5	5	5	313		
Competitividad	Fiabilidad	Estabilidad	14,15,16	/			5	5	5	5	313	
		Consistencia		/			5	5	5	5	313	
		Equivalencia		/			5	5	5	5	313	
	Capacidad de respuesta	Plan	17,18,19	/			5	5	5	5	313	
		Capacitación		/			5	5	5	5	313	
		Recursos		/			5	5	5	5	313	
	Seguridad	Efectividad	20,21,22	/			5	5	5	5	313	
		Eficiencia		/			5	5	5	5	313	
		Eficacia		/			5	5	5	5	313	
	Empatía	Identificar las necesidades de desarrollo del cliente	23,24,25	/			5	5	5	5	313	
		Comprensión de la experiencia del cliente		/			5	5	5	5	313	
		Capacidad de identificar las emociones del cliente		/			5	5	5	5	313	
PROMEDIO DE VALORACIÓN							4.92	4.92	4.92	4.92	368	

  
 MSc. ALBA GARCÍA GONZÁLEZ  
 DOCENTE TUTOR ULADECH  
 0040-03600

TABLA DE CONSOLIDACIÓN DE VALORACIÓN DE EXPERTOS				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	PROMEDIO
Promedio de valoración relación entre variable y dimensión	4.92	4.92	4.92	4.92
Promedio de valoración de relación entre la dimensión y el indicador	4.92	4.92	4.92	4.92
Promedio de valoración de relación entre el indicador y el ítems	4.92	4.92	4.92	4.92
Promedio de valoración de relación entre el indicador y la opción de respuesta	4.92	4.92	4.92	4.92
VALOR PROMEDIO DE LOS TRES EXPERTOS				4.92
CONDICIÓN DEL INSTRUMENTO		Calificación		
Debe modificar totalmente, el instrumento no es posible aplicarlo		Pésimo		
El instrumento debe ser modificado de acuerdo con las observaciones del experto		Regular		
El instrumento está muy bien confeccionado y puede ser aplicado		Excelente		
		X		

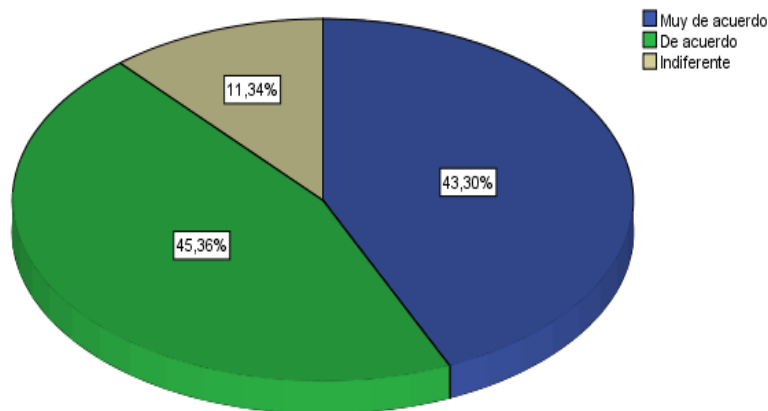
## TABLAS Y FIGURAS

*Tabla 1 Distribución de la población según consideración sobre la planificación estratégica como ayuda para conseguir sus objetivos en las Mype del sector comercial, rubro abarrotes*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	126	43.3	43.3	43.3
De acuerdo	132	45.4	45.4	88.7
Indiferente	33	11.3	11.3	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 1: CONSIDERA QUE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA AYUDA A LA MYPE DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO ABARROTES A CONSEGUIR SUS OBJETIVOS**



Fuente: tabla 1.

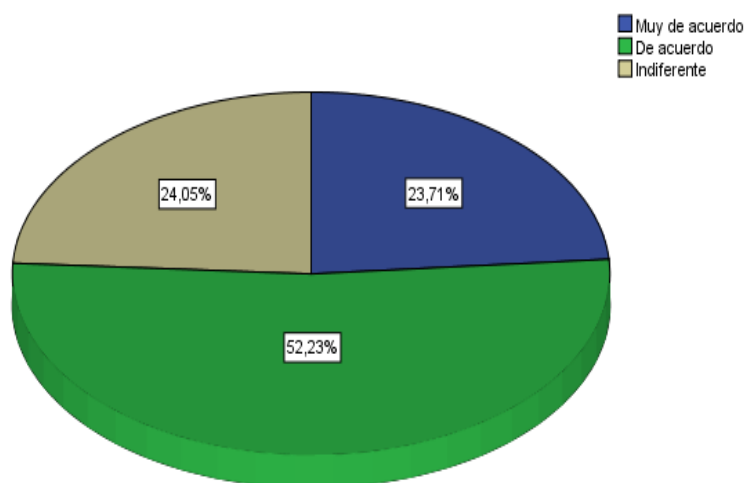
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45.36% está de acuerdo, mientras que el 43.30% considera que está muy de acuerdo y el 11.34% se encuentra indiferente, referente a que considera que la planificación estratégica ayuda a la Mype del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos.

*Tabla 2 Distribución de la población según conformidad de los planes tácticos de la Mype como ayuda para encontrar ineficiencias en sus operaciones*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de acuerdo	69	23.7	23.7	23.7
De acuerdo	152	52.2	52.2	75.9
Indiferente	70	24.1	24.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 2: ES CONFORME QUE LOS PLANES TÁCTICOS DE LA MYPE AYUDAN A ENCONTRAR INEFICIENCIAS EN SUS OPERACIONES**



Fuente: tabla 2.

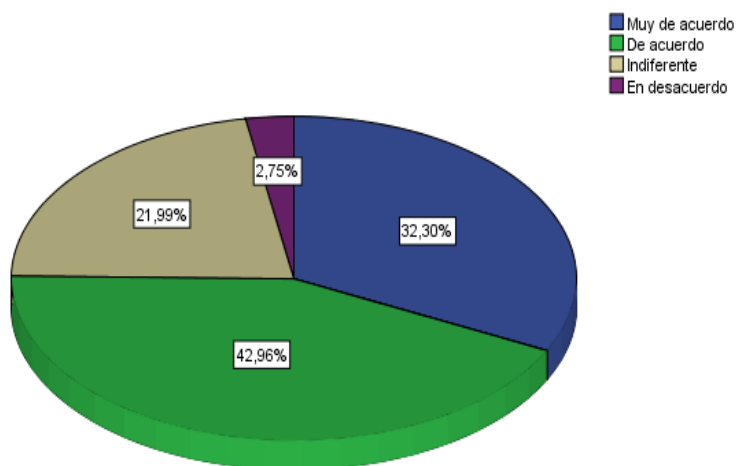
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 52.23% está de acuerdo, mientras que el 24.05% considera que es indiferente y el 23.71% se encuentra muy de acuerdo, referente a que es conforme que los planes tácticos de la Mype ayudan a encontrar ineficiencias en sus operaciones.

*Tabla 3 Distribución de la población según manifestación sobre la planificación operativa como análisis de la situación financiera de la Mype e identificación de las debilidades y desarrollo para aumentar los beneficios*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	94	32.3	32.3	32.3
De acuerdo	125	43.0	43.0	75.3
Indiferente	64	22.0	22.0	97.3
En desacuerdo	8	2.7	2.7	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 3: MANIFIESTA QUE LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANALIZA LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA MYPE E IDENTIFICA LAS DEBILIDADES Y DESARROLLA MANERAS DE AUMENTAR LOS BENEFICIOS**



Fuente: tabla 3.

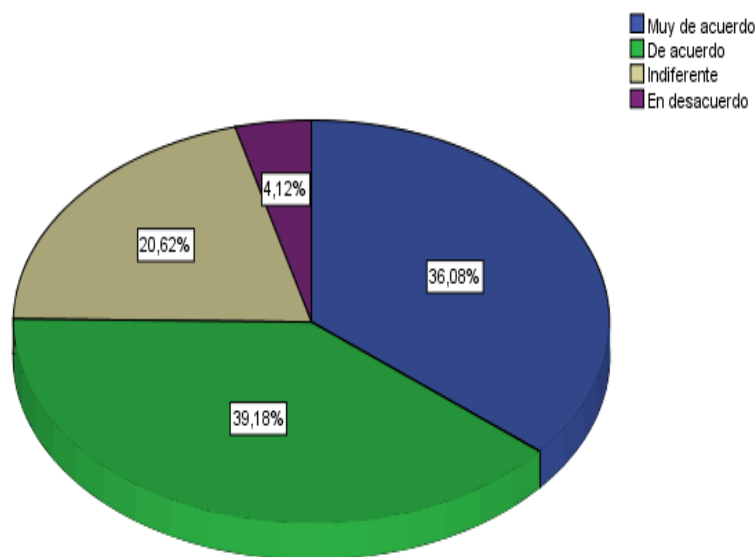
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 42.96% está de acuerdo, mientras que el 32.30% considera que está muy de acuerdo, el 21.99% es indiferente y el 2.75% está en desacuerdo, referente a que manifiesta que la planificación operativa analiza la situación financiera de la Mype e identifica las debilidades y desarrolla maneras de aumentar los beneficios.

*Tabla 4 Distribución de la población según consideración sobre la asignación de actividades de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	105	36.1	36.1	36.1
De acuerdo	114	39.2	39.2	75.3
Indiferente	60	20.6	20.6	95.9
En desacuerdo	12	4.1	4.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 4: CONSIDERA QUE LA ASIGNACIÓN DE ACTIVIDADES ESTÁ DE ACUERDO AL PERFIL DEL COLABORADOR DE LA MYPE**



Fuente: tabla 4.

Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 39.18% está de acuerdo, mientras que el 36.08% considera que está muy de acuerdo, el 20.62% es indiferente y el 4.12% está en desacuerdo, referente a que considera que la asignación de actividades está de acuerdo al perfil del colaborador de la Mype.

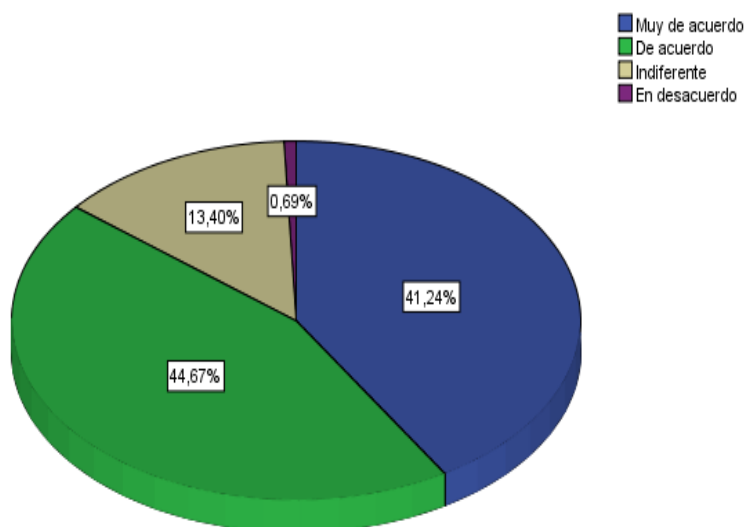


*Tabla 5 Distribución de la población según acuerdo de la buena asignación de sus recursos, permiten lograr con éxito los objetivos trazados por la Mype*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	120	41.2	41.2	41.2
De acuerdo	130	44.7	44.7	85.9
Indiferente	39	13.4	13.4	99.3
En desacuerdo	2	.7	.7	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 5: ESTÁ DE ACUERDO QUE LA BUENA ASIGNACIÓN DE SUS RECURSOS, PERMITE LOGRAR CON ÉXITO LOS OBJETIVOS TRAZADOS POR LA MYPE**



Fuente: tabla 5.

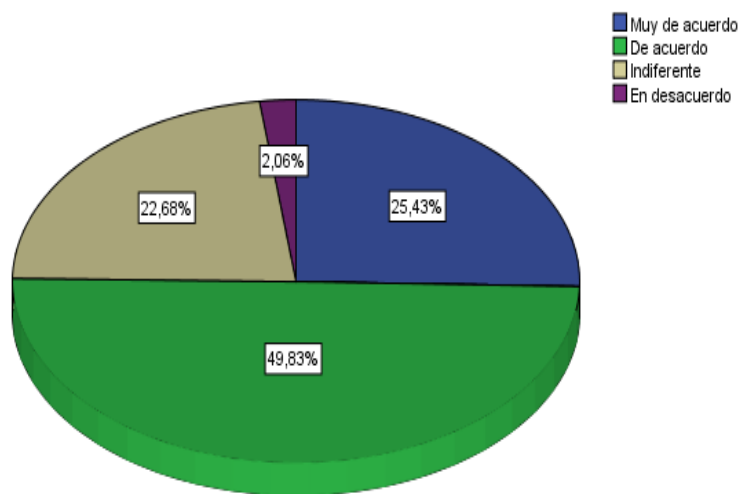
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 44.67% está de acuerdo, mientras que el 41.24% considera que está muy de acuerdo, el 13.40% es indiferente y el 0.69% está en desacuerdo, referente a que está de acuerdo que la buena asignación de sus recursos, permite lograr con éxito los objetivos trazados por la Mype.

*Tabla 6 Distribución de la población estando definidas correctamente las responsabilidades de los colaboradores en la Mype del sector comercial, rubro abarrotes*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de acuerdo	74	25.4	25.4	25.4
De acuerdo	145	49.8	49.8	75.3
Indiferente	66	22.7	22.7	97.9
En desacuerdo	6	2.1	2.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 6: ESTÁN DEFINIDAS CORRECTAMENTE LAS RESPONSABILIDADES DE LOS COLABORADORES EN LA MYPE DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO ABARROTES**



Fuente: tabla 6.

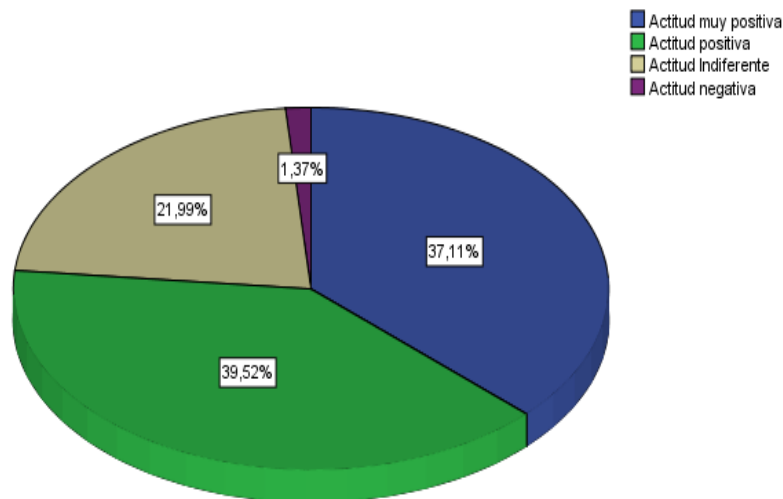
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 49.83% está de acuerdo, mientras que el 25.43% considera que está muy de acuerdo, el 22.68% es indiferente y el 2.06% está en desacuerdo, referente a que están definidas correctamente las responsabilidades de los colaboradores en la Mype del sector comercial, rubro abarrotes.

*Tabla 7 Distribución de la población sobre estimular a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor en su Mype*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Actitud muy positiva	108	37.1	37.1	37.1
Actitud positiva	115	39.5	39.5	76.6
Actitud indiferente	64	22.0	22.0	98.6
Actitud negativa	4	1.4	1.4	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 7: ESTIMULA A SUS COLABORADORES PARA MANTENERLOS MOTIVADOS A REALIZAR UNA BUENA LABOR EN SU MYPE**



Fuente: tabla 7.

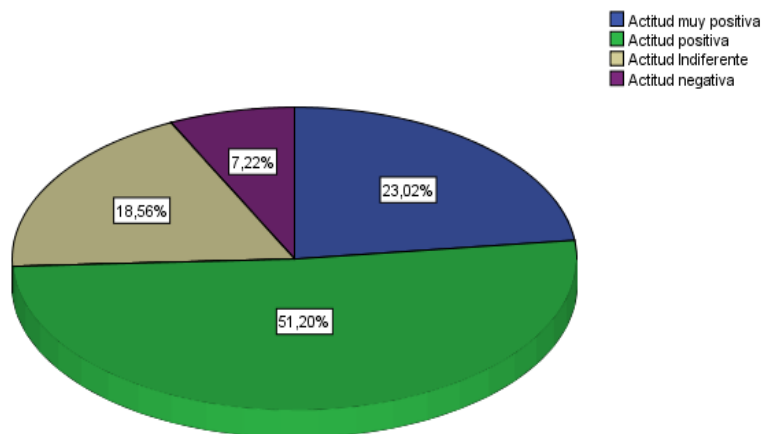
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 39.52% tiene una actitud positiva, mientras que el 37.11% se considera en actitud muy positiva, el 21.99% en actitud indiferente y el 1.37% en actitud negativa, referente a que estimula a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor en su Mype.

*Tabla 8 Distribución de la población sobre intercambio de información y opiniones con los colaboradores, a fin de evitar errores de comunicación en su Mype*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Actitud muy positiva	67	23.0	23.0	23.0
Actitud positiva	149	51.2	51.2	74.2
Actitud indiferente	54	18.6	18.6	92.8
Actitud negativa	21	7.2	7.2	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 8: INTERCAMBIA INFORMACIÓN Y OPINIONES CONSTANTEMENTE CON SUS COLABORADORES, A FIN DE EVITAR ERRORES DE COMUNICACIÓN EN SU MYPE**



Fuente: tabla 8.

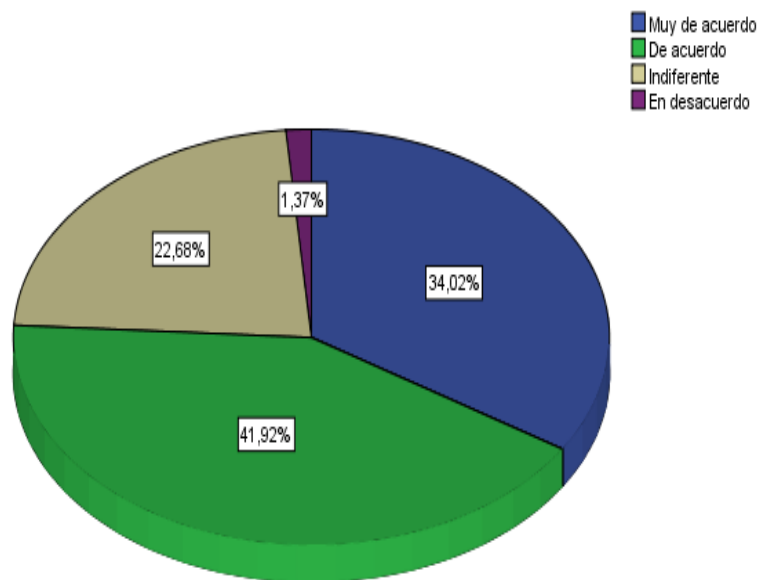
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 51.20% tiene una actitud positiva, mientras que el 23.02% se considera en actitud muy positiva, el 18.56% se encuentra en actitud indiferente y el 7.22% en actitud negativa, referente a que intercambia información y opiniones constantemente con sus colaboradores, a fin de evitar errores de comunicación en su Mype.

*Tabla 9 Distribución de la población sobre incentivar a sus colaboradores para mejorar en sus actividades diarias en la Mype*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	99	34.0	34.0	34.0
De acuerdo	122	41.9	41.9	75.9
Indiferente	66	22.7	22.7	98.6
En desacuerdo	4	1.4	1.4	100.0
Total	291	100.0	100.0	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 9: INCENTIVA A SUS COLABORADORES DE ALGUNA MANERA PARA MEJORAR EN SUS ACTIVIDADES DIARIAS EN LA MYPE**



Fuente: tabla 9.

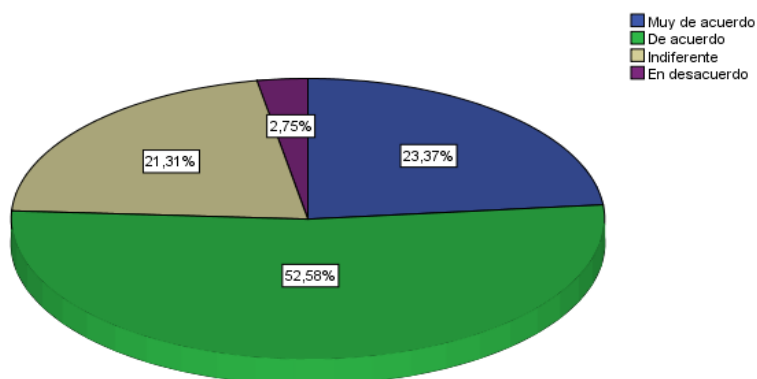
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% está de acuerdo, mientras que el 34.02% considera que está muy de acuerdo, el 22.68% es indiferente y el 1.37% está en desacuerdo, referente a que incentiva a sus colaboradores de alguna manera para mejorar en sus actividades diarias en la Mype.

*Tabla 10 Distribución de la población sobre considerar que las remuneraciones de la Mype, está acorde con las expectativas del mercado local*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	68	23.4	23.4	23.4
De acuerdo	153	52.6	52.6	75.9
Indiferente	62	21.3	21.3	97.3
En desacuerdo	8	2.7	2.7	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 10: CONSIDERA QUE LAS REMUNERACIONES DE LA MYPE, ESTÁ ACORDE CON LAS EXPECTATIVAS DEL MERCADO LOCAL**



Fuente: tabla 10.

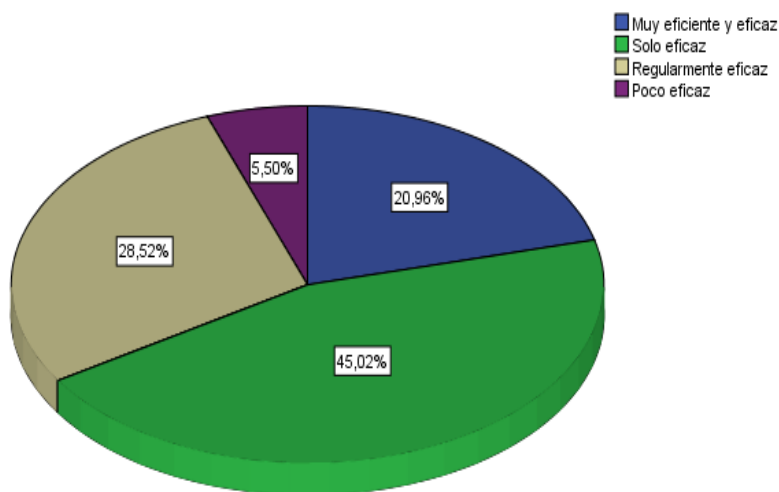
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 52.58% está de acuerdo, mientras que el 23.37% considera que está muy de acuerdo, el 21.31% es indiferente y el 2.75% está en desacuerdo, referente a que considera que las remuneraciones de la Mype, está acorde con las expectativas del mercado local.

*Tabla 12 Distribución de la población sobre supervisar directamente al colaborador en las acciones propias del trabajo en atención al cliente*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy eficiente y eficaz	61	21.0	21.0	21.0
Solo eficaz	131	45.0	45.0	66.0
Regularmente eficaz	83	28.5	28.5	94.5
Poco eficaz	16	5.5	5.5	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 12: SUPERVISA DIRECTAMENTE AL COLABORADOR EN LAS ACCIONES PROPIAS DEL TRABAJO EN ATENCIÓN AL CLIENTE**



Fuente: tabla 12.

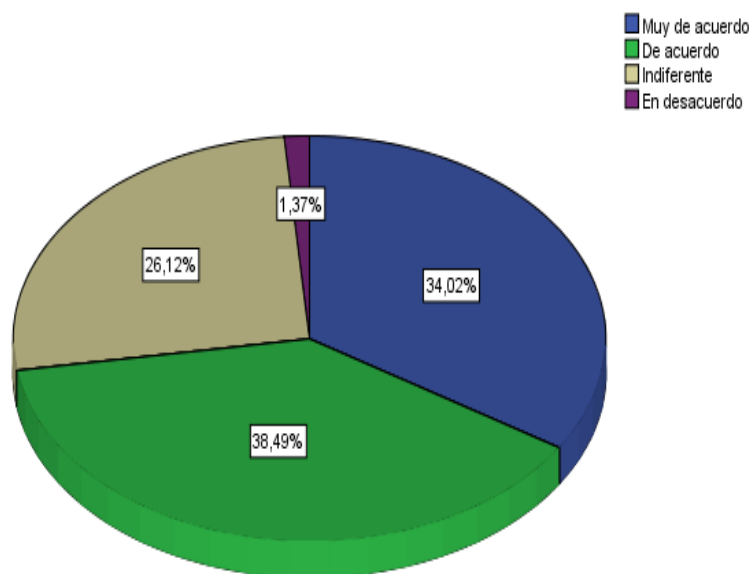
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45.02% es solo eficaz, mientras que el 28.52% considera que es regularmente eficaz, el 20.96% es muy eficiente y eficaz y el 5.50% es poco eficaz, referente a que supervisa directamente al colaborador en las acciones propias del trabajo en atención al cliente.

*Tabla 15 Distribución de la población sobre considerar que la Mype es coherente en la validación de sus precios a razón de la competencia*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	99	34.0	34.0	34.0
De acuerdo	112	38.5	38.5	72.5
Indiferente	76	26.1	26.1	98.6
En desacuerdo	4	1.4	1.4	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 15: CONSIDERA QUE LA MYPE ES COHERENTE EN LA VALIDACIÓN DE SUS PRECIOS A RAZÓN DE LA COMPETENCIA**



Fuente: tabla 15.

Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 38.49% está de acuerdo, mientras que el 34.02% considera que está muy de acuerdo, el 26.12% es indiferente y el 1.37% está en desacuerdo, referente a que considera que la Mype es coherente en la validación de sus precios a razón de la competencia.

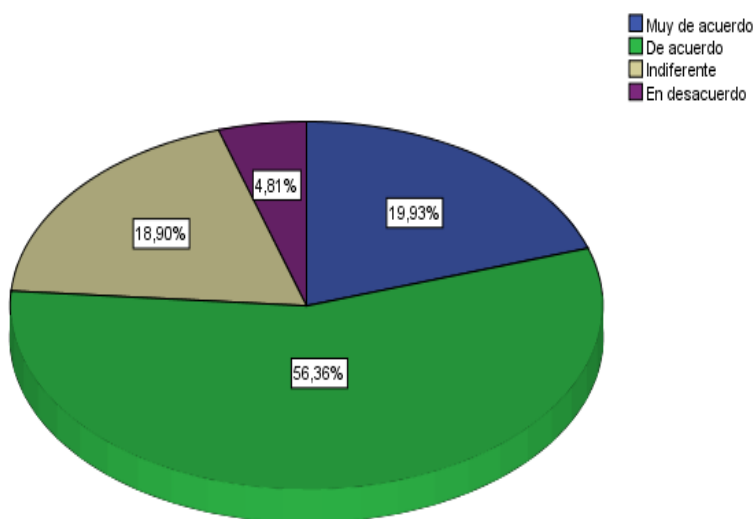


*Tabla 16 Distribución de la población sobre la existencia de una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	58	19.9	19.9	19.9
De acuerdo	164	56.4	56.4	76.3
Indiferente	55	18.9	18.9	95.2
En desacuerdo	14	4.8	4.8	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 16: EXISTE UNA CIERTA SIMILITUD EN LA ATENCIÓN QUE BRINDA SU MYPE EN COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA**



Fuente: tabla 16.

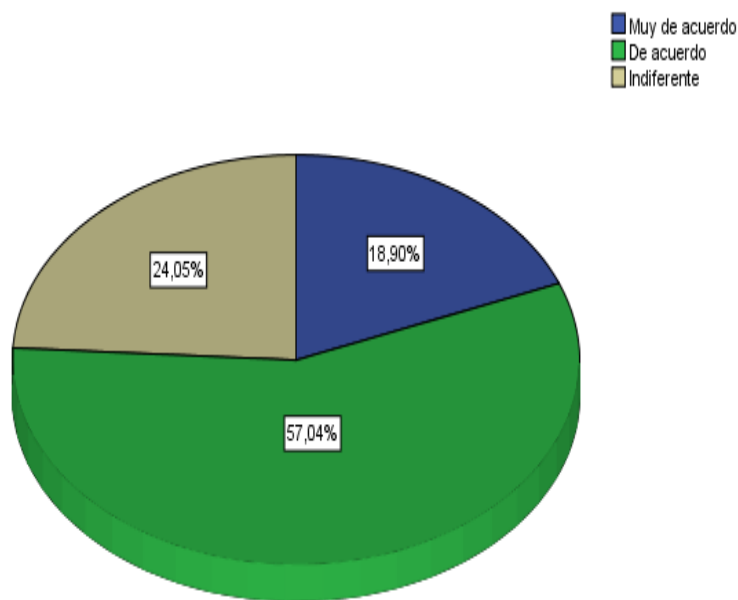
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 56.36% está de acuerdo, mientras que el 19.93% considera que está muy de acuerdo, el 18.90% es indiferente y el 4.81% está en desacuerdo, referente a que existe una cierta similitud en la atención que brinda su Mype en comparación con la competencia.

*Tabla 18 Distribución de la población sobre el empleador que capacita constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	55	18.9	18.9	18.9
De acuerdo	166	57.0	57.0	75.9
Indiferente	70	24.1	24.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 18: EL EMPLEADOR CAPACITA CONSTANTEMENTE A SUS COLABORADORES EN TEMAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y ROTACIÓN DE INVENTARIOS**



Fuente: tabla 18.

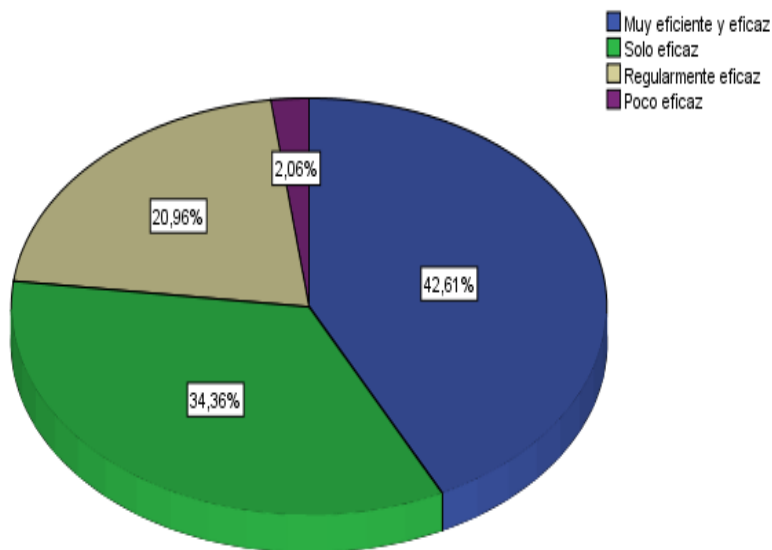
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 57.04% está de acuerdo, mientras que el 24.05% considera que es indiferente y el 18.90% está muy de acuerdo, referente a que el empleador capacita constantemente a sus colaboradores en temas de atención al cliente y rotación de inventarios.

*Tabla 19 Distribución de la población sobre considerar que cuenta con los recursos humanos apropiados para brindar un buen servicio al cliente*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy eficiente y eficaz	124	42.6	42.6	42.6
Solo eficaz	100	34.4	34.4	77.0
Regularmente eficaz	61	21.0	21.0	97.9
Poco eficaz	6	2.1	2.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 19: CONSIDERA QUE CUENTA CON LOS RECURSOS HUMANOS APROPIADOS PARA BRINDAR UN BUEN SERVICIO AL CLIENTE**



Fuente: tabla 19.

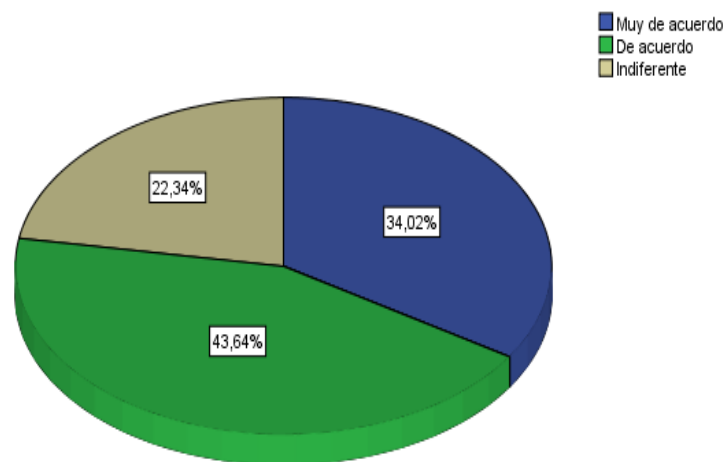
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 42.61% es muy eficiente y eficaz, mientras que el 34.36% considera que es solo eficaz, el 20.96% es regularmente eficaz y el 2.06% es poco eficaz, referente a que considera que cuenta con los recursos humanos apropiados para brindar un buen servicio al cliente.

*Tabla 21 Distribución de la población sobre considerar que la Mype realiza supervisión de sus controles a un costo, nivel de esfuerzo o nivel organizativo que no sea consistente con el volumen de riesgos a mitigar a través de los controles*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de acuerdo	99	34.0	34.0	34.0
De acuerdo	127	43.6	43.6	77.7
Indiferente	65	22.3	22.3	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 21: HACE LA MYPE UNA SUPERVISIÓN DE SUS CONTROLES A UN COSTO, NIVEL DE ESFUERZO O NIVEL ORGANIZATIVO QUE NO SEA CONSISTENTE CON EL VOLUMEN DE RIESGOS A MITIGAR A TRAVÉS DE LOS CONTROLES**



Fuente: tabla 21.

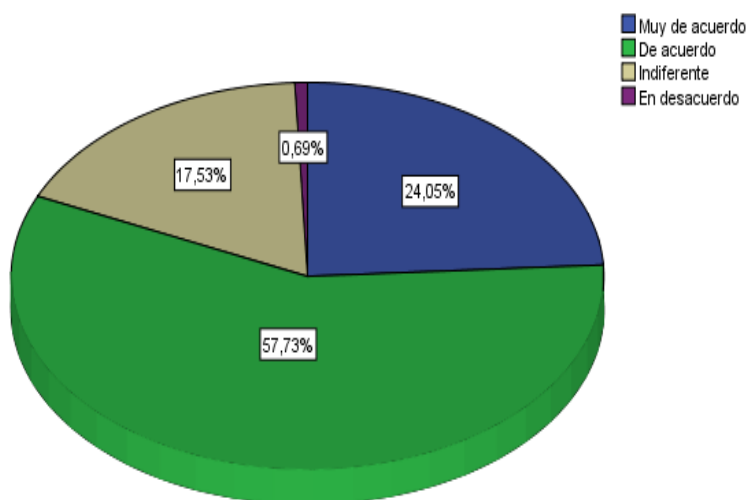
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 43.64% está de acuerdo, mientras que el 34.02% considera que está muy de acuerdo y el 22.34% es indiferente, referente a que hace la Mype una supervisión de sus controles a un costo, nivel de esfuerzo o nivel organizativo que no sea consistente con el volumen de riesgos a mitigar a través de los controles.

*Tabla 22 Distribución de la población sobre utilizar el uso racional de los medios estratégicos para alcanzar sus objetivos en la Mype*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	70	24.1	24.1	24,1
De acuerdo	168	57.7	57.7	81.8
Indiferente	51	17.5	17.5	99.3
En desacuerdo	2	.7	.7	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 22: SE UTILIZA EL USO RACIONAL DE LOS MEDIOS ESTRATÉGICOS PARA ALCANZAR SUS OBJETIVOS EN LA MYPE**



Fuente: tabla 22.

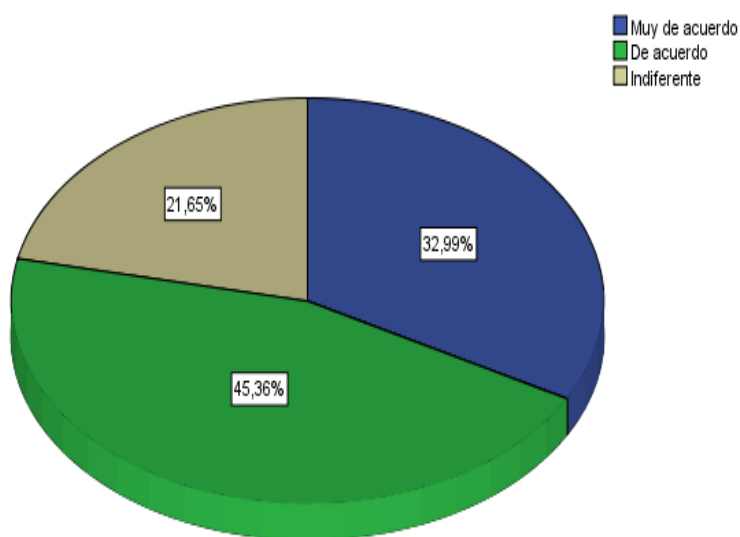
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 57.73% está de acuerdo, mientras que el 24.05% considera que está muy de acuerdo, el 17.53% es indiferente y el 0.69% está en desacuerdo, referente a que se utiliza el uso racional de los medios estratégicos para alcanzar sus objetivos en la Mype.

*Tabla 23 Distribución de la población sobre identificar al cliente plenamente, al momento de brindarle un producto o servicio*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	96	33.0	33.0	33.0
De acuerdo	132	45.4	45.4	78.4
Indiferente	63	21.6	21.6	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 23: SE IDENTIFICA CON EL CLIENTE PLENAMENTE, AL MOMENTO DE BRINDARLE UN PRODUCTO O SERVICIO**



Fuente: tabla 23.

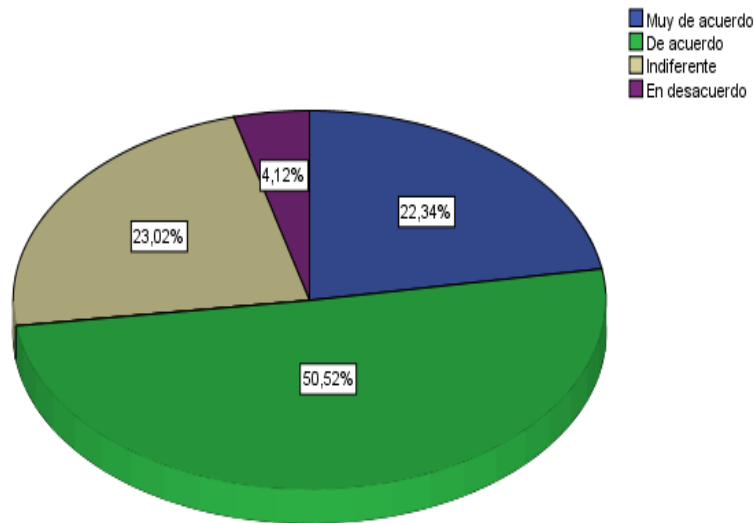
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45.36% está de acuerdo, mientras que el 32.99% considera que está muy de acuerdo y el 21.65% es indiferente, respecto a que se identifica con el cliente plenamente, al momento de brindarle un producto o servicio.

*Tabla 24 Distribución de la población sobre escuchar al cliente de sus experiencias con otras Mypes del sector comercial, rubro abarrotes*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy de acuerdo	65	22.3	22.3	22.3
De acuerdo	147	50.5	50.5	72.9
Indiferente	67	23.0	23.0	95.9
En desacuerdo	12	4.1	4.1	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 24: ESCUCHA AL CLIENTE DE SUS EXPERIENCIAS CON OTRAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO ABARROTES**



Fuente: tabla 24.

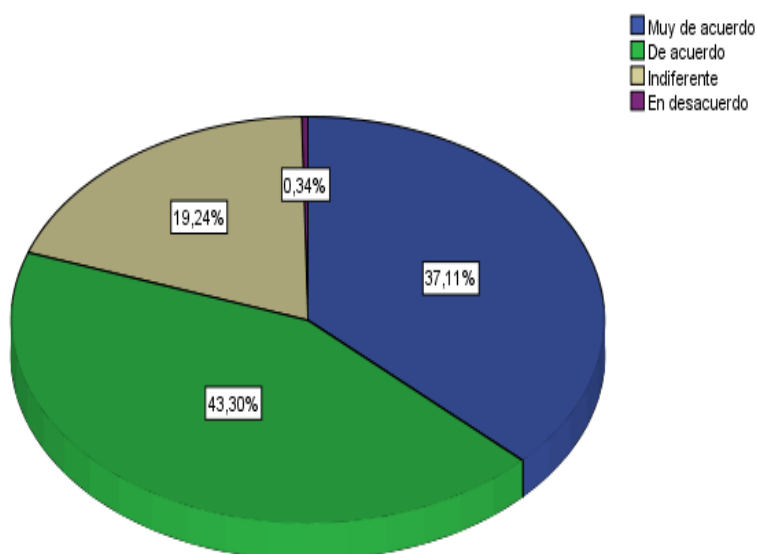
Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 50.52% está de acuerdo, mientras que el 23.02% considera que es indiferente, el 22.34% está muy de acuerdo y el 4.12% se encuentra en desacuerdo, referente a que escucha al cliente de sus experiencias con otras Mypes del sector comercial, rubro abarrotes.

*Tabla 25 Distribución de la población sobre ser tolerante con el cliente de acuerdo a sus puntos de vista, criterios e interpretaciones*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de acuerdo	108	37.1	37.1	37.1
De acuerdo	126	43.3	43.3	80.4
Indiferente	56	19.2	19.2	99.7
En desacuerdo	1	.3	.3	100.0
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: cuestionario aplicado.

**FIGURA 25: ES TOLERANTE CON EL CLIENTE DE ACUERDO A SUS PUNTOS DE VISTA, CRITERIOS E INTERPRETACIONES**



Fuente: tabla 25.

Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 43.30% está de acuerdo, mientras que el 37.11% considera que está muy de acuerdo, el 19.24% es indiferente y el 0.34% se encuentra en desacuerdo, referente a que es tolerante con el cliente de acuerdo a sus puntos de vista, criterios e interpretaciones.