



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD Y
PROPUESTA DE MEJORA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL, RUBRO
PANADERIA, EN LA CIUDAD DE CASMA, AÑO 2017.

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

AUTOR

Br. MORALES CHURANO, VANITY YESENIA
ORCID ID orcid.org/0000-0002-6570-2471

ASESOR

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO
ORCID ID orcid.org/0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ
2019

HOJA DE TRABAJO EN EQUIPO

Br. Morales Churano Vanity Yesenia

Autor

ORCID ID orcid.org/0000-0002-6570-2471

Dr. Centurión Medina Reinerio

Asesor

ORCID ID orcid.org/0000-0002-6399-5928

Mgtr. Morillo Campos Yuly Yolanda

Presidente

ORCID ID orcid.org/0000-0002-5746-9374

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

Miembro

ORCID ID orcid.org/0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre Julio Cesar

Miembro

ORCID ID orcid.org/0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda
Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César
Miembro

DEDICATORIA

A mi madre Teresa Churano Rodríguez, por su amor incondicional, por enseñarme a esforzarme y seguir siempre adelante, por su entrega total y por ser su prioridad en todo instante, lo que hizo esforzarme sin mirar atrás para conseguir mis metas.

A mi Padre Alberto Morales Inocente, quien con su sabiduría me enseña a perseverar a pesar de los obstáculos en el camino y sobre todo por su gran amor y ejemplo de actuar siempre con el bien hacia los demás.

A mi hermana Heidi Morales Churano, por su apoyo incondicional, por su gran ejemplo de superación, que me anima a cada momento a seguir perseverando para lograr mis metas y objetivos trazados.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiar mis pasos correctamente, brindándome su protección cada día, e iluminándome sabiamente para continuar y cumplir mis metas.

A mi asesor Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina, por sus conocimientos impartidos, haciendo posible la culminación del presente trabajo de investigación.

A mi familia, por su abnegado apoyo en los momentos más difíciles, por darme las fuerzas que necesitaba para levantarme y seguir perseverante.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general Determinar las características de la Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017. Es una investigación de tipo descriptivo, para el proceso de recolección de datos se utilizó una población muestral de 12 Mypes y se aplicó un cuestionario conformado de 19 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 58.3% conoce el término competitividad para el buen desempeño de las micro y pequeñas empresas, el 91.7% no utiliza ningún medio de comunicación para llegar a sus clientes y el 66.7% son personas adultas de 36 a 50 años quienes están capacitados para administrar su negocio. El presente trabajo de investigación concluyó que las micros y pequeñas empresas del Sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, para que sean competitivos y logren su permanencia en el mercado, deben conocer y aplicar la gestión de calidad y competitividad.

Palabras clave: Calidad, Competitividad, Gestión de Calidad, Medio de Comunicación, Micro Empresa, Pequeña Empresa.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the characteristics of Quality Management in Competitiveness and Improvement Proposal for Micro and Small Companies in the Sector Sector-Bakery sector, in the City of Casma, 2017. It is an investigation of descriptive type, for the data collection process a sample population of 12 micro and small companies was used and a questionnaire was applied consisting of 19 questions, obtaining the following results: 58.3% know the term competitiveness for the good performance of the micro and small businesses. 91.7% do not use any means of communication to reach their customers and 66.7% are adults between 36 and 50 years of age who are trained to manage their business.

The present research work concluded that the micro and small companies of the Industry Sector-Bakery sector, in the City of Casma, to be competitive and achieve their permanence in the market, must know and apply quality and competitiveness management.

Keywords: Quality, competitiveness, quality management, media, micro business, small business.

Índice de Tablas y Figuras

Índice de tablas

Tabla 1.	Características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.....	35
Tabla 2.	Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.....	36
Tabla 3.	Características de la Gestión de Calidad en la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.....	37
Tabla 4.	Propuesta de mejora de la Gestión de Calidad, en la Competitividad de las Mypes del Sector industrial, Rubro Panadería, en la ciudad de Casma, año 2017.....	38

Índice de figuras

Figura 1.	Edad del encuestado.....	54
Figura 2.	Género del encuestado.....	54
Figura 3.	Grado de instrucción del encuestado.....	55
Figura 4.	Cargo que desempeña.....	55
Figura 5.	Tiempo de permanencia en el rubro.....	56
Figura 6.	Número de trabajadores.....	56
Figura 7.	Las personas que trabajan en la empresa son familiares.....	57
Figura 8.	La mype es formal.....	57
Figura 9.	Conoce el término gestión de calidad.....	58
Figura 10.	Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente.....	58
Figura 11.	Qué medios utiliza para llegar al cliente.....	59
Figura 12.	Capacita al personal para mejorar la calidad en atención al cliente.....	59
Figura 13.	La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	60
Figura 14.	Cada qué tiempo realiza mantenimiento de infraestructura de su negocio.....	60
Figura 15.	Conoce el término competitividad para el buen desempeño de las Mypes.....	61
Figura 16.	Ha tenido que variar los precios por la influencia de los compradores.....	61
Figura 17.	Han disminuido sus ventas cuando una nueva empresa del rubro ha ingresado al mercado.....	62
Figura 18.	Los clientes de la competencia han sido sus clientes anteriormente.....	62
Figura 19.	Conoce usted a sus principales competidores.....	63

CONTENIDO

HOJA DE TRABAJO EN EQUIPO.....	ii
JURADO EVALUADOR	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.2. Bases Teóricas.....	20
2.3. Marco Conceptual.....	29
III. HIPÓTESIS.....	31
IV. METODOLOGÍA.....	32
4.1. Diseño de la investigación.....	32
4.2. Población y muestra.....	32
4.3. Matriz de Definición y Operacionalización de Variables.....	33
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	34
4.5. Plan de Análisis.....	34
4.6. Matriz de consistencia.....	35
4.7. Principios Éticos.....	36
V. RESULTADOS.....	37
5.1. Resultados.....	37
5.2. Análisis de Resultados.....	42
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES.....	50
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS.....	54

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas Empresas, en la Ciudad de Casma particularmente las panaderías tienen problemas de mala atención hacia los clientes, la demora y desconsideración, causando el malestar continuo, no son competitivas, no invierten en tecnologías en innovación que les permitirá ser rentables y posicionarse en el mercado; debido a estos problemas algunas empresas no crecen, al poco tiempo cierran o simplemente fracasan.

Las Mypes en la actualidad son de gran importancia y cumplen un rol en la economía mundial y en nuestro país, creando mayores empleos, subyagan la pobreza, contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico de la nación; pero todas las mypes tienen problemas, que les impide posicionarse en el mercado de los negocios, una de las razones se debe, a que los dueños o administradores de estas empresas no tienen el conocimiento necesario para iniciar un negocio, o son personas que consiguieron un capital y decidieron arriesgar en algo nuevo, otros por ser personas de mayor edad que no permiten el ingreso de nuevas tecnologías que pueden mejorar su permanencia y fidelización de sus clientes, por estos motivos surgen los problemas que afectan a la empresa, que podría llevarlos a la quiebra. Así que, para solucionar estos problemas y los beneficios que obtendrán las empresas, es necesario contar con una gestión de calidad que les permita ser competitivos usando las herramientas y técnicas modernas e implantarlas a cada empresa para diferenciarse de cada una de ellas y lo más importante satisfacer a los clientes que hoy en día son muy exigentes; solo demostrando competitividad en la actualidad les permitirá posicionarse en el mercado.

En el Perú las mypes son pilares de la economía nacional con un 98% de las empresas existentes, alrededor del 45% generan la producción nacional, de esta manera aportando el 88% del empleo privado del país, generan el autoempleo, promueven la competitividad, contribuyendo con el crecimiento y desarrollo del país.

Las mypes y pymes, deben tener el área de control interno de operaciones, para ubicar las falencias de cada área y poder solucionarlos a tiempo, la mayoría de estas empresas son familiares y no cuentan con personal profesional, el dueño o administrador no toma en cuenta la importancia del control interno dentro de las empresas, es por ello que muchas Pymes caen en fraudes, lo que lleva a la falta de formalidad por la carencia de una organización adecuada. (Valverde 2015).

En la ciudad de Casma, donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen mypes en los rubros de servicio, industria o producción, muchas de ellas no logran el tan ansiado posicionamiento y duración en el mercado, por el contrario desaparecen a corto tiempo; las razones se deben a que los dueños o trabajadores carecen de conocimientos modernos y técnicas administrativas para un negocio, se resisten al cambio e innovación, no tienen la capacitación, desconocen el término competitividad a profundidad, como también no brindan una buena atención al cliente; sin estos conocimientos no pueden satisfacer ni fidelizar a los clientes y no logran ser competitivos en el mercado. Debido a estos desconocimientos, se planteó el enunciado de investigación: ¿Cuáles son las principales Características, de la Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria – Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017?, para dar respuesta a este enunciado se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las Características de la Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017; de igual manera para lograr alcanzar el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las Características, del Representante de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

- Determinar las Características de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.
- Determinar las Características de una Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas, sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.
- Elaborar una Propuesta de Mejora de la Gestión de la Calidad en la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas, sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

El presente trabajo de investigación se justifica porque permitirá a las mypes, a los administradores conocer el término y uso de la competitividad, la gestión de calidad, adquirir nuevos conocimientos, identificar las falencias, los problemas que impiden el crecimiento, para que de esta manera puedan tomar buenas decisiones, lograrán satisfacer y fidelizar a sus clientes; logrando una permanencia duradera en el mercado generando más oportunidades de empleo.

De igual manera, el trabajo de investigación se justifica, porque servirá como apoyo a otros alumnos que realizan nuevos estudios de investigación, extrayendo datos recopilados de las mypes encuestadas.

En el presente estudio se utilizó en la metodología el diseño no Experimental, se hizo un sondeo en la zona de investigación y se obtuvo una población de 12 Mypes de panadería, se determinó una muestra aplicando una encuesta y obteniéndose los resultados: El 58.3% conocen el término competitividad para el buen desempeño de las micro y pequeñas empresas, el 91.7% no utiliza ningún medio de comunicación para llegar a sus clientes y el 66.7% son personas adultas de 36 a 50 años de edad, quienes están capacitados para administrar su negocio. El trabajo concluyó que las micro y

pequeñas empresas del sector industria-rubro panadería, en la ciudad de Casma, año 2017, para que sean competitivos y logren su permanencia en el mercado, deben conocer y aplicar la gestión de calidad y competitividad.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes.

Beltrán (2014) en su investigación *Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014*, obtuvo como objetivo general: Describir las principales características de la capacitación y la gestión de calidad en las Mypes del sector industria en el rubro panaderías de la ciudad de Chimbote, 2014, asimismo se obtuvo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes legales en las Mypes, en el ámbito de estudio. Determinar las principales características de las Mypes, en el ámbito de estudio. Determinar las principales características de la capacitación en las Mypes, en el ámbito de estudio. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las Mypes, en el ámbito de estudio. La presente investigación tuvo los siguientes resultados, que el 31,7% de representantes encuestados, manifestaron tener de 18 – 30 años de edad, el 50,0% de 31 – 50 años y el 18,3% de 51 a más años, el 62,5% de representantes encuestados son del sexo masculino y el 37,5% son del sexo femenino, el 37,5% tienen grado de instrucción secundario, el 31,3% tiene grado de instrucción superior no universitaria y otro 31,2% tiene grado de instrucción universitaria, el 56,3% de las Mypes encuestadas son informales y el 43,7% señalaron ser formales, el 50,0% tiene de 0 a 5 años en el mercado, el 93,7% de Mypes encuestadas consideraron necesaria la capacitación en las

empresas, el 100% de Mypes encuestadas, consideraron que la capacitación es una inversión empresarial y que ésta mejora la productividad de la empresa, el 56.3% de Mypes encuestadas, manifestaron haber recibido otros cursos de capacitación de personal, el 56,3% de Mypes encuestadas, manifestó haber implementado técnicas para la mejora de la calidad en su empresa, el 100% de Mypes encuestadas, manifestaron brindar una atención de calidad y productos de calidad a sus clientes, el 68,8% de Mypes encuestadas, manifestaron buscar asesoría por internet, El 87,5% de Mypes encuestadas, consideran importante utilizar técnicas de calidad empresarial en las empresas, y se llegó a la conclusión que la mayoría relativa de los representantes legales de las Mypes son personas adultas, ya que sus edades oscilan entre 31 y 50 años; son de género masculino y tienen un grado de instrucción secundaria, La mayoría relativa los representantes legales de las Mypes tienen de 0 a 5 años en la actividad empresarial, la mayoría de los representantes legales de las Mypes encuestados están realizando sus actividades de manera informal, la gran mayoría de los representantes de las Mypes encuestadas se mostraron conscientes que la capacitación constante tanto para ellos como para los empleados de su empresa ayuda mejorar los niveles de productividad empresarial, pero no lo ven como una prioridad ya que prefieren destinar parte de su inversión en otros aspectos en empresariales, la totalidad de los representantes de la Mypes encuestadas consideraron que la capacitación empresarial es una inversión que ayuda a mejorar la productividad empresarial y que a su vez esto les permite volverse competitivas en el mercado, la mayoría de los representantes señalaron que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrece su negocio, los representantes que utilizaron sistemas para mejorar la calidad de los productos y servicios la mayoría se inclinó en prácticas la mejora continua en su

organización, la totalidad de los representantes de las Mypes encuestadas manifestaron brindar productos y servicios de calidad en su empresa, los representantes manifestaron mayoritariamente que es importante usar técnicas de calidad empresarial en las organizaciones.

Figuroa (2016) en su trabajo *Caracterización de la Gestión de Calidad Bajo el Enfoque Lean Manufacturing de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial- Rubro Elaboración de Productos de Panadería del Distrito de Huaraz, 2015*, obtuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de 2 calidad bajo el enfoque Lean Manufacturing de las MYPE del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015, asimismo se obtuvo los siguientes objetivos específicos, determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro elaboración de productos de panaderías del distrito de Huaraz. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque Lean Manufacturing de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz. La presente investigación tuvo los siguientes resultados, que el 45% manifiesta que casi siempre identifican los problemas laborales y técnicos que se suscitan en la panadería, del total de gerentes encuestados se observa que el 42,5% manifiesta casi siempre realiza actividades que permite desarrollar idea en la solución de los problemas organizacionales, de los gerentes encuestados se observa que el 45% manifiesta que casi siempre tienen políticas de mejora continua en su empresa, del total de gerentes encuestados se observa que el 42,5% manifiesta que casi siempre verifican el control de calidad en el proceso de producción de los panes, del total de

gerentes encuestados se observa que el 37,5% manifiestan tener de 47 a 57 años de edad, seguido por un 27,5% con una edad 36 a 46 años, también un 22,5% de 58 a 68 años y el 12,5% de 25 a 35 años, del total de gerentes encuestados se observa que el 47,5% manifiesta que siempre los trabajadores tiene sus roles y funciones establecidos, del total de gerentes encuestados se observa que el 42,5% manifiesta que casi siempre se utiliza alguna técnica o herramienta de gestión de inventario, y se llegó a la conclusión que las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de lean manufacturing de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz son los siguientes : una gran porcentaje de gerentes perciben un alto grado de ineficiencia respecto a la aplicación correcta de lean manufacturing en sus empresas porque consideran que existe demasiado desorden con los insumos, los procesos de producción fuera de tiempo, el desperdicio de los insumos, se carece de disciplina en las tareas que no están estandarizadas correctamente, respecto a la principal característica de los gerentes es que la mayoría de los encuestados tiene de 47-57 años de edad, opinaron sobre el proceso de producción que realizan en sus panaderías, ya que los gerentes no reconocen la práctica de la filosofía lean manufacturing en sus establecimientos, que las principales características de la gestión calidad bajo el enfoque de Lean Manufacturing identificados se basa en la filosofía de gestión que realiza una empresa con el fin de eliminar los errores, sin embargo las panaderías no tiene en claro a la aplicación correcta de lean manufacturing.

Navarrete (2013) en su investigación *Caracterización de la Formalización y la Competitividad de las Mypes del Sector Industria - Rubro Panificadoras del*

Distrito de Nuevo Chimbote, Periodo 2010-2011, obtuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las Mypes del sector industria–rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 3 2010-2011, asimismo se obtuvo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de la formalización de las Mypes del sector industria – rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote. Determinar las principales características de la competitividad de las Mypes del sector industria – rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote. Determinar las principales características de las Mypes y de los empresarios del sector industria – rubro panificadoras del distrito de Nuevo Chimbote. La presente investigación tuvo los siguientes resultados que el 56% de empresarios encuestados del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan tener de 31 – 40 años de edad, el 67% de empresarios encuestados del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan ser casados, el 56% de empresarios encuestados del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, cuentan con estudios Superiores no Universitarios, el 67% de empresarios encuestados del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan ser dueños de la empresa, el 45% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen de 2 – 3 años en la actividad y el rubro, el 56% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, se encuentran formalizadas, el 67% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen de 1 - 5 trabajadores, el 56% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, logran un crecimiento en el mercado por su formalización, el 56% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, se encuentran acogidos al Régimen

Único Simplificado, el 56% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, no opinan respecto a los motivos de la informalidad de la empresa, puesto que estas si se encuentran formalizadas, el 100% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen conocimiento del término competitividad, el 100% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan ser competitivas, el 56% de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, señalan a la calidad de sus productos como su potencial competitiva, y se llegó a la conclusión que la mayoría de empresarios encuestados del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, son personas adultas de 31 a más años de edad, casados, con estudios superiores y dueños de la empresa. La mayoría de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen de 2 – 3 años en la actividad y el rubro, se encuentra formalizadas y tienen de 1 - 5 trabajadores. La mayoría de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, por su formalización obtienen ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento en las ventas, además de ello, les ayuda a crecer en el mercado. Asimismo, señalan que la realización de trámites para su formalización, duraron de 1 a más meses y que se encuentran inscritos en el Régimen Único Simplificado. Una minoría de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, aún no se encuentran formalizadas debido a los trámites engorrosos y a los costos elevados en los que incurre la formalización. El total de mypes encuestadas del rubro panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen conocimiento del término competitividad, además manifiestan que son competitivas, en aspectos tales como la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente.

Kano (2017) en su tesis *Gestión de Calidad Bajo el Enfoque de La Atención al Cliente y la Competitividad de Las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria - Rubro Panaderías, en el Distrito de Nuevo Chimbote – 2016*, obtuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote – 2016, asimismo se obtuvo los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de gestión de calidad de calidad en la atención al cliente que se aplica en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote - 2016. Determinar el nivel de competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote – 2016. Relacionar el nivel de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente con la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote - 2016. La presente investigación tuvo los siguientes resultados que el 43% (26) clientes estar muy satisfecho con el servicio, 40 % (24) personas manifiestan estar Satisfecho y el 17% (10) clientes manifestaron Poco satisfecho por el servicio, es resultado consolidado de las encuestas a las cinco panaderías, el 35% de los clientes tiene entre 15 a 25 años de edad, seguido por un 22 % los clientes tiene entre 26 a 35 años, el 18% entre 36 a 45 años, del mismo modo para las personas entre 46 a 55 años, finalmente el 7 % más de 56 años, el 67% son de género femenino mientras que el 33% son de género masculino, el 58 % se encuentra muy satisfechos con la atención, así mismo el 28 % se encuentra satisfecho, finalmente seguido del 14 % clientes se siente poco satisfechos, el 58 % manifiesta que sí está de acuerdo en recomendar la panadería a otra persona, seguido por un 37% que manifiesta estar

totalmente de acuerdo en recomendar y un 5% no muestran interés en recomendar la panadería a otras personas, el 65% (39) clientes siempre compran en la panadería de su preferencia, seguido de un 28%(17) manifiestan que prefieren comprar en diversas panaderías y finalmente el 7 % de los encuestados (4) clientes son libres de comprar y elegir, no tiene preferencia alguna, 58% (35) personas manifiesta que están muy satisfecho, el 35% (21) personas manifiestan satisfecho y el 7 % (4) manifiestan poco satisfecho, el 65% (39) de las personas se encuentran muy satisfecho, 30% (18) personas manifiestan satisfecho y 5% (3) personas manifiestan poco satisfecho, Con respecto a la fidelización, se ha obtenido el 47% (28) manifiestan muy satisfecho, el 50% (30) satisfecho y 3% (2) personas manifiestan poco satisfecho, y se llegó a la conclusión que de los resultados se desprende que la gran mayoría de los clientes encuestados manifestaron su satisfacción en cuanto a la Gestión en atención al cliente, de los 60 encuestados, un 43 % manifiesta que están Muy satisfecho, seguido del 40 % (24) clientes manifiesta un nivel de satisfacción, Con respecto al nivel de competitividad las cinco panaderías demuestran una competitividad favorable en sus productos, la atención y el servicio, de tal manera que es competitiva, está capacitada para generar sistemáticamente alguna clase de ventaja que sea aprovechable comercialmente en 74 comparación con el resto de empresas con las que compite en el mercado, así mismo los clientes demuestran fidelización a las panaderías concurrentes y La relación entre la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas concluimos que sí se relaciona significativamente, esto se ha comprobado mediante el análisis estadístico en el cumplimiento de sus metas y en el desarrollo de sus procesos esto relacionado a su planeación en el logro de los objetivo.

Nolasco (2014) en su investigación *Caracterización de la Formalización y la Competitividad de Las Mypes Sector Producción Rubro Panaderías en el Distrito de Chimbote Periodo 2010 – 2011*, obtuvo como objetivo general: Describir las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector producción, rubro panaderías en el distrito de Chimbote periodo 2010 – 2011, asimismo se obtuvo los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de la formalización de las MYPES del sector producción, rubro panaderías del distrito de Chimbote periodo 2010 -2011. Describir las principales características de la competitividad de las MYPES del sector producción, rubro panaderías del distrito de Chimbote periodo 2010 - 2011. Describir las características de la MYPES y de los empresarios del sector producción, rubro panaderías del distrito de Chimbote periodo 2010 – 2011. La presente investigación tuvo los siguientes resultados, que el 42% de los empresarios encuestados del rubro panaderías del distrito de Chimbote, manifiestan tener entre 31 y 45 años de edad representando entre estas edades la mayor cantidad de empresarios, el 50% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote, manifiestan ser casados, representando el mayor porcentaje entre solteros y convivientes, el 57% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote, cuentan con estudios superiores técnico, el 36% superior universitario, el 36 % de las MYPES encuestadas del rubro panadería del distrito de Chimbote, tienen de 2- 4 años en la actividad y el rubro el mismo porcentaje tiene los que llevan de 4 años a más, el 71% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote, manifiestan tener de 1- 5 trabajadores en sus instalaciones u organización, según nuestra propia fuente El 79% de los empresarios encuestados afirman que sus microempresas (panaderías) se

encuentran formalizadas y que trabajan legalmente, y el 21 % aun no regularizan su situación legal de la empresa, según nuestra propia fuente El 93% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote opinan que estando las empresas formalizadas traería beneficios para el país, y el 7% opinan que no, según nuestra propia fuente el 57% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote creen que formalizando su empresa aportara a crear más puestos de trabajo, mientras que el 43% opinan que no, según nuestra propia fuente el 100 % de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote afirman que la formalización de las microempresas mejorara los ingresos al estado peruano, por los impuestos y tributos que ingresan al fisco, según nuestra propia fuente el 79% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote creen que la formalización de las microempresas ayuda al crecimiento de nuestro país, y el 21 % opinan lo contrario, según nuestra propia fuente el 86% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote afirman que su microempresa es competitiva en el mercado y el 14% opinan que su microempresa le falta ser más competente, según nuestra propia fuente el 86% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote aseguran que su empresa tiene ventajas competitivas por la calidad de sus productos, por los precios bajos, etc., según nuestra propia fuente el 93% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote consideran que teniendo una mayor competitividad en el mercado, su empresa tendrá una mejor imagen para el público, según nuestra propia fuente el 86% de los empresarios encuestados del rubro panadería del distrito de Chimbote tiene conocimiento al ser su empresa más competitiva obtendrán una mayor rentabilidad, y se llegó a la conclusión que la mayoría de los empresarios

encuestados del rubro panaderías del distrito de Chimbote, tienen entre 31 y 45 años de edad siendo la mayoría casados y que tienen estudios superior técnico, la mayoría de las MYPES encuestadas del rubro panadería del distrito de Chimbote tienen de 2- 4 años de permanencia en la actividad y el rubro y cuentan con 1 – 5 trabajadores a su cargo, la mayoría de las MYPES se encuentran formalizadas, trabajando de manera legal considerando que siendo así, traerá beneficios para el país y que a la vez se genera más puestos de trabajo, la totalidad de los encuestados afirman que una empresa formalizada otorga ingresos al estado generando un crecimiento de un país, la mayoría de las MYPES son competitivas por las ventajas competitivas por las ventajas competitivas que ofrecen como; calidad del producto, precios bajos, etc. Constituyendo una mejor imagen para la empresa, por ende la obtención de una mayor rentabilidad.

Guerrero (2015) en su trabajo de investigación *Caracterización de la Competitividad en Las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria – Rubro Panificadora Casco Urbano, Chimbote, 2013*, obtuvo como objetivo general: Describir las principales características de la competitividad en las mypes del sector industria - rubro panificadora casco urbano, Chimbote, 2013, asimismo se obtuvo los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes legales que dirigen en las mypes del sector industria rubro panificadora casco urbano, Chimbote, 2013. Describir las principales características de las mypes del sector industria - rubro panificadora casco urbano, Chimbote, 2013. Describir las características de la competitividad en las mypes del sector industria - rubro panificadora casco Urbano, Chimbote, 2013. La presente investigación tuvo los siguientes resultados: El 77,8% está entre los 30 a 50 años, el

88,9% de los representantes son del sexo masculino, el 44,4% de los representantes tienen estudio superior, el 66.7% de las mypes del sector industria – Rubro panificadora tienen de 6 a más años de antigüedad, el 100% de las mypes encuestadas son formales, el 88.9% de las mypes del sector industria – rubro panificadora tienen conocimiento de sus competidores, el 55,6% indica que poseen en parte con un plan estratégico, el 55,6% de las mypes del sector industria – rubro panificadora expresa que, capacita a su personal, El 100 % indica que ha innovado su producto, esto demuestra que en la totalidad de las mypes del sector industria – rubro panificadora han innovado su producto en los últimos 2 años y se llegó a la conclusión que la mayoría de los representantes legales de mypes del sector industria – rubro panificadora en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, tienen una edad de 30 a 50 años, en su mayoría son del sexo masculino y en su mayoría relativa cuentan un grado de instrucción de estudio superior, en su mayoría, las mypes del sector industria – rubro panificadora en el casco urbano de la ciudad de Chimbote tienen de 6 a más años de antigüedad, la mayoría se inició para generar su propio empleo y en su totalidad son formales, la mayoría de las mypes del sector industria – rubro panificadora en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, tienen conocimiento de sus competidores y una mayoría relativa tiene sus precios más económicos. A su vez la mayoría de las mypes planifican sus actividades, adecuándose en parte a los factores externos cambiantes, por lo que poseen en parte con un plan estratégico, midiendo el nivel de satisfacción de sus clientes en algunas ocasiones y contando con un certificado de calidad, lo cual es base fundamental para aumentar la competitividad. En su totalidad han innovado su producto en los últimos 2 años.

Curitima (2016) en su investigación *Gestión de Calidad y Formalización de Las Micro y Pequeñas Empresas Manufactureras, Rubro Panadería en el Distrito de Iquitos, 2016*, obtuvo como objetivo general: Determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas manufactureras, rubro panadería en el distrito de Iquitos, 2016, asimismo se obtuvo los siguientes objetivos específicos: Determinar características de formalización de las micro y pequeñas empresas manufactureras, rubro panadería en el distrito de Iquitos, 2016. Determinar si las micro y pequeñas empresas manufactureras, rubro panadería en el distrito de Iquitos, 2016, aplican la gestión de calidad. La presente investigación tuvo los siguientes resultados, que según formalidad en las MYPES en el sector, el 71% respondieron que si la empresa es formal, 29% respondieron que no, el 71% están constituidas como persona natural, 29% como persona jurídica, el 89% respondieron que si tienen licencia de funcionamiento, el régimen de propiedad del local, el 75% respondieron que es propio, el 25% respondieron que es alquilado, el 82% respondieron que si cuentan con autorización sectorial, que todos sus trabajadores están en planilla, en las MYPES en el sector, el 71% respondieron que sí, el 29% respondieron no, que la formalización aumenta los costos laborales en las MYPES en el sector, el 89% respondieron que si, según cree que los beneficios que obtendría con la formalización de las MYPES en el sector, el 54% respondieron acceso a créditos financieros, 46% aumento de ventas, el 89% respondieron que no está afiliada a alguna asociación las MYPES en el sector, según está acreditado en el REMYPE, el 64% respondieron que sí, y 36% respondieron no, que si el estado concedería beneficios en la formalización de las MYPES, el 61% respondieron que no formalizaría, 39% respondieron sí, la edad de los gerentes y/o representantes legales el 61% respondieron que tienen entre 45 a 64

años; 21% de 18 a 29 años y 18% entre 30 y 44 años , el sexo de los gerentes y/o representantes legales, el 64% son del sexo masculino, y 36% femenino, la profesión de los gerentes y/o representantes legales, el 49% son panaderos, 36% administradores, 11% contador, 4% repostera, el 43% cuentan con estudios universitarios, según los años de la empresa en el rubro, el 50% entre 11 a 20 años, el 39% de 6 a 10 años, 11% más de 21 años, el 79% respondieron que el capital es propio y 21% respondieron que es capital de terceros, el 89% respondieron que trabajan de 1 a 5 personas y 11% de 6 a 10 personas, que utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad de sus productos, el 68% respondieron que si utiliza, que capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente, el 75% respondieron que sí capacita, actualiza su producción de acuerdo a las tendencias del mercado, el 64% respondieron que sí, usa las TIC en gestión de su empresa para mejorar la calidad de productos, el 68% respondieron que sí usa, aplica políticas de gestión ambiental, el 79% respondieron que sí aplica, y se llegó a la conclusión que, en el 71% de Mypes estudiadas son formales, estos resultados muestran la actitud y comportamiento de los representantes hacia la formalización, el 71% están constituido como persona natural, los resultados muestran la influencia de los negocios unipersonales, el 89% si tiene licencia de funcionamiento, es decir que las Mypes estudiadas cuenta con autorización legal para el funcionamiento de su negocio, el 75% funciona en local propio, es indicador de fortaleza de las Mypes del rubro ya que no tienen necesidad de pagar por alquiler, el 71% si tienen título de propiedad el local principal de su empresa, ventaja de las Mypes puedan lograr financiamiento si en caso requieren, el 82% de las Mypes estudiadas si cuenta con autorización sectorial, indicador de garantía para el cliente que adquieren sus productos, el 71% sí tienen en planilla a sus trabajadores, las Mypes estudiadas

están buscando mejorar un servicio más eficaz y eficiente al cliente manteniendo trabajadores experimentados en la elaboración de sus productos, el 89% considera que la formalización aumenta los costos laborales, percepción equivocada de las Mypes panificadores, implica que no utilizan la planificación para crear empleados eficientes y bien entrenados, en el 54% de Mypes, creen que con la formalización obtendría acceso a créditos financieros como prioridad, dejando de lado el incremento de las ventas, que mejoraría su situación financiera, el 61% de Mypes estudiadas no recibieron asesoría en formalización empresarial, se infiere que los programas del estado no están verificando el estado actual de estas empresas, el 89% de las Mypes estudiadas no están afiliadas a ninguna asociación, lo que indica que es probable que muchos de los empresarios tienen sus propios intereses, el 64% de las Mypes estudiadas si están acreditados en REMYPE, se concluye que al estado le falta socializar este rubro, sobre los beneficios de la formalización, el 79% de las Mypes estudiadas no fueron invitados a participar de compras estatales, se infiere por falta de comunicación con su sector, el 93% de las Mypes estudiadas considera que la formalización contribuye en la empresa haciéndose notar su presencia a través de sus productos, los empresarios están seguros que la formalización les favorece, el 61% de las Mypes estudiadas indican que no formalizarían si el estado concedería beneficios, esto quiere decir que falta difusión por parte del estado sobre los beneficios de la formalización, en el 61% de Mypes estudiadas la edad de los gerentes y/o representantes legales están entre 45 a 64 años, en las Mypes estudiadas se concluye que prevalece la edad y experiencia en este rubro, en el 64% de las Mypes estudiadas prevalece el sexo masculino de los gerentes y/o representantes legales en este rubro, sin embargo, el sexo femenino tiene presencia también en la gestión de la empresa, lo que demuestra el

protagonismo en este rubro, en el 49% de Mypes estudiadas, son panaderos de profesión y/ ocupación, implica que, en las panaderías, están dando paso a otros profesionales a incursionar en el rubro, en el 43% de las Mypes estudiadas los representantes legales cuentan con estudios superiores, prueba de que se está mejorando las capacidades en el rubro, el 50% de las Mypes estudiadas están entre 11 a 20 años en el rubro, se infiere que se está fomentando nuevas industrias del rubro panaderías, ya que es un producto de consumo masivo y que se incrementa la demanda en relación al crecimiento de la población, el 79% de las Mypes estudiadas cuentan con capital propio; se infiere que los beneficios obtenidos en las Mypes estudiadas quedan en la empresa, en el 89% de Mypes estudiadas trabajan de 1 a 5 personas; como son empresas de corte familiar, se asumen que los trabajadores son aquellos que no tienen parentesco con los propietarios, en el (71%) de las Mypes estudiadas conocen técnicas de gestión empresarial, se infiere que el conocimiento de los representantes legales de las panaderías, es consecuencia de su nivel de estudios logrado, en el 68% de Mypes estudiadas utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad de sus productos; los documentos de gestión regulan y permiten el control interno dentro de la organización, en el 75% de las Mypes estudiadas si capacitan al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente, y lograr con eficiencia los objetivos, en el 64% de las Mypes estudiadas actualizan su producción de acuerdo a las tendencias del mercado; los clientes orientan sus consumos a nuevas presentaciones y las panaderías están atentos a los gustos y preferencias de los consumidores, en el 79% de Mypes estudiadas, evalúan el nivel de satisfacción del cliente en la venta de sus productos; eso quiere decir que el cliente es quien mide la predisposición de los trabajadores que lo atienden, en el 68% de las Mypes estudiadas si usa las TIC en la gestión de su empresa para

mejorar la calidad de servicio; se infiere que quieren triunfar en el mercado, en el 79% de las Mypes estudiadas si aplica políticas de gestión ambiental, eso quiere decir que no están ignorando el impacto de la actividad humana en el medio ambiente.

2.2. Bases Teóricas

Definición de Gestión de Calidad

Es un instrumento que ayuda a todas las empresas para mejorar su administración, lograr su posicionamiento en el mercado y fidelización de clientes, de ésta manera brindar un excelente servicio para los clientes, quienes estarán satisfechos, según lo manifiesta Pérez (2004):

“Forma adecuada de adoptar un sistema de dirección estratégica con una fuerte orientación hacia la gestión de la calidad, relegando a un segundo plano los tradicionales enfoques hacia el interior de la compañía. Un sistema de gestión de calidad correctamente implantado asegura que todas las actividades empresariales van dirigidas hacia la satisfacción plena del cliente como primer y principal objetivo corporativo” (P.23).

Es importante para todas las mypes conocer y emplear una correcta gestión de calidad, todos los administradores o dueños deben tener conocimiento preciso para que puedan tomar buenas decisiones en el rubro de su negocio, consiguiendo satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores, siendo ellos el pilar fundamental para el crecimiento y conseguir sus objetivos trazados, siguiendo los estándares establecidos que les permitirá identificar posibles errores y corregirlos.

La gestión de calidad debe estar a cargo de los directivos de las empresas, quienes tienen la responsabilidad de establecer y conseguir el cumplimiento de las metas

trazadas de manera colaborativa junto a sus trabajadores, quienes no deben ser ajenos a los conocimientos de gestión de calidad, según lo manifiesta Uribe (2011):

“Es el conjunto de actividades coordinadas que se despliegan de la función general de la directiva, enfocadas a determinar e implantar la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades; que se establecen por medio de la planificación y control de la calidad, incluyendo la planeación estratégica, la asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad” (P. 23).

En las empresas el uso correcto de la gestión de calidad, debe ser administrada por el nivel jerárquico superior, quienes tienen la responsabilidad de establecer los objetivos organizacionales, planificar correctamente sus estrategias de venta y distribución de tareas a cada colaborador, para seguir mejorando cada día y entregar productos y servicios de calidad a sus consumidores y clientes.

Qué es calidad

El término Calidad, es satisfacer las necesidades de los clientes en el mundo empresarial, al pasar del tiempo la competencia se ha ido incrementando en gran manera, los clientes cada vez son más exigentes, necesitan que el servicio o producto que adquieran sea realmente lo que buscan, que cumpla con todas sus expectativas y encuentren el valor agregado en todos los servicios y productos; todo esta evolución obliga a los dueños o administradores a demostrar excelente calidad que lo diferencie de su competidor, según lo manifiesta Alcalde (2009), refiere que la calidad:

“Es la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas. Antes de la implantación de los sistemas de producción industrial, los artesanos

se las arreglaban para realizar todo el proceso. Con la llegada de la industrialización se tendió a separar, por un lado, a los que trabajaban y, por otro, a los que controlaban. Este es el fundamento del control de la calidad” (P. 2).

Calidad, es cuando un producto destaca más que otros en el mercado competitivo, es excelente o superior cuando se compara a los demás, teniendo una terminación muy cuidada para su exposición final al mercado, según lo manifiesta: **Sevilla (2009)**

“Aquellas características que deben reunir los productos o los servicios para que sean útiles y cumplan su función. Pero además, entendemos por calidad otras muchas cosas. Por ejemplo, decimos que un producto tiene más calidad que otro, cuando:

- ✓ Su terminación y apariencia, es más cuidada, más estética, con mejor imagen.
- ✓ Cuando la utilidad y apariencia del producto o servicio es la misma, entonces el precio es el determinante.
- ✓ Cuando con las mismas características, posee un ciclo de vida útil más prolongado.

En definitiva, utilizando estos criterios, cuando alguna cualidad o conjunto de cualidades destaca en un producto o servicio con relación a los que ofrece la competencia, lo identificamos como de mayor calidad” (P. 10).

Control de calidad

El control de calidad, es un conjunto de elementos que ayuda a las empresas para que sus productos o servicios cumplan con los requisitos o estándares mínimos de calidad, según lo manifiesta: Uribe (2011)

“Es aquel proceso desarrollado por una empresa para asegurar que sus productos y servicios cumplan con los requisitos de calidad establecidos con antelación por la organización, mediante el uso de técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para cumplir los requisitos; dicho proceso se lleva a cabo en todas las áreas de la empresa e implica a toda la organización: su personal, sus procesos productivos y por supuesto los productos, bienes o servicios finales.

Este sistema busca integrar los esfuerzos en materia de calidad que se realizan de forma total en todas las áreas de la organización, buscando la producción de bienes y servicios económicos y compatibles con las necesidades, requerimientos y sugerencias de los clientes, para alcanzar su satisfacción” (P. 22).

Al ejecutar correctamente el control de calidad en las pymes, permitirá detectar posibles falencias, errores y poder corregirlos, mediante la utilización de herramientas estratégicas y mecanismos, de esta manera lograrán que sus productos o servicios sean de calidad y cumplan con las expectativas de los clientes, que estarán satisfechos, logrando la fidelización de los mismos.

Implementación del proceso de Gestión de Calidad

La implementación en las empresas es de gran importancia, según manifiesta Fontalvo (2006)

“Con el fin de garantizar la implementación eficiente y efectiva de los procesos y considerando la necesidad de implementar los procesos del mapa de procesos, proponemos una serie de etapas que deben desarrollarse en el sistema de gestión de la calidad para lograr lo anterior.

- Identificar los procesos a mejorar: para esto se hace necesario enumerarlos y caracterizarlos, determinando sus límites y realizando un diagnóstico de cada proceso, estableciendo la cultura y política de cada uno de ellos.
- Identificar niveles de cambio: identificar oportunidades tecnológicas y humanas para el cambio en el proceso, también es importante identificar factores restrictivos.
- Desarrollo de la visión del proceso: en este sentido es importante alinear la visión de los procesos en relación con la estrategia de la organización, logrando que la visión de los procesos esté inmersa en la de la organización. Lo anterior será posible solo en la medida en que esté claramente identificada la estrategia de la organización, se consulten los clientes de cada proceso, se haya analizado su desempeño y objetivos y se hayan establecidos nuevos atributos para cada uno de estos procesos.
- Análisis de los procesos existentes: Para la implementación de los procesos es importante conocer, entender y evaluar antes el estado actual de los mismos, para lo cual es necesario revisar el levantamiento actual de estos procesos, medirlos en términos de nuevos atributos, así como la evaluación de sus problemas actuales y potenciales, de esta forma, se estará en capacidad de establecer mejoras a corto y mediano plazo.
- Diseño de los procesos establecidos según el estándar: Una vez implementadas y analizadas las etapas anteriores, podremos implementar el proceso establecido por el modelo propuesto con base en las exigencias del estándar de calidad seleccionado” (P. 163 y 164).

Características y requisitos de la Calidad

Alcalde (2009) refiere, que las características y requisitos para un buen control de calidad, debe realizar para que los clientes se sientan satisfechos y señala que:

“Los requisitos del producto se refieren a cómo tienen que ser las características, el color exacto, las medidas, los tiempos de entrega, etc. En el momento de decidirse el cliente por un determinado producto, por ejemplo un teléfono móvil, buscará el color y la forma que más le vaya con su forma de vestir, el tamaño exacto para que le quepa en el bolso, el número de horas que podrá ser usado sin que se agote la batería, etc. Además de los requisitos que demandan los clientes para su satisfacción, también existe una serie de requisitos de tipo obligatorio que deben cumplir los productos, como los que se refieren a su seguridad, cumplimiento de normativa legal y la aptitud para el uso para el que fueron diseñados” (P. 8)

La Ventaja Competitiva

Díaz (1997) señala, que para que una empresa sea duradera en el tiempo debe tener:

“Una ventaja competitiva constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia a los ojos del mercado. Constituye un factor diferencial en las características de una empresa, un producto o servicio que los clientes, consumidores o usuarios perciben como único y determinante” (P. 17).

“Para que una ventaja competitiva sea realmente útil es necesario que, además, sea sostenible; es decir, que la empresa pueda mantenerla durante cierto tiempo” (P. 20).

La ventaja competitiva son herramientas que cada administrador o dueño de la empresa debe conocer para poder posicionarse en el mercado, hoy en día son pocas

las empresas que se preocupan por mantener una ventaja competitiva que perdure, solamente usan sus habilidades cuando se ven acorralados por el competidor, es por ello que no sobresalen y no son reconocidos en el mercado porque tienen muy poca permanencia en el mercado.

Porter (2002) señala que tener un valor único que los clientes prefieren, es poseer una:

“La ventaja competitiva es necesaria para diferenciarnos de los competidores y tener una oferta de valor única que nos haga preferidos por los clientes. Para que las empresas logren tener una ventaja competitiva deben realizar acciones estratégicas para ser más eficientes que los competidores (liderazgo en costos) o hacer productos y servicios de manera diferente a ellos (diferenciación).”

Innovación y competitividad

La innovación es mejorar realizar cambios con resultados positivos en la producción o servicio a brindar, según lo manifiesta **Corona (2006)** Considera la innovación en las empresas vinculada con la competitividad. Así el objetivo expresado en el Plan:

“Respecto de la competitividad de las empresas, es de la mayor urgencia que éstas incrementen sus esfuerzo tecnológico y de innovación para revertir los efectos de la apertura y la globalización, elevar la competitividad a fin de generar empleos mejor remunerados y crear empresas de base tecnológica”.

Para lograr dicho objetivo se asienta que para elevar la competitividad y la innovación en las empresas se tiene que incrementar la inversión en actividades de investigación y desarrollo, lo que incluye la formación de personal y los servicios tecnológicos necesarios, así como que el sector

privado incremente su inversión en las actividades científicas y tecnológicas”
(P. 56).

Competitividad y entorno empresarial

Pérez (2011) “Si las empresas no consiguen niveles de productividad que les permitan generar valor con la suficiente intensidad y continuidad, su posición en los mercados se debilita y a largo plazo desaparecen. La trayectoria de crecimiento de la renta de las economías depende crucialmente de productividad y competitividad de sus empresas” (P. 119).

Una empresa en su entorno empresarial está sujeta a varios factores que tiene que ver con lo económico, lo social, los proveedores con los cuales tiene que luchar día a día si desea permanecer en el mercado.

Las Micro y Pequeñas Empresas

Según Ley 28015 (2003):

“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 tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Según Ley 30056 (2013): “Las Micro, Pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales”.

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

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.

Importancia de las microempresas

Es fundamental dar a conocer la gran importancia que tienen las microempresas a nivel nacional, porque mediante ellos, muchos empresarios, Gerentes, Administradores, conocerán las falencias de sus servicios y productos que brindan, y puedan tomar decisiones asertivas para perdurar en el mercado, diferenciándose de los demás, según lo manifiesta **Tunal (2005)** Las tendencias actuales, que se registran en la económica mundial se han caracterizado principalmente por:

- ✓ Un proceso de globalización de la producción
- ✓ Una acelerada transformación tecnológica
- ✓ La competencia entre las economías nacionales para ganar nuevos mercados
- ✓ Comportamiento inestable de la demanda
- ✓ El incremento de la tasa de interés
- ✓ Inflación
- ✓ Cierre de empresas
- ✓ Desempleo abierto
- ✓ La firma de tratados comerciales.
- ✓ Por la presencia de economías urbanas diversificadas (P. 79)

Con lo manifestado, ha impuesto a muchas empresas de diversos países a adecuarse y modificar la manera de producción, para que puedan permanecer en el mercado de la competencia, que cada día es más exigente a nivel empresarial. Las mypes deben implementar nuevas estrategias y capacitar a su personal para lograr óptimos resultados, que generan ganancias para ellos y clientes totalmente satisfechos.

2.3 Marco Conceptual

Las Micro y Pequeñas Empresas

Gestión de Calidad

Al conocer y ejecutar una adecuada gestión de calidad, las empresas lograrán obtener sus productos de buena calidad, brindar una buena atención y satisfacer a sus clientes, logrando fidelizarlos, utilizando los medios adecuados para conseguir una calidad diferente al de los competidores.

Calidad

Cuando hablamos de calidad nos referimos a que el producto o servicio adquirido cumpla con los requisitos exigidos y sea excelente y cumpla con las expectativas de los clientes, quienes son los que juzgan y recomiendan a tu producto o servicio, dependiendo del grado de satisfacción del mismo.

Benchmarking

Son los procesos o técnicas de gestión que consisten en tomar en cuenta las mejores prácticas, para ayudar a las empresas a obtener un nivel óptimo de superioridad y ventaja frente a las demás empresas competidoras. Además se utiliza también para hacer un seguimiento a las empresas de la competencia, saber los procesos que utilizan, sus productos, la forma de atención al cliente y de esa manera identificar el problema o comparar con lo nuestro y mejorarlo.

Control de Calidad

Son todos aquellos procesos los cuales deben ser aplicables a los productos o servicios brindados, que deben cumplir con los estándares de calidad exigidos, desde la producción hasta la obtención del producto final. El control de calidad involucra a todos los miembros y colaboradores de la organización, de esta manera conseguirán satisfacer a sus clientes.

Plan de Mejora

Es la alternativa de solución que se plantea frente a una problemática encontrada en una situación o hecho dado, ejecutando estas alternativas los administradores o dueños de las mypes podrán identificar sus falencias y convertirlos en oportunidades para el bienestar y mejor productividad de su empresa o negocio.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación, La Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, Año 2017, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la Investigación

Para el presente trabajo se utilizó el diseño No Experimental-Transversal-Descriptiva.

Fue No Experimental, porque no se modificó la variable y se tomó como se aprecia en la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue Transversal, porque el estudio se realizó en un espacio y tiempo determinado.

Fue Descriptivo, porque solo se describió como se presenta.

4.2. Población y Muestra

Población: Se hizo un sondeo en la zona de investigación y se obtuvo una población de 12 Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma.

Muestra: Se utilizó una muestra de 12 mypes, que representan el 100% de la muestra del sector servicio rubro panadería.

4.3. Matriz de Definición y Operacionalización de Variables

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las Micro y pequeñas empresas	Principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas	Edad	De 25 a 35 años De 36 a 50 años De 50 años a más	Razón
		Género	Femenino Masculino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin instrucción Primaria Secundaria Superior Técnico Superior Universitario	Nominal
		Cargo que desempeña	Dueño Administrador	Nominal
Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de las Micro y pequeñas empresas	Principales características de las Micro y pequeñas empresas	Formalización de la Micro y pequeñas empresas	Formal Informal	Nominal
		Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro	De 0 a 3 años De 4 a 6 años De 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	De 1 a 5 trabajadores De 6 a 10 trabajadores De 11 a más trabajadores	Razón
		Las personas que trabajan en su empresas	Familiares Personas no familiares	Nominal

Variable	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	Forma adecuada de adoptar medidas de Planificar hacia el futuro, identificar los niveles de cambio, analizar los procesos existentes.	Planificar	Metas Objetivos Ventas	Nominal
		Identificar	Nuevas tecnologías Nuevos métodos	Nominal
		Satisfacer	Brindar buen servicio Productos de calidad	Nominal

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, que es un método de investigación y recopilación de datos que son utilizadas para obtener información acerca de personas relacionadas sobre diversos asuntos o temas.

El instrumento que se empleó fue el cuestionario estructurado, siendo una forma práctica y organizada de elaborar preguntas.

4.5. Plan de Análisis

Se realizó un análisis descriptivo y para la elaboración de las tablas y figuras para procesar los datos que se recopilaron en la aplicación de la encuesta se utilizó el formato Excel y Word. Los datos obtenidos fueron ingresados en una hoja de cálculo Microsoft Excel, con lo cual ayudó a la elaboración de gráficos para el análisis estadístico.

4.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología		Técnicas e Instrumentos
			Población y Muestra	Métodos	
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria-rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017?	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las características de la Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria-rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las características del Representante de las Micro y Pequeñas Empresas, sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017. • Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas, sector Industria-Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017. • Determinar las características de una Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas, sector Industria-rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017. • Elaborar una Propuesta de Mejora. 	Gestión de Calidad en la Competitividad.	Se hizo un sondeo en la zona de investigación y se obtuvo una población de 12 MYPES de Panadería. Se utilizó una muestra de 12 mypes, que representan el 100% de la muestra del sector servicio rubro panadería.	<p>Tipo de Investigación</p> <p>El tipo de investigación fue Descriptivo, porque se describió las Características de las Micro y Pequeñas Empresas, de los Representantes y de la Gestión de Calidad en la Competitividad y Propuesta de Mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017 y se elaboró un Propuesta de Mejora para su aplicación.</p> <p>Nivel de Investigación</p> <p>El nivel de investigación fue Aplicada con enfoque cuantitativo.</p> <p>Diseño de la Investigación</p> <p>Para el presente trabajo se utilizó el diseño No Experimental-Transversal-Descriptiva. No Experimental, porque no se modificó la variable y se tomó como se aprecia en la realidad. Transversal, porque la información se obtuvo en un tiempo determinado. Descriptiva, porque solo se describió las características de la variable en estudio.</p>	En el presente trabajo se utilizó la técnica de la encuesta y se usó como instrumento un cuestionario estructurado.

4.7. Principios Éticos

El presente trabajo de investigación fue elaborado en base a los principios éticos de acuerdo con el código de ética de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, de confiabilidad, porque en el trabajo se utilizó datos confiables y reales, que garantizan la fiabilidad que tiene la investigación para el buen funcionamiento de los resultados; se usó también el principio de confidencialidad, porque publicaremos solamente la información permitida por los dueños o representantes de las micro y pequeñas empresas; asimismo el principio del respeto a la persona humana.

V. RESULTADOS

Tabla 1

Características de los Representantes, de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017

	N	%
Edad		
20 - 35 años	3	25.00
36 – 50 años	8	66.70
51 a más años	1	8.30
Total	12	100.00
Género		
Masculino	4	33.30
Femenino	8	66.70
Total	12	100.00
Grado de instrucción		
Ninguno	0	0.00
Primaria	1	8.30
Secundaria	7	58.30
Superior Universitaria	2	16.70
Superior No Universitaria	2	16.70
Total	12	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	5	41.70
Administrador	0	0.00
Encargado	4	33.30
Otro	3	25.00
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes, de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

	N	%
Tiempo de permanencia en el Rubro		
0 - 3 años	4	33.30
4 - 6 años	3	25.00
7 a más años	5	41.70
Total	12	100.00
Número de Trabajadores		
1 - 5 trabajadores	11	91.70
6 - 10 trabajadores	1	8.30
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	12	100.00
Las personas que trabajan en la empresa son familiares		
Familiares	8	66.70
Personas No Familiares	4	33.30
Total	12	100.00
La Mype es formal		
Si	9	75.00
No	3	25.00
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

	N	%
Conoce el término Gestión de Calidad		
Si	7	58.30
No	5	41.70
Total	12	100.00
Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente		
Si	12	100.00
No	0	0.00
Total	12	100.00
Qué medios utiliza para llegar al cliente		
Radial	1	8.30
Televisión	0	0.00
Internet	0	0.00
Ninguno	11	91.70
Total	12	100.00
Capacita al personal para mejorar la calidad en atención al cliente		
Si	9	75.00
No	0	0.00
A veces	3	25.00
Total	12	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	7	58.30
No	0	0.00
No se	5	41.70
Total	12	100.00
Cada que tiempo realiza mantenimiento de infraestructura de su negocio		
1/2 año	2	16.70
1 año	7	58.30
2 años	1	8.30
3 años	2	16.70
Total	12	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas de Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

	Concluye:	
	N	%
<hr/>		
Conoce el término competitividad para el buen desempeño de las Mypes		
Si	7	58.30
No	5	41.70
Total	12	100.00
<hr/>		
Ha tenido que variar los precios por la influencia de los compradores		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	2	16.70
Casi nunca	1	8.30
Nunca	9	75.00
Total	12	100.00
<hr/>		
Han disminuido sus ventas cuando una nueva empresa del rubro a ingresado al mercado		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	3	25.00
Casi nunca	1	8.30
Nunca	8	66.70
Total	12	100.00
<hr/>		
Los clientes de la competencia han sido sus clientes anteriormente		
Totalmente	0	0.00
Casi la totalidad	0	0.00
Algunos	3	25.00
Ninguno	9	75.00
Total	12	100.00
<hr/>		
Conoce a sus principales competidores		
Si	10	83.30
No	0	0.00
Algunos	2	16.70
Total	12	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes, de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería en la Ciudad de Casma, año 2017.

Tabla 4

Propuesta de mejora de la Gestión de Calidad, en la Competitividad de las Mypes del Sector industrial - Rubro Panadería, en la ciudad de Casma, año 2017

Problema	Causa	Propuesta de Mejora	Responsable
Los responsables de las empresas tienen conocimientos empíricos de competitividad, pero no lo aplican o ejecutan profesionalmente.	Escaso nivel de educación. Poco interés	Brindar capacitación a los responsables y colaboradores.	Administrador
Falta de publicidad de sus productos.	Desconocimiento del tema.	Mediante charlas utilizando las tics, dar a conocer la importancia de la publicidad de los productos, el cual generará ganancias y permanencia en el mercado.	Administrador
Los representantes de las empresas son personas adultas, que se niegan al cambio.	Reacios a la transformación e innovación. Temor de innovar y fracasar debido al desconocimiento.	Dar a conocer a los responsables de las empresas, los beneficios que trae consigo la innovación e implementación de nuevas estrategias que servirán para mejorar la productividad.	Administrador
Los responsables que dirigen las mypes son personas con grado de instrucción secundarios.	Los responsables o dueños emprendieron su negocio por lucro o por herencia familiar.	Recomendar a los dueños o representantes de las mypes que tomen cursos sobre gestión de calidad, llevándolos al éxito y convirtiéndose en una empresa sólida y duradera.	Administrador

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1

Características de los Representantes, de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, rubro Panadería en la ciudad de Casma, año 2017.

En cuanto a la edad de los representantes: El 66.7 %, tienen 36 a 50 años de edad (Tabla 1), estos resultados coinciden con los obtenidos por Beltrán (2014) donde indica que el 50,0% de los Representantes cuentan con 31 a 50 años de edad, asimismo coinciden con los resultados encontrados por Figueroa (2016) quien determina que el 37,5% de los representantes tiene de 47 a 57 años de edad, asimismo coinciden con los resultados encontrados por Navarrete (2013) quien determina que el 56% de los representantes tienen de 31 a 40 años de edad, asimismo coinciden con los resultados encontrados por Nolasco (2014) quien determina que los representantes el 42% cuentan con 31 a 45 años de edad, asimismo concuerdan al resultado encontrado por Guerrero (2015) que establece que el 77.8% poseen entre los 30 a 50 años de edad. Pero contrastan con lo obtenido por Curitima (2006) quien menciona alrededor del 61% de los representantes tienen entre 45 a 64 años de edad. Con los resultados obtenidos expresa que la mayoría de las Mypes del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, están dirigidas por personas adultas de 36 a 50 años; toda vez, que cuentan con vasta experiencia y están completamente capacitados para realizar una correcta administración y llevar un control adecuado de su negocio.

En relación al género de los representantes: El 66.7% son de género femenino (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Kano

(2017) quien manifiesta el 67% son de género femenino. Pero contrastan con los resultados encontrados por Beltrán (2014) quien menciona que el 62.5% son de género masculino, también contrasta con lo obtenido por Guerrero (2014) donde indica que el 88.9% son del género masculino, también contrasta con lo obtenido por Curitima (2006) en el cual señala que el 64% son del sexo masculino. Con los resultados obtenidos se comprueba que la tercera parte de las Mypes del Sector industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, están dirigidas por personas de género femenino; lo cual no perjudica en la atención a clientes, brindando un buen servicio para el mantenimiento de su negocio.

El grado de instrucción en los Representantes: El 58.3 %, tienen grado de instrucción secundaria (Tabla 1), estos resultados coinciden con Beltrán (2014) quien manifiesta que el 37,5% de los representantes cuentan con grado de instrucción secundaria. Pero contrastan con los resultados encontrados por Navarrete (2013) quien manifiesta que el 56% tienen grado de estudios superiores no universitarios, también contrasta con los resultados obtenidos por Nolasco (2014) quien determina que el 57% cuentan con estudios superiores técnicos, también contrastan con Guerrero (2015) que señala el 44.4% tienen estudio superior, asimismo difiere a lo obtenido por Curitima (2006) en el cual señala que el 43% cuentan con estudios universitarios. Con estos resultados obtenidos se expresa que la mayoría de las Mypes del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, deberían estar administradas por personas con grado de instrucción superior para que de esta manera puedan aplicar técnicas modernas que les permita posicionarse y permanecer en el mercado que es tan competitivo.

En relación al cargo que desempeña el representante: El 41.7% son Dueños de la empresa (Tabla 1), estos resultados coinciden con lo obtenido por el autor

Navarrete (2013) donde indica que el 67% son los dueños de la Mype. Con esto se demuestra que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, están administradas por los dueños de las empresas, lo cual permite una correcta administración y cuidado del negocio.

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la ciudad de Casma, año 2017.

El tiempo de su permanencia en el rubro: El 41.7% poseen una permanencia de 7 a más años (Tabla 2), estos resultados coinciden con los obtenidos por Guerrero (2015) donde señala que el 66.7% cuentan con 6 a más años de permanencia, asimismo coinciden con los resultados obtenidos por Curitima (2006) quien manifiesta que el 50% tienen una permanencia entre 11 a 20 años en el rubro. De los resultados obtenidos se demuestra que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, tienen una permanencia bastante larga lo cual les ha permitido posicionarse en el mercado como una empresa que brinda buenos productos de acuerdo a las necesidades de los clientes.

El Número de trabajadores: 91.7% cuentan con 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Curitima (2006) quien manifiesta que el 89% de las mypes trabajan de 1 a 5 personas, asimismo coincide con lo obtenido por Navarrete (2013) en el cual indica que el 67% de las Mypes cuentan de 1 a 5 trabajadores, asimismo coinciden con los resultados obtenidos por Nolasco (2014) quien manifiesta que el 71% de las mypes tiene de 1 a 5

trabajadores. Con estos resultados obtenidos se demuestran que la totalidad de las Mypes, cuentan con trabajadores de 1 a 5 personas, lo cual facilita el normal desarrollo de las actividades.

Los que trabajan en las empresas son familiares: El 66.7% señalan que son familiares las personas que trabajan en el negocio. Esto demuestra que totalidad de las Mypes Sector Industrial Rubro panadería en la ciudad de casma año 2017, son familiares los que trabajan en el negocio, lo cual ayuda a conservar y cuidar los intereses personales de cada uno.

En relación a la formalidad de las mypes: El 75% de las mypes son formales (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Nolasco (2014) quien manifiesta que el 79% de las mypes se encuentra formalizada, asimismo coincide con lo obtenido por Guerrero (2015) donde señala que el 100% de las Micro y Pequeñas Empresas son formales, asimismo coinciden con los resultados obtenidos por Curitima (2006) quien manifiesta que el 71% de las mypes con formales. Esto demuestra que las mypes encuestadas son formales lo cual les permite acceder a créditos financieros para mejorar la productividad del negocio.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017.

Conoce el término gestión de calidad: El 58.3% manifiestan conocer el término (Tabla 3). Con este resultado se demuestra que la totalidad de las mypes encuestadas conocen el término gestión de calidad, lo que les permitirá implementar técnicas modernas para mejorar la productividad del negocio.

En cuanto al Servicio si está de acuerdo con la necesidad del cliente: El 100% indicaron que sí, estos resultados coincidieron con los resultados obtenidos por Kano (2017) quien manifiesta que el 43% de las mypes brindan un servicio de acuerdo a la necesidad del cliente y están satisfechos. Con el resultado obtenido se demuestra que la mayoría absoluta de las Micro y Pequeñas Empresas brindan un servicio de acuerdo a la necesidad del cliente, lo cual les permite fidelizar a sus clientes.

Los medios que utiliza para llegar al cliente: El 91.7% de las mypes indicaron que no utilizan ningún medio de comunicación para llegar a sus clientes. Con este resultado obtenido se demuestra que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, no les es necesario utilizar avisos publicitarios para su negocio, siendo esto muy importante en la actualidad el uso del marketing para toda empresa.

En cuanto a capacitación del personal para mejorar la atención al cliente: El 75% manifestaron que sí, estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Curitima (2006) quien manifiesta que el 75% de las mypes si capacita al personal, asimismo concuerda con lo obtenido por Beltrán (2014), que señala el 56.3% de las Micro y Pequeñas Empresas si capacita al personal, asimismo coinciden con los resultados obtenidos por Guerrero (2015) quien manifiesta que el 55.6% capacita a su personal. Estos resultados demuestran que la mayoría de las Mypes del sector industrial, rubro panadería, en la ciudad de casma, año 2017, si capacita al personal que trabaja, para de esta manera brindar una buena atención al cliente en todos los aspectos y del mismo modo ofrecer un buen servicio personalizado.

Con relación al término Gestión de Calidad, contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio: El 58.3% manifiestan positivamente que sí, coincidiendo con los

obtenidos por Curitima (2006) donde manifiesta que el 68% conocen el termino gestión de calidad y utilizan herramientas para mejorar la calidad de su negocio. Estos resultados indican que las Mypes del sector industrial- rubro panadería, en la Ciudad de casma, año 2017, si conocen y utilizan las herramientas adecuadas para un buen rendimiento de su negocio usando la gestión de calidad.

En atención al tiempo de mantenimiento de la infraestructura del negocio: El 58.3% manifestaron que realizan el mantenimiento cada 1 año, de esta manera permitiéndoles tener acondicionado y en buenas condiciones su local.

Conoce el término competitividad para el buen desempeño de las Mypes: El 58.3% manifestaron que sí, estos resultados coinciden con los obtenidos por Navarrete (2013) donde señala que el 100% de las Micro y Pequeñas Empresas si conocen el termino gestión de calidad, asimismo coinciden con los resultados obtenidos por Nolasco (2014) quien manifiesta que el 86% de las mypes es competitiva. Con los resultados obtenidos se demuestra que la mayoría de las mypes si conoce el término competitividad, que les permitirá permanecer en el mercado usando buenas estrategias empresariales.

En relación a que si ha tenido que variar los precios por la influencia de los compradores: El 75% manifiestan que nunca, lo cual indica que nunca han variado sus precios manteniéndose igual de posicionados en el mundo empresarial.

En cuanto a si han disminuido sus ventas cuando una nueva empresa del rubro a ingresado al mercado: El 66.7% manifiestan que nunca. Este resultado indica que la totalidad de las Mypes del Sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, no se ha visto afectado en sus ventas cuando una nueva empresa ha ingresado al mercado, debido a la buena calidad de sus productos que brinda, de esta manera manteniendo la fidelidad de sus clientes.

Los clientes de la competencia han sido sus clientes anteriormente: El 75% manifiestan que ninguno. Este resultado nos indica que la mayoría de las mypes han mantenido sus clientes de una manera correcta brindando buen servicio y calidad.

Conocen a sus principales competidores: El 83.3% manifiestan conocerlos, coincidiendo de esta manera con los resultados obtenidos por Guerrero (2015) que manifiesta el 88.9% si tienen conocimiento de sus competidores. Este resultado nos indica que la mayoría de las Mypes si conocen a sus competidores, siendo esto una ventaja mayor para saber cómo lograr mayores clientes y permanencia de su negocio a lo largo del tiempo en el mercado.

CONCLUSIONES

La totalidad de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Industrial, Rubro Panadería, en la Ciudad de Casma, año 2017, tienen como representantes a personas adultas, la mayoría relativa son dirigidas por mujeres, su grado de instrucción es secundaria y los representantes son los propios dueños y la totalidad de las mypes tienen de 1 a 5 trabajadores, asimismo la mayoría relativa son familiares.

La totalidad de las mypes encuestadas conocen el término Gestión de Calidad, asimismo la mayoría no utilizan ningún medio de comunicación para llegar a sus clientes, y capacitan a todo su personal para que se mejore la atención, asimismo refieren que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio y la minoría de las mypes realizan el mantenimiento de la infraestructura del negocio.

La minoría de las Micro y Pequeñas Empresas conoce el término competitividad para su buen desempeño, la mayoría nunca ha tenido que variar los precios por la influencia de los compradores y la totalidad conoce a sus principales competidores.

Los representantes de las mypes tienen conocimientos empíricos de los términos competitividad, gestión de calidad, pero no lo aplican o ejecutan profesionalmente, ocasionando una falta de publicidad de sus productos, temor a innovar y permanecer en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Se elaboró la Propuesta de Mejora con los resultados obtenidos en la presente investigación.

RECOMENDACIONES

- Recomendar a las Micro y Pequeñas empresas utilizar las herramientas correctas de gestión de calidad y competitividad.
- Aplicar correctamente las tecnologías de información y comunicación (tics).
- Utilizar estrategias de innovación para mejorar su productividad.
- Contratar a un coach especialista en el rubro que desarrolla la empresa, para que ayude a comprender y aplicar asertivamente la gestión de calidad y competitividad.
- Indagar de manera profunda y poner en práctica los términos utilizados en la presente investigación.
- Dar a conocer a sus colaboradores toda la funcionalidad del negocio, para que puedan cumplir con las expectativas de los clientes, manteniéndolos satisfechos.
- Capacitar a todo el personal para mejorar su atención al cliente.
- Recomendar a los dueños o representantes de las mypes que tomen cursos sobre gestión de calidad, llevándolos al éxito y convirtiéndose en una empresa sólida y duradera.
- Implementar la propuesta de mejora de acuerdo a lo propuesto en la tabla 4.

REFERENCIAS

Referencias Bibliográficas

- Alcalde, P. (2009). *Calidad*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=M4KKceSe3f4C&printsec=frontcover&dq=competitividad+segun+el+autor+Alcalde&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwip-Z31wdzXAhVHNd8KHXYACoQQ6wEIJTA#v=onepage&q=competitividad%20segun%20el%20autor%20Alcalde&f=false>.
- Beltrán. (2014). *Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037004>.
- Corona, L. (2006). *Innovación y Competitividad Empresarial*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3166249>.
- Curitima. (2016). *Gestión de Calidad y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas Manufactureras, Rubro Panadería en el Distrito de Equitos, 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043526>.
- Díaz, S. (1997). *La ventaja competitiva*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=MQYxXLY00hUC&printsec=frontcover&dq=competitividad+seg%C3%BAn+autores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjfjyvtzXAhWFPN8KHRhpC5QQ6AEIMTAC#v=onepage&q&f=false>.
- Figuroa. (2016). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el Enfoque Lean Manufacturing de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industrial – Rubro Elaboración de Productos de Panadería del Distrito de Huaraz, 2015* (Tesis de

- pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042684>.
- Fontalvo, T. (2006). *La Gestión Avanzada de la Calidad: metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de la calidad*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3174730>.
- Guerrero. (2015). *Caracterización de la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria – Rubro Panificadora Casco Urbano, Chimbote, 2013* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039731>.
- Kano. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Industria - Rubro Panaderías, en el Distrito de Nuevo Chimbote – 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043956>.
- Navarrete. (2013). *Caracterización de la Formalización y la Competitividad de las Mypes del Sector Industria - Rubro Panificadoras del Distrito de Nuevo Chimbote, Periodo 2010-2011* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000032564>.
- Nolasco. (2014). *Caracterización de la Formalización y la Competitividad de las Mypes sector producción rubro panaderías en el Distrito de Chimbote periodo 2010 – 2011* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037007>.
- Pérez, F. (2011). *Crecimiento y Competitividad: Trayectoria y Perspectivas de la Economía Española*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=>

WMwzJDurHSgC&pg=PA119&dq=la+competitividad+2011&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiE0uuYudzXAhWqkOAKHaweDIYQ6AEINDAD#v=onepage&q&f=false.

Pérez, J. (1994). *Gestión de la calidad Empresarial Calidad en los Servicios y Atención al Cliente Calidad Total*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=2ibhVMNE_EgC&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiBzfWU1dfXAhWLON8KHdriCukQ6AEIUzAI#v=onepage&q&f=false.

Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=wV4JDAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+estrategia+competitiva&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj14qmSxtzXAhUkheAKHWiLAHUQ6AEILjAC#v=onepage&q&f=false>.

Uribe. M. (2011) *Los Sistemas de Gestión de la Calidad: El enfoque teórico y la aplicación empresarial*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4909300>.

ANEXOS

Anexo 1 Cronograma de Actividades

Actividades	Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Inicio de la Elaboración del Proyecto		x	x												
Planteamiento del Proyecto				x	x										
Revisión de la Literatura						x	x	x							
Metodología									x						
Referencias Bibliográficas										x	x				
Presentación												x	x	x	x

Anexo 2 Presupuesto

Presupuesto Desembolsable (Estudiantes)				
	Categoría	S/ Costo	Número	Total
Suministros	Impresiones	30.00	3	90.00
	Empastado	35.00	2	70.00
	Usb	35.00	1	35.00
	Lapiceros	1.00	2	2.00
	Subtotal			
Servicios	Uso de Turnitin	100.00	1	100.00
	Investigación en la web	5.00	20	100.00
	Subtotal			200.00
Pasajes	Pasajes	50.00	12	600.00
	Subtotal			600.00
Taller de Titulación	Matrícula	300.00	1	300.00
	Pensión	850.00	2	1700.00
	Subtotal			2000.00
Total del presupuesto desembolsable				2997.00

Presupuesto No Desembolsable (Universidad)				
Categoría		S/ Costo	Número	Total
Servicios	Uso de internet (Laboratorio de aprendizaje digital – LAD)	30.00	4	120.00
	Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
	Soporte informático (Módulo de investigación ERP)	40.00	4	160.00
	Publicación en artículo de repositorio virtual	50	1	50.00
	Subtotal			400.00
Recurso	Asesoría personalizada	63.00	4	252.00
	Subtotal			252.00
Total del presupuesto No desembolsable				652.00
PRESUPUESTO TOTAL				3144.60

Financiamiento: El presente trabajo es autofinanciado por el estudiante.

Anexo 3 Población y Muestra

Se realizó mediante un sondeo

N°	Nombre o Razón Social	Dirección	Representante
01	Panadería Omar	Av. Luis Ormeño Mz. J2 Lt. 10	Karina Arauco Huicho
02	Panadería San Martín SAC	Av. Luis Ormeño MZ. J1 Lt. 6	Panadería San Martín SAC
03	Panadería Dulcelandia	Av. Tarapacá N° 427 Mz. N3 Lt. 6	Reynaldo Moisés Espinoza Reques
04	Hilda Durand Suguimoto	Av. Lima MZ. A Lt. 3	Hilda Durand Suguimoto
05	Panadería Vallejo	Av. Perú MZ. N Lt. 16	Abelardo Cesar Benites Benites
06	Panadería El Veco	Calle San Martín MZ. I Lt. 5	Consuelo Sarmiento López
07	Hugo Alejandro López Cascio	Calle San Martín MZ. N2 Lt. 8	Hugo Alejandro López Cascio
08	Isabel Tomasa Ayala Luna	AA.HH. Victor Raul Haya de la Torre	Isabel Tomasa Ayala Luna
09	Toribio Pedro Pak Carlos	AA.HH. La Soledad MZ. B Lt. 4	Toribio Pedro Pak Carlos
10	Raúl Fernando Usquiano Morales	Prolongación Aramburu	Raúl Fernando Usquiano Morales
11	Sabor Nuestro	AA.HH. Alberto Portella MZ. C. Lt. 4	Faustino Lucio Carrasco Mendoza
12	Panadería San Juan	AA.HH. Alberto Portella MZ. C Lt. 9	Simona Rosas Gómez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **“LA GESTION DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD Y PROPUESTA DE MEJORA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL, RUBRO PANADERIA, EN LA CIUDAD DE CASMA, AÑO 2017”**. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

- a) 20-35
- b) 36-50
- c) 51 a más

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Ninguno
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior universitaria
- e) Superior no universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Encargado
- d) Otro

1.2. REFERENTE A LAS CARACTERISTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

6. Número de Trabajadores

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

7. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

8. La Mype es formal

- a) Si
- b) No

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD

2.1. GESTION DE CALIDAD

9. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

10. ¿Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente?

- a) Si
- b) No

11. ¿Qué medios utiliza para llegar al cliente?

- a) Radial
- b) Televisión
- c) Internet
- d) Ninguno

12. ¿Su empresa capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

13. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No
- c) No se

14. ¿Cada que tiempo realiza mantenimiento de la infraestructura de su negocio?

- a) ½ año
- b) 1 año
- c) 2 años
- d) 3 años

2.2. REFERENTE A LAS TECNICAS ADMINISTRATIVAS: COMPETITIVIDAD

15. ¿Conoce el término competitividad para el buen desempeño de las MYPES?

- a) Si
- b) No

16. ¿Ha tenido que variar los precios por la influencia de los compradores?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

17. ¿Han disminuido sus ventas cuando una nueva empresa del rubro ha ingresado al mercado?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

18. ¿Los clientes de la competencia han sido sus clientes anteriormente?

- a) Totalmente
- b) Casi la totalidad
- c) Algunos
- d) Ninguno

19. ¿Conoce usted a sus principales competidores?

- a) Si
- b) No
- c) Algunos

Anexo 5 Tabulación de la encuesta

Número	Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
1	Edad	20 - 35 años	III	3	25.0
		36 - 50 años	IIIIIIII	8	66.7
		51 a más años	I	1	8.3
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
2	Género	Masculino	III	4	33.3
		Femenino	IIIIIIII	8	66.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
3	Grado de instrucción	Ninguno		0	0.0
		Primaria	II	1	8.3
		Secundaria	IIIII	7	58.3
		Superior Universitaria	II	2	16.7
		Superior No Universitaria	II	2	16.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
4	Cargo que desempeña	Dueño	IIIII	5	41.7
		Administrador		0	0.0
		Encargado	III	4	33.3
		Otro	III	3	25.0
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
5	Tiempo de permanencia en el rubro	0 - 3 años	III	4	33.3
		4 - 6 años	III	3	25.0
		7 a más años	IIIII	5	41.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
6	Número de Trabajadores	1 - 5 trabajadores	IIIIIIII	11	91.7
		6 - 10 trabajadores	I	1	8.3
		11 a más trabajadores		0	0.0
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
7	Las personas que trabajan en la empresa son familiares	Familiares	IIIIII	8	66.7
		Personas No Familiares	III	4	33.3
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
8	La Mype es formal	Si	IIIIIIII	9	75.0
		No	III	3	25.0
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
9	Conoce el término Gestión de Calidad	Si	IIIII	7	58.3
		No	IIIII	5	41.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
10	Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente	Si	IIIIIIIIII	12	100.0
		No		0	0.0
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0

11	Qué medios utiliza para llegar al cliente	Radial	I	1	8.3
		Televisión		0	0.0
		Internet		0	0.0
		Ninguno	IIIIIIII	11	91.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
12	Capacita al personal para mejorar la calidad en atención al cliente	Si	IIIIIIII	9	75.0
		No		0	0.0
		A veces	III	3	25.0
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
13	La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si	IIIIII	7	58.3
		No		0	0.0
		No se	IIII	5	41.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
14	Cada que tiempo realiza mantenimiento de infraestructura de su negocio	1/2 año	II	2	16.7
		1 año	IIIIII	7	58.3
		2 años	I	1	8.3
		3 años	II	2	16.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
15	Conoce el término competitividad para el buen desempeño de las Mypes	Si	IIIIII	7	58.3
		No	IIII	5	41.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
16	Ha tenido que variar los precios por la influencia de los compradores	Siempre		0	0.0
		Casi siempre		0	0.0
		A veces	II	2	16.7
		Casi nunca	I	1	8.3
		Nunca	IIIIIIII	9	75.0
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
17	Han disminuido sus ventas cuando una nueva empresa del rubro a ingresado al mercado	Siempre		0	0.0
		Casi siempre		0	0.0
		A veces	III	3	25.0
		Casi nunca	I	1	8.3
		Nunca	IIIIII	8	66.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
18	Los clientes de la competencia han sido sus clientes anteriormente	Totalmente		0	0.0
		Casi la totalidad		0	0.0
		Algunos	III	3	25.0
		Ninguno	IIIIIIII	9	75.0
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0
19	Conoce usted a sus principales competidores	Si	IIIIIIII	10	83.3
		No		0	0.0
		Algunos	II	2	16.7
		Total	IIIIIIIIII	12	100.0

Anexo 6 Figuras

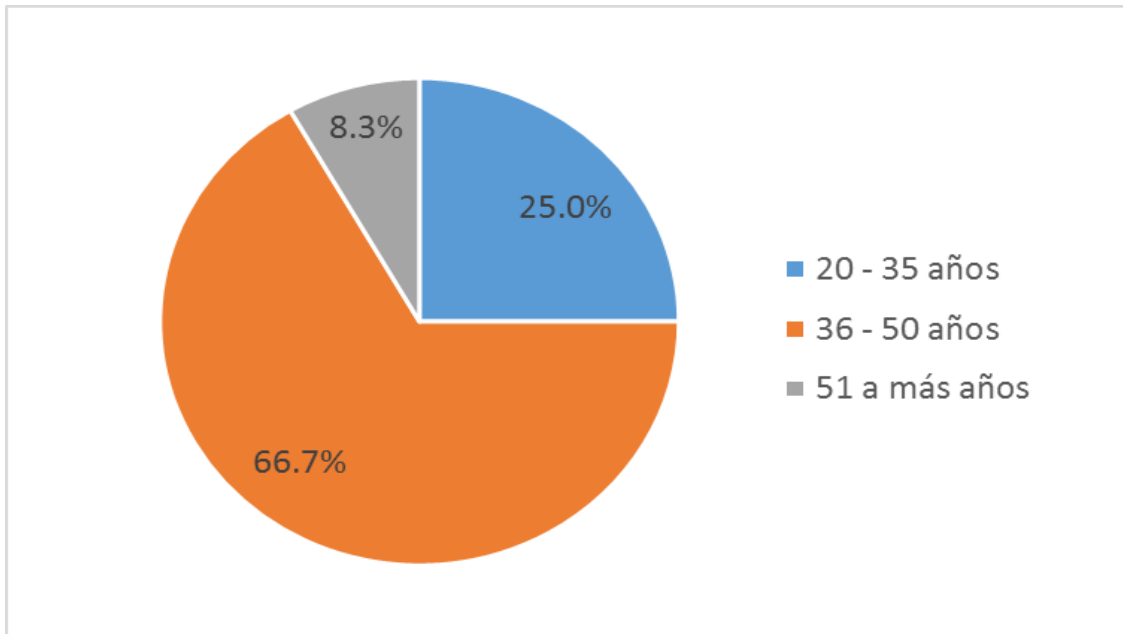


Figura 1. Edad del encuestado

Fuente. Tabla 1

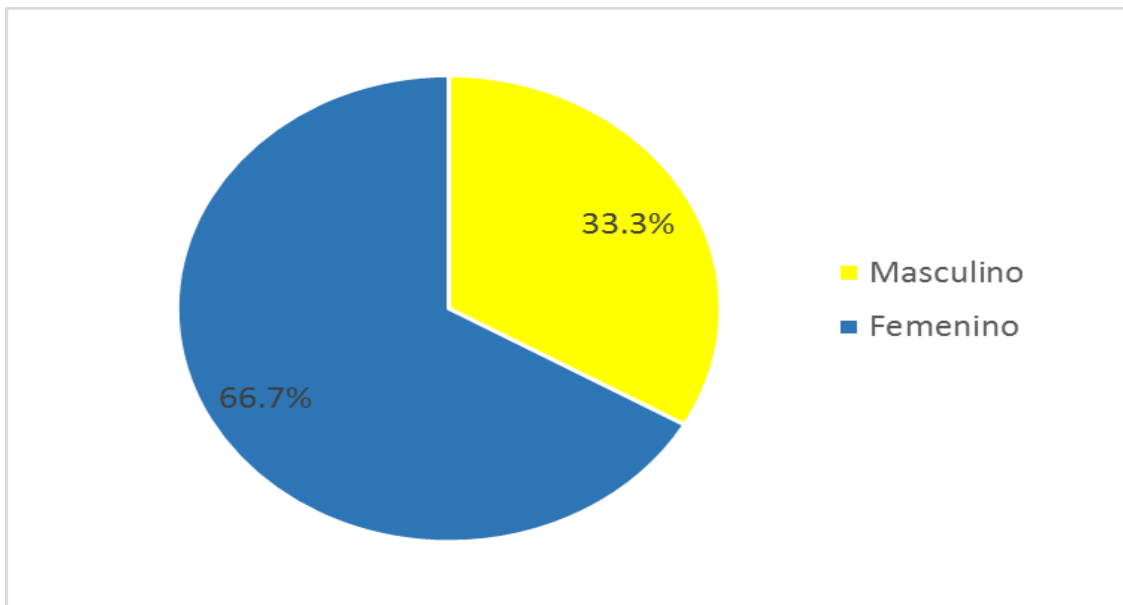


Figura 2. Género del encuestado

Fuente. Tabla 1

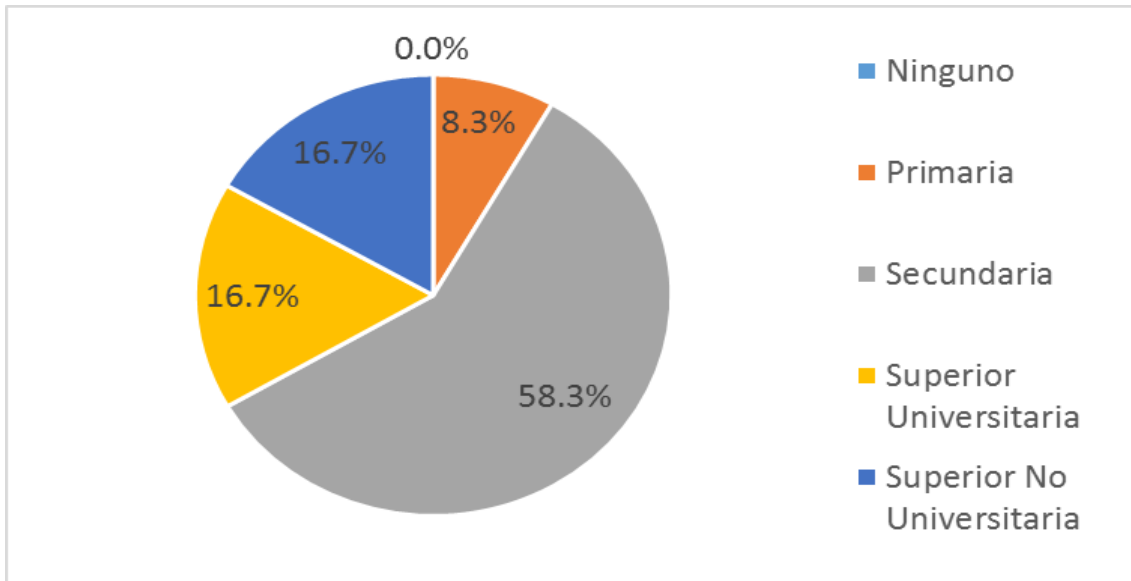


Figura 3. Grado de Instrucción del encuestado
Fuente. Tabla 1

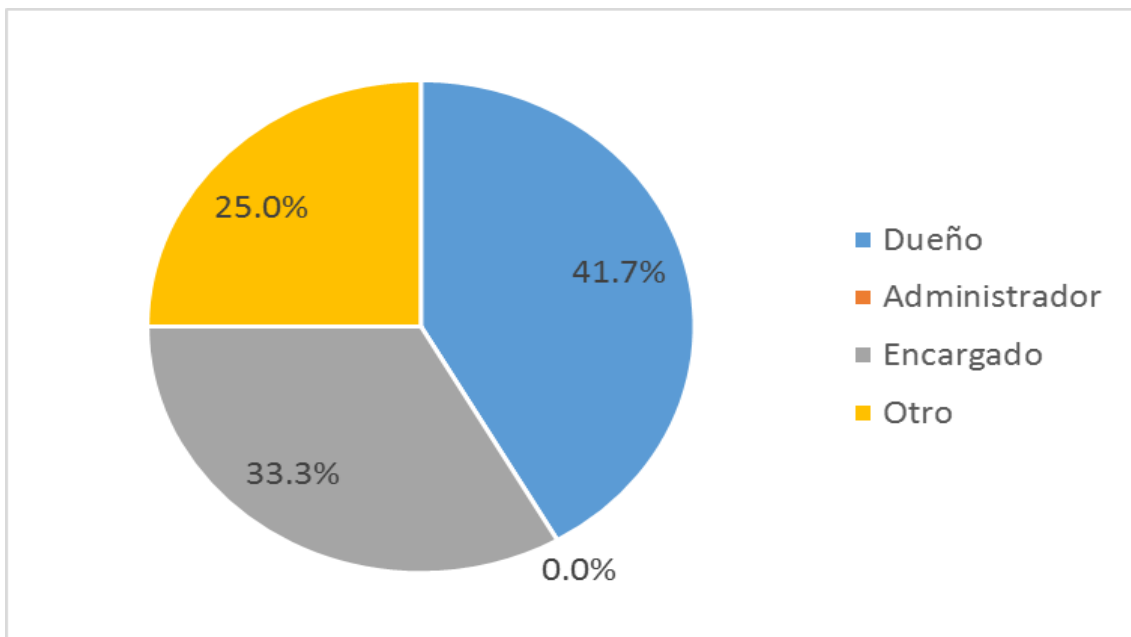


Figura 4. Cargo que desempeña el encuestado
Fuente. Tabla 1

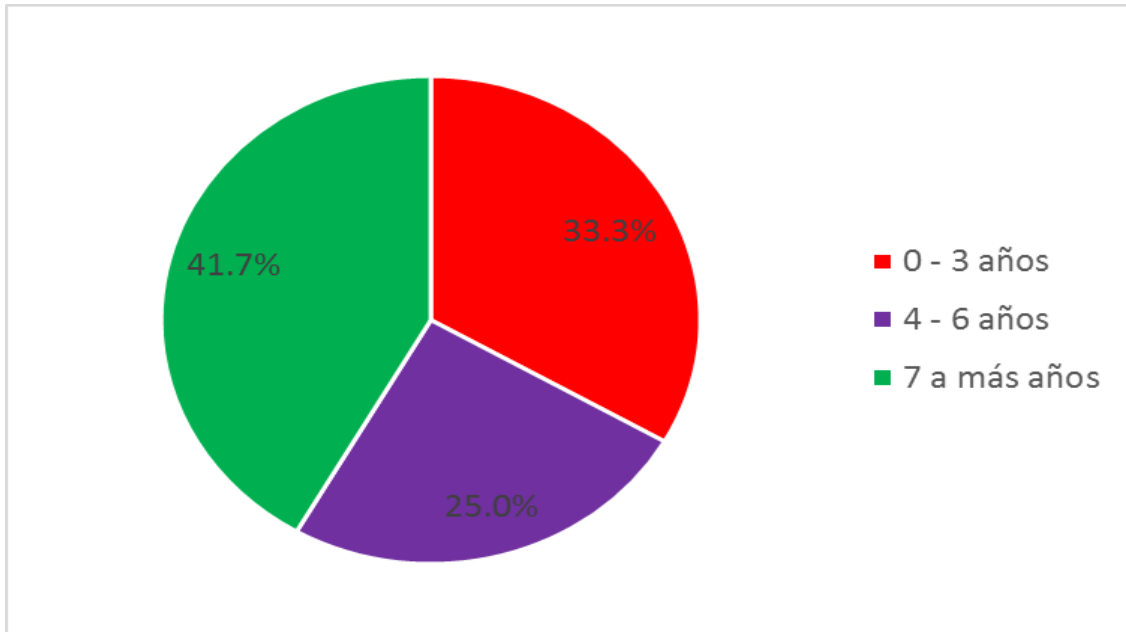


Figura 5. Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente. Tabla 2

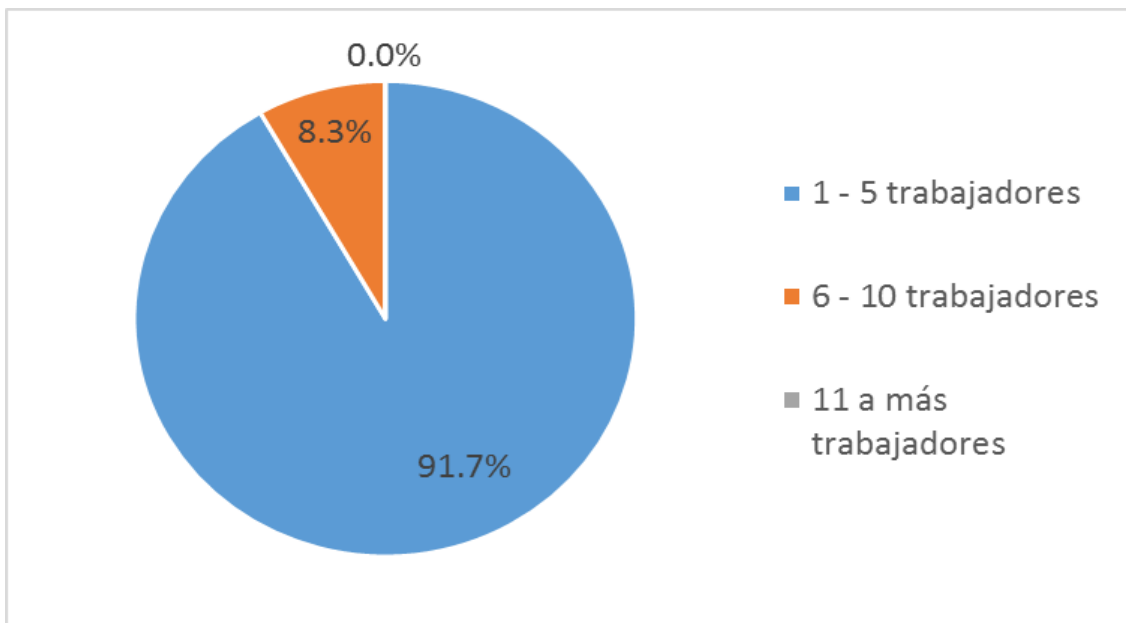


Figura 6. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

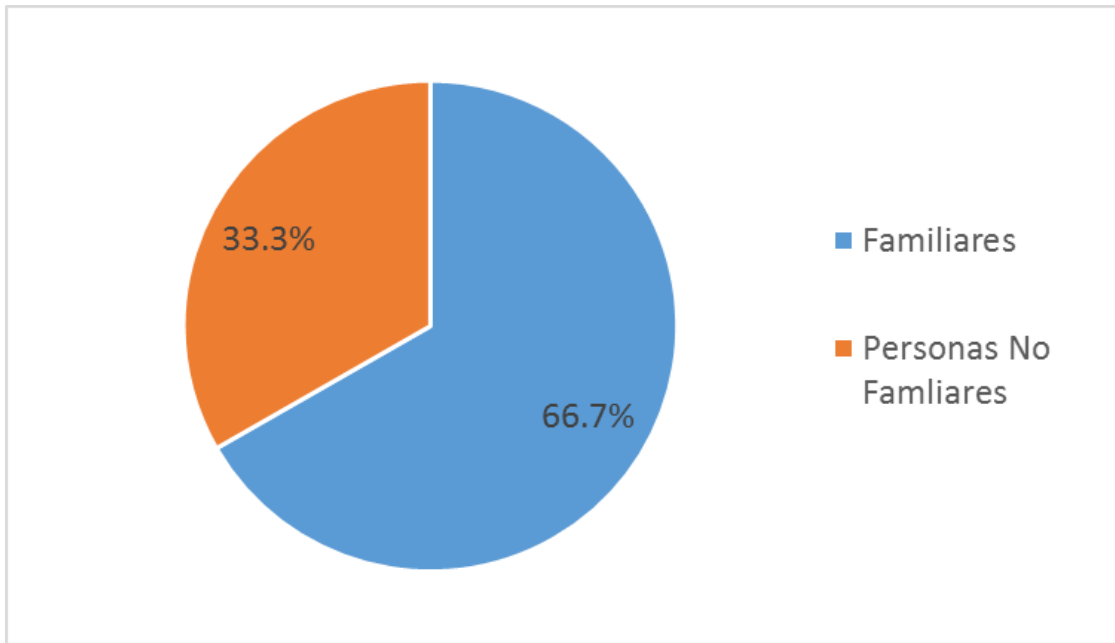


Figura 7. Las Personas que trabajan en la empresa son familiares
 Fuente. Tabla 2

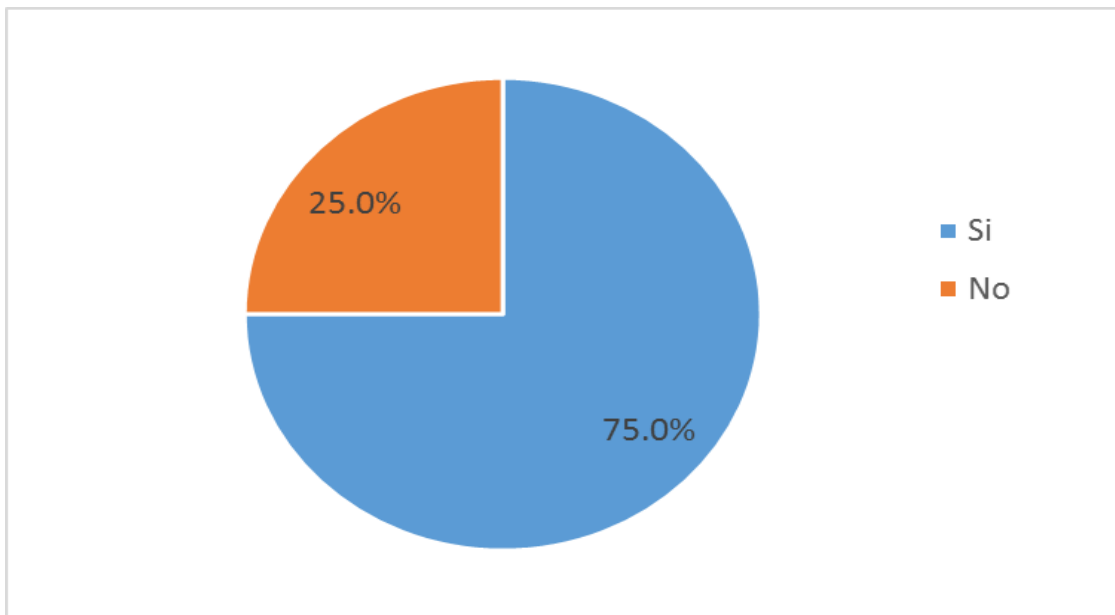


Figura 8. La Mype es formal
 Fuente. Tabla 2

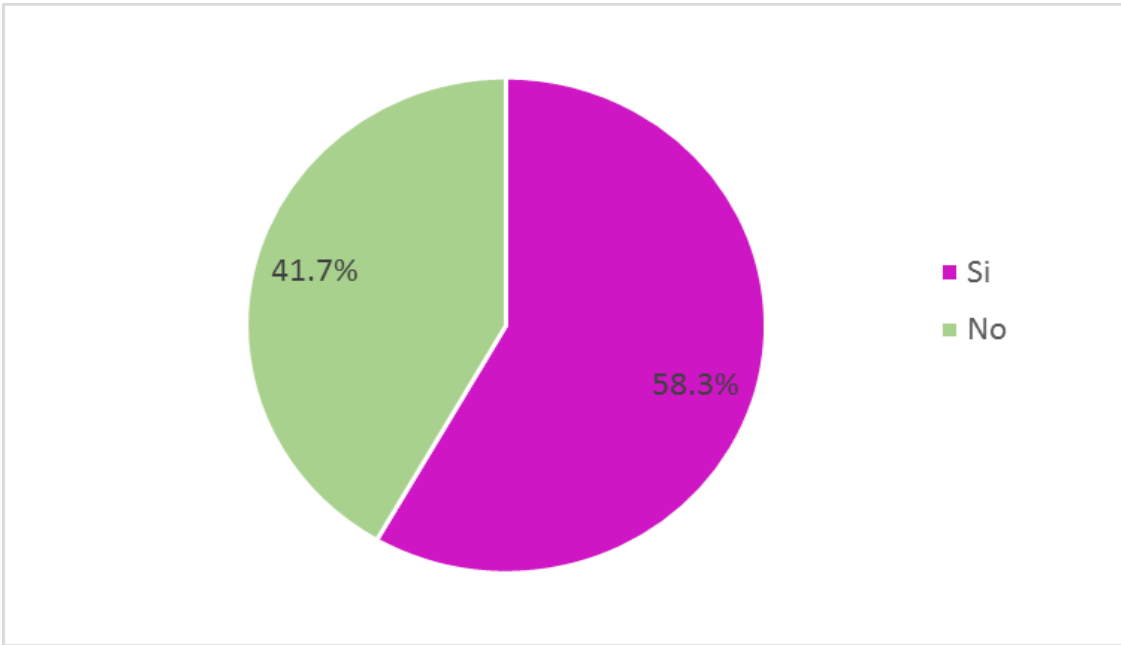


Figura 9. Conoce el término Gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

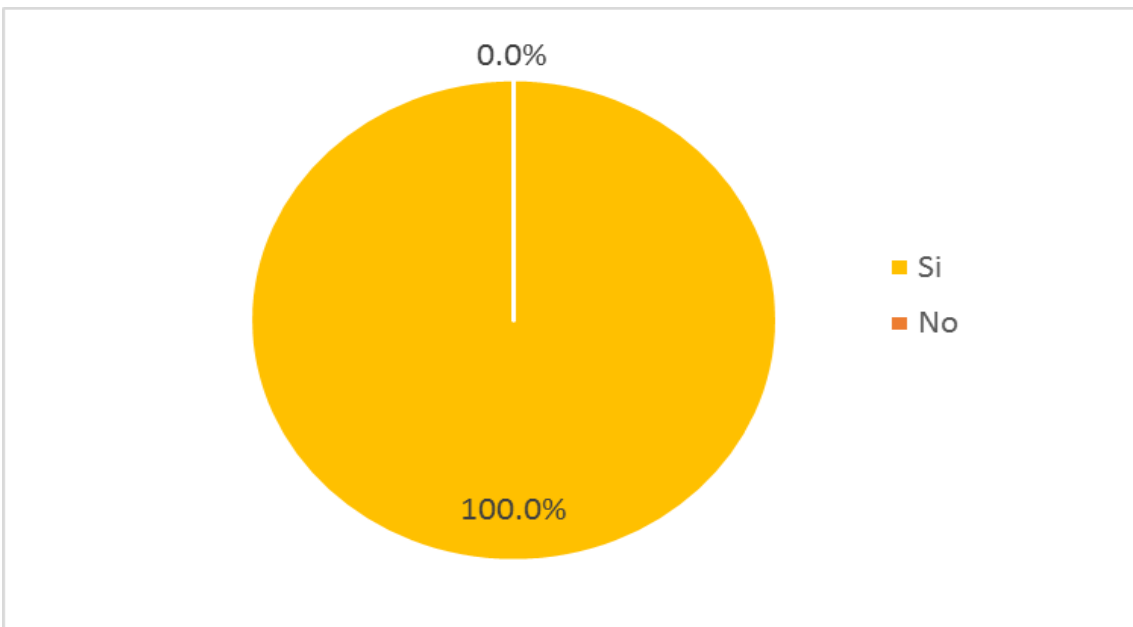


Figura 10. Su servicio está de acuerdo a la necesidad del cliente
Fuente. Tabla 3

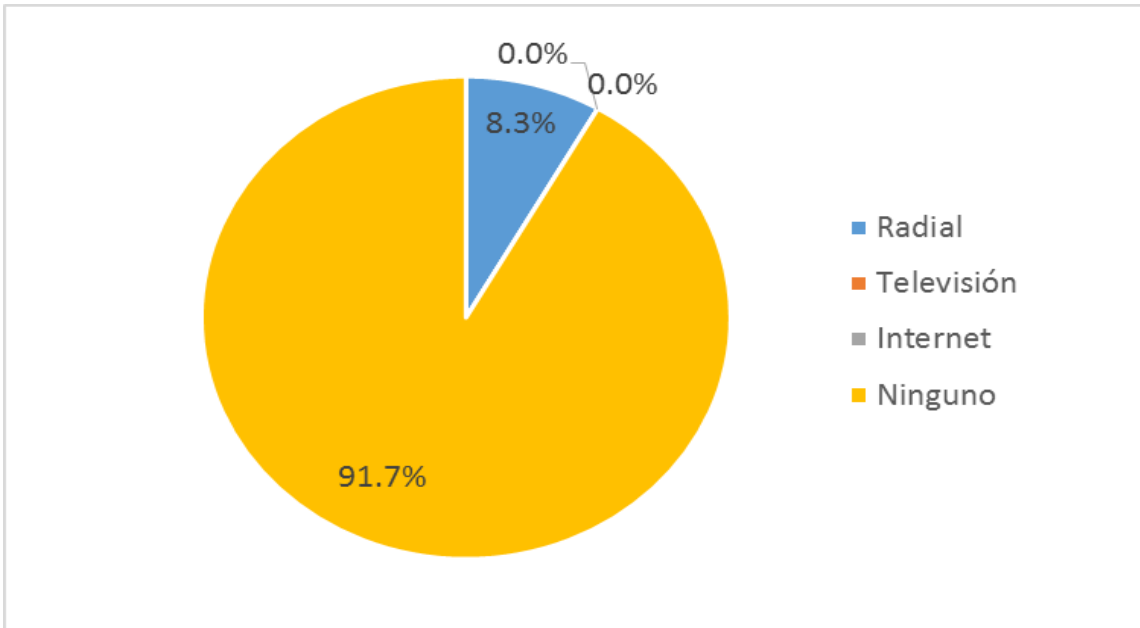


Figura 11. Qué medios utiliza para llegar al cliente
Fuente. Tabla 3

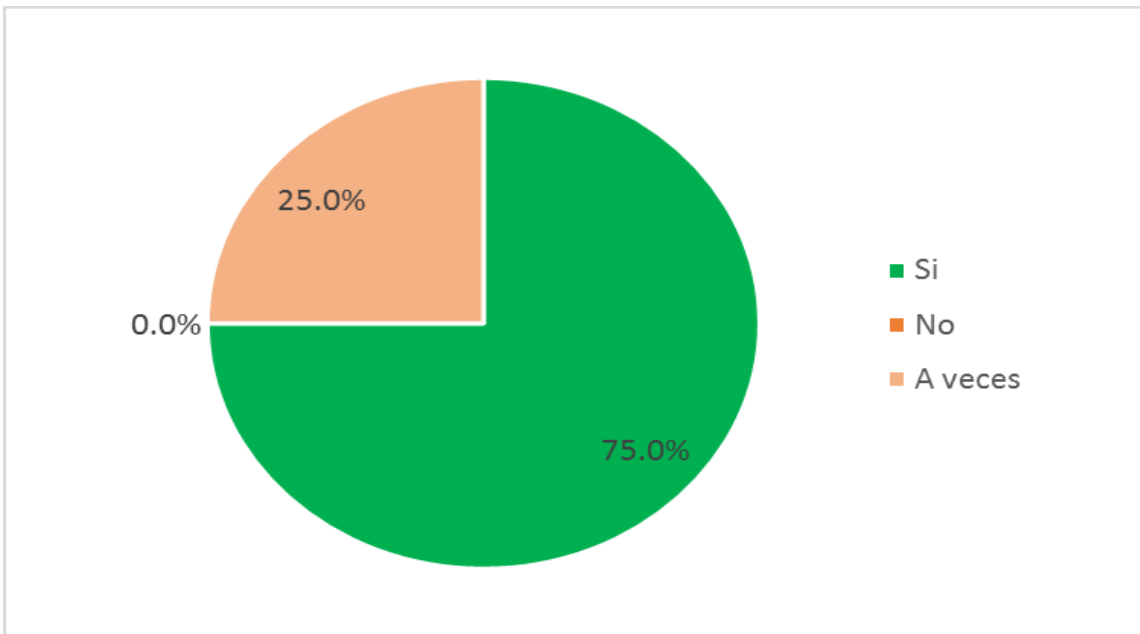


Figura 12. Capacita al personal para mejorar la calidad en atención al cliente
Fuente. Tabla 3

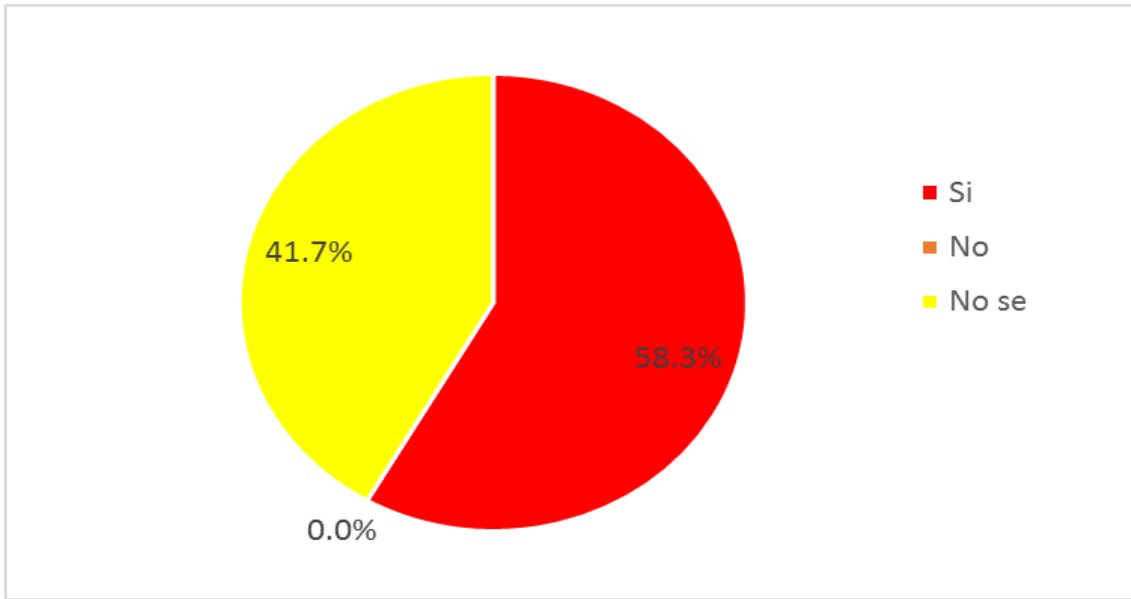


Figura 13. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del Negocio
Fuente. Tabla 3

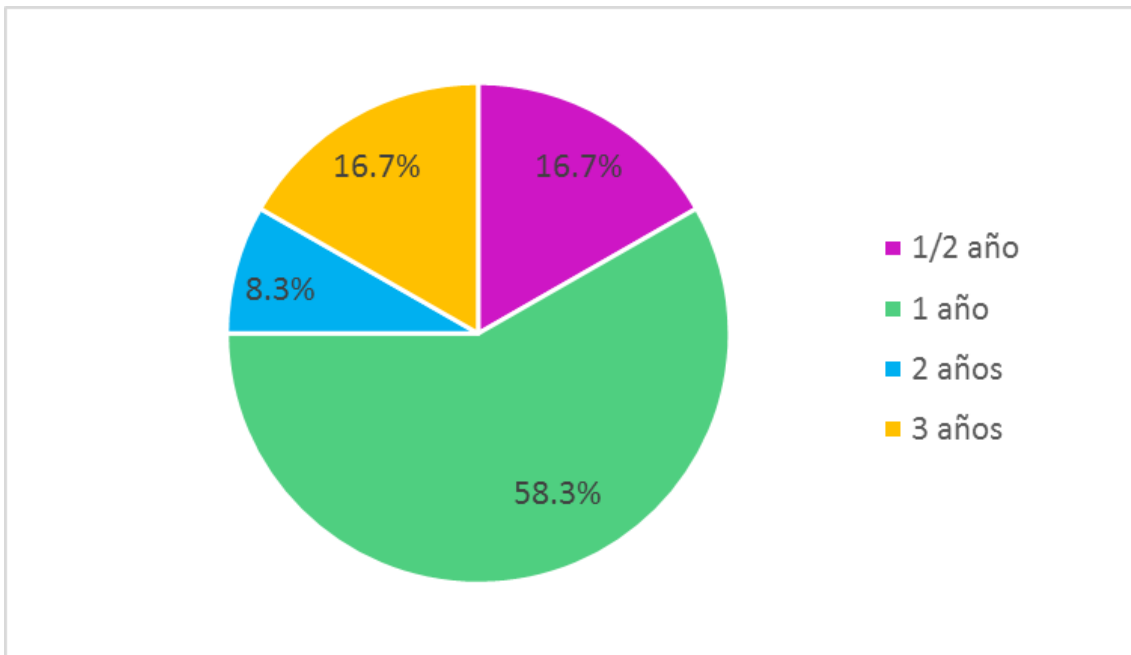


Figura 14. Cada que tiempo realiza mantenimiento de infraestructura de su negocio
Fuente. Tabla 3

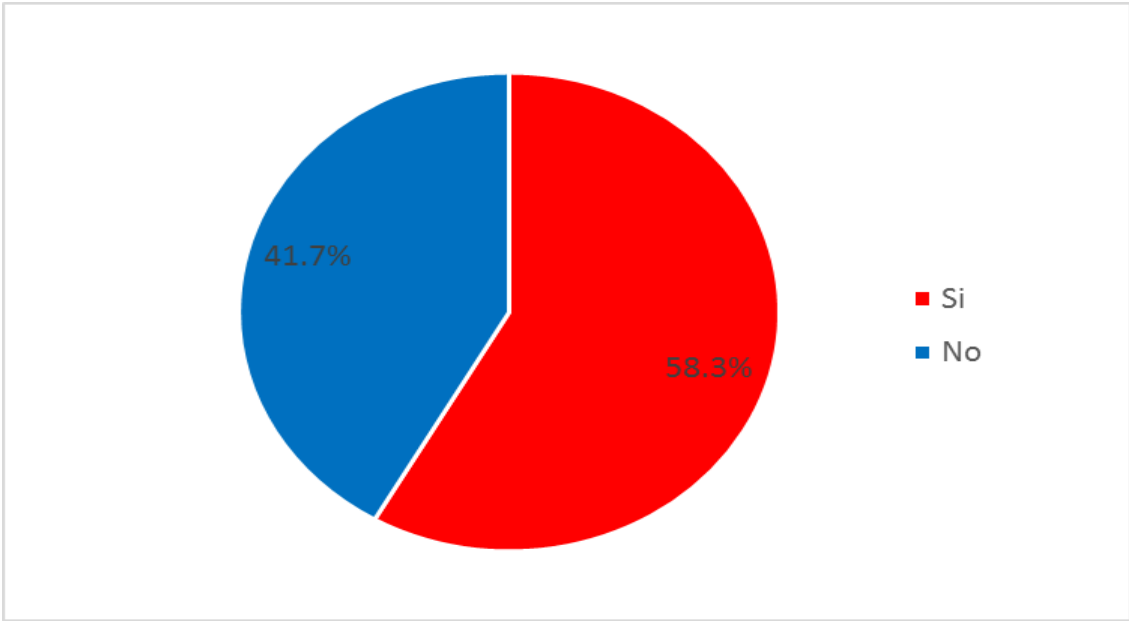


Figura 15. Conoce el término competitividad para el buen desempeño de las Mypes
Fuente. Tabla 3

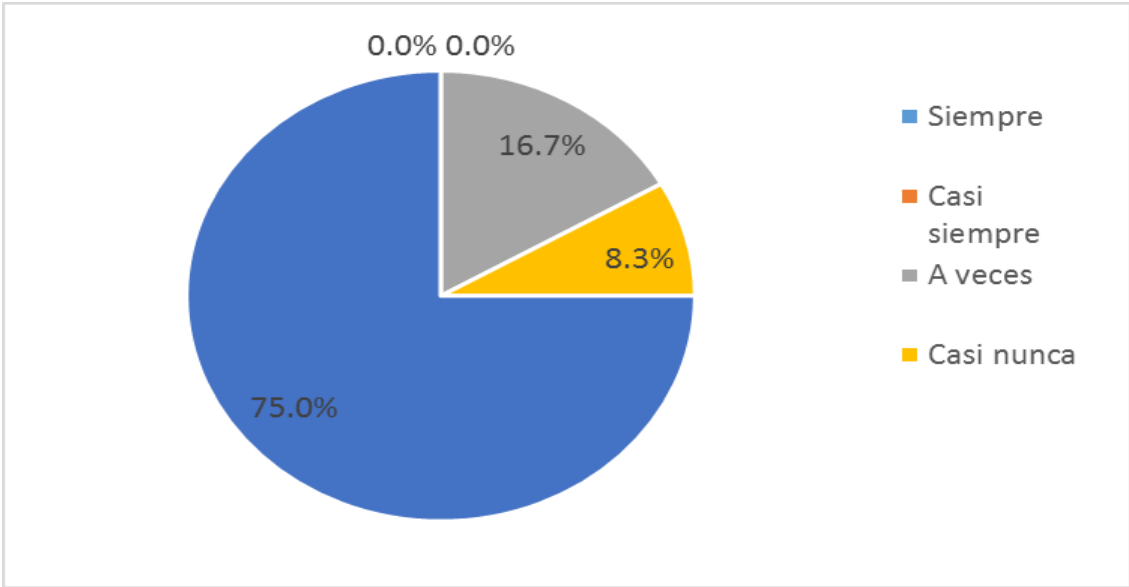


Figura 16. Ha tenido que variar los precios por la influencia de los compradores
Fuente. Tabla 3

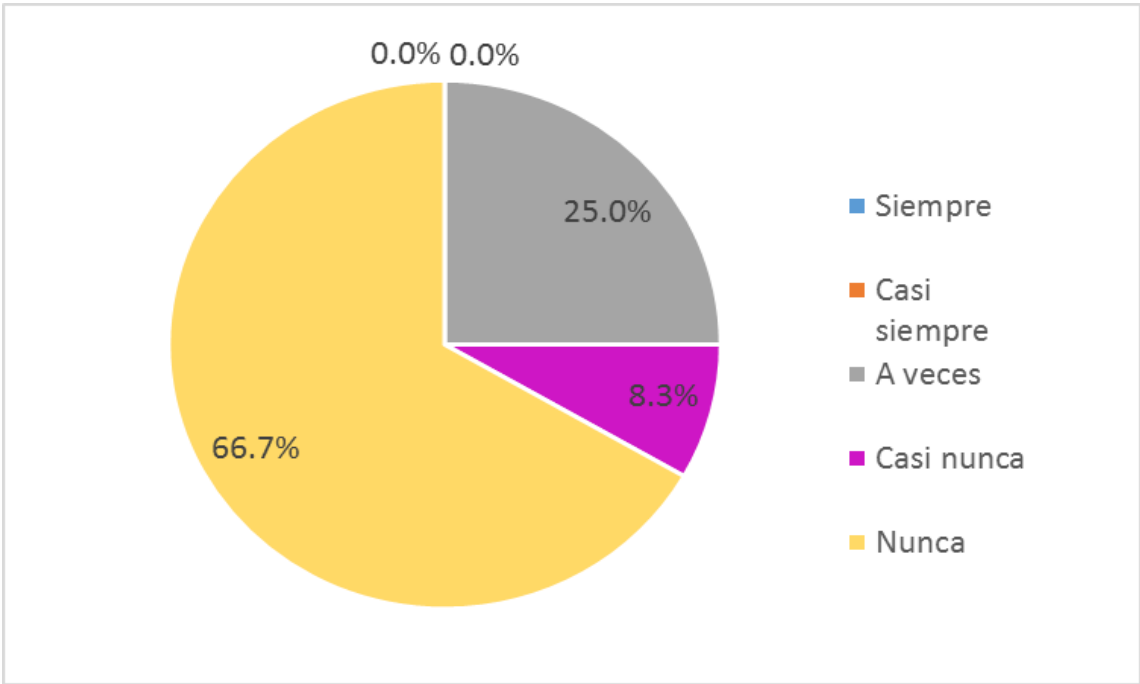


Figura 17. Han disminuido sus ventas cuando una nueva empresa del rubro ha ingresado al mercado

Fuente. Tabla 3

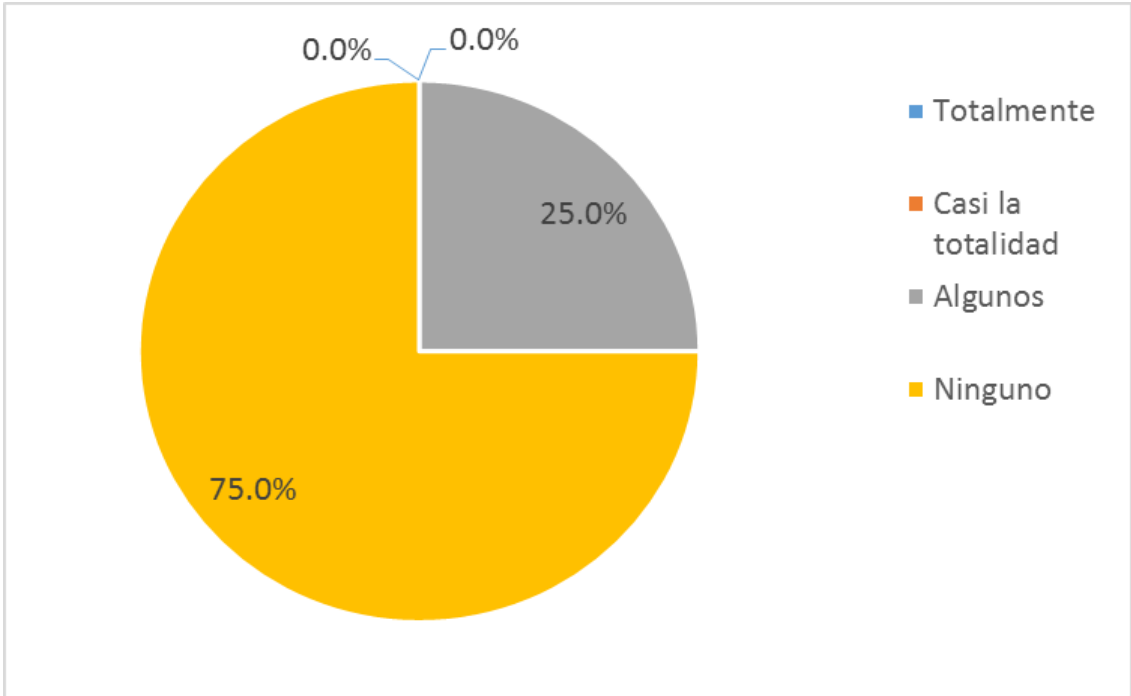


Figura 18. Los clientes de la competencia han sido sus clientes anteriormente

Fuente. Tabla 3

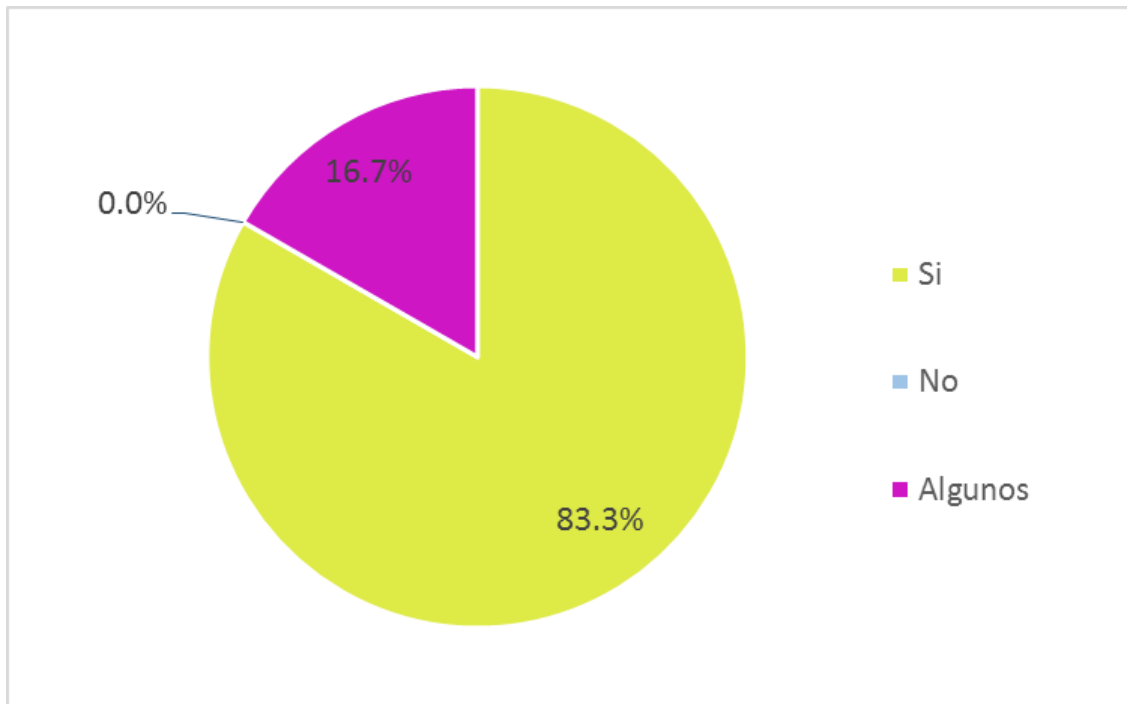


Figura 19. Conoce Usted a sus principales competidores
Fuente. Tabla 3