



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-
RUBRO TIENDA DE ROPA PARA DAMAS, ESTUDIO DE
CASO “MODA URBANA MARY” DEL DISTRITO DE SAN
VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE
LIMA, PERIÓDO 2019.

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

AUTORA:

Bach. KIARA MAYTE, SOTO QUISPE

ASESOR:

Mgtr. JESÚS ALEJANDRO, JURADO GUILLÉN

CAÑETE – PERÚ

2019

TÍTULO DE LA TESIS

**GESTIÓN DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIORUBRO TIENDA DE ROPA PARA DAMAS, ESTUDIO DE
CASO
“MODA URBANA MARY” DEL DISTRITO DE SAN VICENTE,
PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERÍODO
2019.**

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Adm. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Presidente

Lic. Adm. Espinosa, Otoyá Víctor Hugo
Miembro

Mgtr. Ralli Magipo, Lizbeth Giovana
Miembro

Mgtr. Jesús Alejandro Jurado Guillen
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, Por brindarme la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante en mi formación profesional, por darme la fuerza de seguir adelante día a día a pesar de las dificultades que se me han presentado en el camino.

A mi Asesor, MGTR. Jesús
Alejandro Jurado Guillen

por su incondicional apoyo, tiempo
y recomendaciones en la
elaboración de este informe de tesis.

DEDICATORIA

A mi familia, en especial a mi madre y mi

abuela que son parte de mi vida y sólo me dan alegrías; además me brindan su apoyo

moral para no rendirme; y me alientan a

seguir adelante hasta conseguir mis metas.

A mi novio, por apoyarme en todo el proceso de mi investigación y por

su motivación a salir adelante.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar las características de la Gestión de Calidad en la Competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro tienda de ropa para damas, estudio de caso “Moda Urbana Mary” del Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, periodo 2019. El estudio mantiene un alcance local ya que se realizará la investigación en la MYPE estudio de caso “Moda Urbana Mary”. La investigación se usó una metodología Cualitativa con un tipo de investigación Fenomenológico-Estudio de Caso con un diseño No experimental Transversal ha sido no experimental porque no se cambiará nada de la realidad; se tomará tal y como ésta se encuentre, sin sufrir modificaciones. se escogió una MYPE, aplicando una guía de entrevista que consta de 08 preguntas, utilizando la técnica de la entrevista, obteniéndose los siguientes resultados: el representante legal indica que la planificación tiene como objetivo que los productos o servicios satisfagan las necesidades de los clientes, el control de la calidad se realiza en base a la medición del objetivo ya planteado en el proceso de planificación sin embargo no todos son participes, no establecen un plan para la mejora de la calidad para así fomentar siempre una mejora continua y finalmente la estrategia competitiva que se aplica en la MYPE. La conclusión más significativa, obtenida de este estudio es que la MYPE en estudio no aplica las características de la gestión de calidad en la competitividad en su totalidad ya que lo desarrolla de manera empírica basada en su experiencia por el tiempo dentro del rubro donde efectivamente no

logra la calidad en todo su proceso y satisfacción del cliente por ende no contribuye a mejorar el rendimiento de la MYPE.

Palabras clave: Gestión de Calidad, Competitividad, MYPES.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to determine the characteristics of the Quality Management in the Competitiveness of the MYPES of the trade sector-clothing store for ladies, case study "Urban Fashion Mary" of the District of San Vicente, Province of Cañete, Department of Lima, period 2019. The study maintains a local scope since the research will be carried out in the MYPE case study "Urban Fashion Mary". The research used a Qualitative methodology with a type of Phenomenological research-Case Study with a Nonexperimental-Transversal design has been non-experimental because nothing of reality will be changed; it will be taken as it is, without undergoing modifications. a MYPE was chosen, applying an interview guide consisting of 08 questions, using the interview technique, obtaining the following results: the legal representative indicates that the planning has as objective that the products or services satisfy the needs of the clients, the quality control is carried out based on the measurement of the objective already set in the planning process, however not all of them are participants, they do not establish a plan for the improvement of quality in order to always promote a continuous improvement and finally the competitive strategy which is applied in the MYPE. The most significant conclusion, obtained from this study, is that the MYPE under study does not apply the characteristics of quality management in competitiveness in its entirety since it develops it empirically based on its experience for the time within the area where it does not It achieves quality throughout its process and customer satisfaction therefore does not contribute to improving the performance of the MSE.

Keywords: Quality Management, Competitiveness, Mypes

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	4
III. HIPÓTESIS.....	27
IV. METODOLOGÍA.....	27
4.1. Diseño de la investigación	27
4.2. Población y muestra.....	28
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	29
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
4.5. Plan de análisis.....	31
4.6. Matriz de consistencia.....	31
4.7. Principios éticos:.....	34
V. RESULTADOS.....	35

5.1. Resultados	35
5.2. Análisis de resultados	40
VI. CONCLUSIONES	44
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
ANEXOS	51

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas – MYPE, actualmente juegan un rol muy importante en la economía no sólo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio Estado (más del 70% de peruanos trabajan en una MYPE), además por su contribución al Producto Bruto Interno (del valor total de bienes y servicios finales producidos dentro del territorio nacional, el 42% es producido por las MYPES). (Infante, 2006, p.4).

El Perú cuenta con una Política Nacional para la Calidad cuyo objetivo es contribuir a la mejora de la competitividad de la producción y comercialización de bienes y/o servicios, coadyuvando a que las personas tengan una mejor calidad de vida y al desarrollo sostenible, a través de la orientación y articulación de acciones vinculadas al desarrollo, promoción y demostración de la calidad”. (Ramírez, 2014, p.25).

Las micros, pequeñas y medianas empresas – MIPYMES– tendrán la oportunidad de ser más competitivas gracias a la Norma Técnica Peruana "Gestión Integral de la MIPYME. Modelo de gestión para micro, pequeña y mediana empresa", que tiene como objeto implementar un modelo de gestión de productos y servicios de cualquier sector económico con un enfoque estratégico orientado hacia la satisfacción del cliente y grupos de interés. (Ramírez, 2014, p.26).

La investigación parte del problema de la gestión de calidad en la competitividad en la MYPE estudio de caso Moda Urbana Mary en donde se pretende investigar ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad en la Competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, estudio de caso Moda Urbana Mary del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019?, es por ello que

se formuló el siguiente objetivo general Determinar las características de la Gestión de la Calidad en la Competitividad de las MYPES del sector comercio, Estudio de Caso “Moda Urbana Mary”, en la ciudad de San Vicente de Cañete, con 04 objetivos específicos:

Describir la planificación de la calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.

Describir el control de la calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.

Describir la mejora de la calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.

Identificar las estrategias de la competitividad de la MYPES del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.

La presente investigación se justifica, porque proporciona mejoras y nos dará a conocer si aplican las características de la gestión de calidad en la competitividad y como lo vienen aplicando el representante legal en la MYPE “Moda Urbana Mary”.

Esta investigación servirá como referencia para futuros investigadores que busquen profundizar más en el tema de Gestión de Calidad en la Competitividad puesto que los hallazgos se presentan en un contexto en el que en la MYPE son las protagonistas de la actual economía de país y es de tal importancia una adecuada ampliación de gestión de calidad y competitividad para el crecimiento y desarrollo de las mismas.

En la investigación se usó una metodología Cualitativa con un tipo de investigación Fenomenológico- Estudio de Caso, con un diseño No experimental-Transversal ha sido no experimental porque no se cambiará nada de la realidad; se tomará tal y como ésta se encuentre, sin sufrir modificaciones. se escogió una MYPE, aplicando una guía de entrevista que consta de 08 preguntas, utilizando la técnica de la entrevista.

Finalmente se logró obtener los resultados del Estudio de Caso “Moda Urbana Mary”, determinando las características de la calidad en la competitividad como son la planificación, control y mejora de la calidad en la competitividad y la estrategia competitiva.

La conclusión más significativa, obtenida de este estudio es que la MYPE en estudio no aplica las características de la gestión de calidad en la competitividad en su totalidad ya que lo desarrolla de manera empírica basada en su experiencia por el tiempo dentro del rubro donde efectivamente no logra la calidad en todo su proceso y satisfacción del cliente por ende no contribuye a mejorar el rendimiento de la MYPE.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

ANTECEDENTES

Antecedentes Internacionales

Según, **Sánchez (2014)** En su investigación: “*Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una Pyme con mercado local; caso Fonix*” para obtener el grado de licenciado. Tiene como objetivo Proponer la implementación de un sistema de gestión de calidad internacional Norma ISO 9001, 2008, en la mediana empresa, su metodología usa un diseño de investigación de tipo descriptivo, concluye que dentro de la clasificación de las Pymes el empresario de estas unidades económicas deberá estar conscientes o mercado de la cual se puede atender con cierto tipo de empresas.

Leal (2015), En su investigación: “*Hacia un Análisis Integral de la Competitividad Territorial: el caso del estado Querétaro*” para obtener el grado de bachiller en administración tiene como objetivo identificar de la literatura, “un modelo regional de competitividad más amplio que permita incorporar en el análisis en el elemento humano; su metodología usa diseño de investigación de tipo descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando normatividad, documentación y análisis situacional con instrumentos de recolección de datos, concluye que hay una línea prácticamente invisible entre los recursos de competitividad y de desarrollo económico, hablar de uno es poder hablar del otro y dada la importancia que se ha cobrado el territorio, el análisis de la competitividad territorial se ha convertido en tema crucial a pesar de las controversias.

Salinas (2013). En su investigación: “*Curvas de Liberación de Calidad como Herramientas para la Gestión de Proyectos*” para obtener el grado de licenciado en administración tiene como objetivo identificar las mejoras de calidad u normas para el proyecto y el producto como herramientas de la gestión, su metodología usa un diseño de

investigación de tipo descriptivo, con una población del total de la empresa, aplicando así mismo normatividad, documentación análisis situacional como instrumentos de recolección de datos, concluye que la calidad y el control de proyectos hoy en día trabajan interrelacionados ya que antes cada quien trabajaba por su cuenta de manera independiente pero a medida que pasa el tiempo ahora trabajan unidos con un solo propósito de mejorar su calidad.

Quiñonez (2014), En su investigación: *“Estudio de la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (pymes) comerciales. casos esmeraldas, república del Ecuador”* para optar el grado de bachiller en administración de empresas, su objetivo es analizar la gestión competitiva de las diferentes empresas relacionadas con actividades que tienen alta demanda en la población local de las pequeñas y medianas empresas del comercio al por menor de la provincia de Esmeraldas, República del Ecuador. Para ello se realizó una metodología que usa un diseño de investigación de tipo descriptivo se ha desarrollado un estudio empírico a través de 344 encuestas y entrevistas personales realizadas a propietarios, administradores y trabajadores; sus conclusiones son las restricciones relacionadas con el bajo enfoque al cliente, la falta de cooperación, las limitaciones financieras, la baja cultura empresarial así como la escasa utilización de las TICs , entre otros factores limitan el desarrollo de las PYMEs estudiadas en la provincia de Esmeraldas.

Antecedentes nacionales

Arrascue (2015). En su investigación “Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “Clinifer”Chiclayo-2015”, para optar en grado de bachiller en administración tiene como objetivo determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER”. Para ello, se realizó una investigación cuyo diseño fue no experimental

cuantitativa descriptiva correlacional, cuya población y muestra es de 9 trabajadores y población y muestra finita de 32 clientes, utilizando como técnica la encuesta y como instrumento de investigación, un cuestionario estructurado de 26 preguntas con opción única y de calificación que miden los indicadores y las variables tanto independiente como dependiente, validado por especialistas. Luego de realizado el estudio, se concluyó que la hipótesis planteada determinó que la gestión de calidad influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en la clínica de Fertilidad del Norte, CLINIFER - Chiclayo.

Es por ello que, **Ocola (2015)**. En su investigación: “La Mejora Continua y su relación con la Calidad de Servicio de la Modalidad de atención al Usuario en el Hospital del Niño, distrito de Breña” Tiene como objetivo poder conocer la relación existente entre la calidad de servicio y la modalidad del usuario en el hospital del niño, con metodología de un diseño de investigación descriptivo, la población lo conforman los pacientes que acuden al hospital en este caso es de doscientos quince pacientes que son atendidos diariamente en el distrito de Breña, aplicando normatividad, documentación y análisis situacional como instrumentos de recolección de datos, como conclusión se realizó un plan de mejora continua para una buena atención de servicio satisfaciendo así las necesidades de cada uno de los pacientes, llegando a atenderlos de manera rápida y eficiente.

Seguidamente, **Silva Asencios (2016)**. En su investigación “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz, año 2016 tiene como objetivo describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique), con metodología de tipo y nivel de investigación

descriptivocuantitativa y un diseño no experimental (transaccional o transversal). se identificó una muestra censal de 16 gerentes debido a que la población fue relativamente pequeña; de lo cual se obtuvo un resultado predominante que es: El 31,25% de gerentes encuestados del rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique), afirman que la gran mayoría de gerentes solo a veces efectúan pruebas de conocimiento. Situación que podría generar conflictos al no tomar importancia y desconocimiento de los beneficios que le va traer; se concluyó que en las boutiques del distrito de Huaraz no cuentan con una buena selección de personal para la buena atención de los clientes por consiguiente existen grupos de clientes insatisfechos con la atención que brindan, por ello algunos optan por retirarse del establecimiento sin adquirir prenda alguna.

Según, **Fejoo (2016)**. En su investigación: *“Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPES Comerciales rubro Electrodomésticos Tumbes, 2016”*. Tiene como objetivo estudiar los niveles de capacitación en la empresa comercial de Electrodomésticos para ver su funcionamiento en cada uno de sus cargos para la detección de algún error hacia un futuro, con metodología de un diseño de investigación descriptivo, con una población de cuatro empresas que se dedican al rubro de electrodomésticos en la ciudad de Tumbes, aplicando cuadro de tabulación, cronograma de actividades, análisis cuantitativo, aplicación de encuestas como instrumentos de recolección de datos así mismo concluyo que hoy en día las empresas de Tumbes son capacitados sus trabajadores para un buen desarrollo pero de forma anual, ya que ellos necesitan que los capaciten constantemente para una buena competencia al mercado, solo los trabajadores se preocupan por recibir todos sus beneficios pero no por ser reconocidos en el mercado.

Por consiguiente, **Cruz (2016)**. En su investigación: *“Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad en las Mypes rubro Banano Orgánico en la ciudad de Tumbes, 2016”*.

Tiene como objetivo de analizar los diferentes factores que resulten beneficiosas para las empresas y conocer las estrategias que los conlleven a buenas ventajas competitivas, con metodología de un diseño descriptivo, la población se toma en cuenta con los trabajadores que laboran en la empresa con un promedio de cuarenta trabajadores, aplicando así mismo normatividad, documentación, análisis situacional como instrumentos de recolección de datos, concluyo que uno de los factores que se logró de forma simultánea en la empresa es la innovación es aquí donde gracias a ella la empresa de banano orgánico cada día mejora su calidad de productos esto les genera una buena demanda en el mercado trayendo consigo estrategias que les ayude a tener una mayor productividad.

Seguidamente, **Alvarado (2017)**. En su investigación: *“Percepción sobre la Calidad de Atención del Parto Vaginal en el Hospital Sagaro II de Tumbes, 2016”* Tiene como objetivo determinar la calidad de atención que se viene dando en el Hospital Regional Jamo II, con metodología de un diseño descriptivo, la población en este caso es de once pacientes atendidas en el Hospital de parto vaginal, de recolección de datos concluyo que hoy en día la ciencia está muy avanzada por lo general brindan una buena calidad de atención a cada una de sus pacientes con respecto al parto vaginal.

BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión de calidad

La Gestión de la Calidad ha sido históricamente parte de la administración en las organizaciones. Una de las estrategias empresariales más universales y necesaria es la Estrategia de la Calidad, ello ha sido así porque la gestión de la calidad influye poderosamente en:

- a) La reducción de los costos (mediante la reducción de las pérdidas por deficiente calidad).

- b) El aumento de la productividad.
- c) La elevación de la competitividad.
- d) El aumento de la preferencia del cliente.
- e) La satisfacción y motivación de los trabajadores. (Gonzalez,2007, p.3).

La misión está enfocada hacia la mejora continua de la calidad.

Incluye organización, planificación y control del desarrollo del sistema y otras actividades relacionadas con la calidad. (Gonzales,2015. p.5).

La implantación de una política de calidad en la empresa requiere un sistema de la calidad, entendiendo como tal el conjunto de estructura, procedimientos, procesos, organización, responsabilidades y recursos que se establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad. (Gonzales,2015)

No solo se centra en la calidad del producto o servicio, tiene en cuenta los medios para obtenerla. Para ello utiliza el control de los procesos dado en cuatro componentes:

Planeamiento: Se plantea todo el proceso a seguir para conseguir los objetivos de calidad.

Control: Supervisión constante para detectar posibles fallas.

Aseguramiento: Se pone a prueba tanto el proceso como el producto obtenido para verificar el objetivo.

Mejoras: Se lleva a cabo tanto en el producto como en el proceso, bien sea por fallas localizadas o mejoras continuas, pero con el fin único de lograr mejores resultados (Gonzales,2015, p.8).

Elementos de la Gestión de Calidad

Todos estos elementos están relacionados entre sí y su vez son gestionados a partir de los procesos mencionados anteriormente.

La estructura Organizacional: Es la jerarquía de funciones y responsabilidades que pauta una organización para lograr sus objetivos. En donde muestra la manera en que la

empresa ha organizado al personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo el papel que desarrollan en la misma. (Gonzales,2015).

Planificación: Constituye al conjunto de actividades que permiten trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos planteados. Debe responder las siguientes preguntas en una ¿A dónde se quiere llegar? ¿Qué hacer para lograrlo? ¿Cómo se va a hacer? ¿Qué se necesita para lograrlo? (Gonzales,2015).

Recursos: Es alcanzar los objetivos de la organización; equipo, infraestructura, personas, dinero para invertir, materia, etc. (Gonzales,2015).

Procesos: Son el conjunto de actividades que transforman materiales en productos o servicios. Es por ello que se debe identificar cada proceso dentro de la organización, estos procesos requieren a su vez de recursos, procedimientos, planificación. (Gonzales,2015).

Procedimientos: Son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados a seguir para poder transformar la materia en producto o servicio. Estos pueden documentarse para llevar el control de su cumplimiento. (Gonzales,2015).

Teoría de la Calidad

Joseph Juran

Juran (de acuerdo a lo citado por Donaldson, 2004) para la calidad se define como adecuación al uso, implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas.

Conceptualiza la calidad como una forma orientada al ingreso; aquellas características de un producto que sean capaces de satisfacer las necesidades del consumidor y aumentar los ingresos comerciales. De aquí surge su afirmación: una mejor calidad cuesta más dinero.

La participación de la mano de obra es lo más importante para los procesos internos para garantizar la efectiva gestión y administración de calidad en todas las etapas de la producción. (Ávila 2016).

Su filosofía

Los administradores superiores deben involucrarse para dirigir el sistema de calidad.

Los objetivos de la calidad deben ser parte del plan de negocio (Donaldson, 2004).

Cinco características de la calidad

- a. Tecnológica. (fuerza)
- b. Psicológica. (belleza)
- c. Temporal (fiabilidad)
- d. Contractual. (garantía)
- e. Ética. (atención al cliente)

La Trilogía de Juran

Una parte muy importante dentro de la implementación de proyectos de mejora en la organización. Es mantener y controlar los estándares de producción y/o del servicio para asegurar que el producto cumple cabalmente los requisitos del cliente.

Joseph Juran, reconocido pensador, experto en la Gestión de la calidad estableció tres aspectos a considerar para asegurar la implementación eficaz de una mejora (Gonzales, 2017).

- a. Planificación de la calidad: el proceso de preparación para cumplir los objetivos de calidad
- b. Control de calidad: el proceso de satisfacer los objetivos de calidad durante las operaciones.
- c. Mejora de la calidad: el proceso de alcanzar niveles de desempeño sin precedentes.
(Gonzales, 2017, p.72).

Planificación de la calidad.

Gonzales 2017 “Planear es prever ¿qué hacer, con qué hacerlo, ¿cómo hacerlo, ¿cuándo hacerlo y quién o quiénes son los responsables de hacerlo? Por ello, lo primero es establecer el objetivo; que consiste en ¿qué hacer?” (p, 74).

En el caso de la gestión de la calidad se establecen los objetivos perseguidos con la planificación:

- a) Que los productos o servicios satisfagan las necesidades de los clientes,
- b) Reducir (minimizar) la insatisfacción del cliente con el producto o servicio.
- c) Evitar defectos costosos,
- d) Optimizar el desempeño de la empresa. (Gonzales, 2017, p.80).

La planificación de la calidad como la actividad encaminada a determinar las necesidades de los clientes y a desarrollar, seguidamente, los productos o procesos requeridos para satisfacer esas necesidades. A pesar de la gran variedad de bienes y servicios, y de procesos necesarios para lograrlos, que demanda la sociedad se habla de la siguiente secuencia universal de pasos para la planificación de la calidad: (Gonzales, 2017).

- a) Identificación de las necesidades de los clientes.

- b) Determinación de las necesidades de los clientes.
- c) Traducción de esas necesidades al lenguaje del productor.
- d) Desarrollo de las características del producto que respondan de forma óptima a dichas necesidades.
- e) Desarrollo de los procesos capaces de producir las características previstas para el producto.
- f) Transferir el proceso a las fuerzas operativas. (Gonzales, 2017, p.82).

En las condiciones actuales sólo a partir de la identificación de los clientes, y de la determinación de sus necesidades es imposible iniciar un proceso de dirección de la calidad. Es conocido que la situación real en muchas organizaciones empresariales es que generalmente la calidad no es tratada sistemáticamente como un proceso de gestión que es, sino más bien como una actividad independiente encargada- más que del control como un proceso- de detectar defectos producidos y no a prevenirlos. El control de la calidad se realiza como si fuera algo separado de planificación alguna, lo que por ende no conduce a ningún proceso integral de mejora. Sin embargo, lo que hoy por hoy la mejora constituye una de las más significativas fuentes de ventaja competitiva, en la cual los rendimientos de la inversión son uno de los más elevados que existen. En estas condiciones es necesario que, acorde con los cambios que ocurren en nuestro entorno económico, se comience (partiendo de la calidad planificada) a controlar la calidad de forma sistemática, y que conduzca a la mejora como proceso imprescindible para propiciar la coincidencia entre la calidad real y la planificada. (Gonzales,2017, p.93).

Control de la calidad.

Un proceso que debe seguir toda empresa para asegurarse que sus productos o servicios mantengan un nivel mínimo de Calidad. Para valorar el cumplimiento de cualquier planificación es necesario el control. En el caso de la calidad consideremos el control como un proceso por medio del cual se valora el comportamiento real y se compara con lo planificado (con los objetivos) para emprender acciones correctoras sobre los resultados no deseados (Gonzales, 2017).

El control es minimizar el daño sobre la capacidad del proceso que pueda afectar el cumplimiento de lo planificado. Esto puede lograrse por medio de la acción inmediata- una vez detectado un fallo- para restablecer la situación o, mejor aún, previendo el posible daño (Miranda, 2009).

El control es un proceso de retroalimentación en el que intervienen un mecanismo sensor, encargado de reflejar el comportamiento real e informarlo a un mecanismo comparador, encargado éste último de hacer de árbitro, al comparar el desempeño real con el planificado y si la diferencia es crítica activar el mecanismo corrector para hacer los cambios necesarios con la finalidad de regular el desempeño para el fin de acercar la calidad real (lograda) a la calidad deseada (planificada) (Miranda,2009).

Juran (de acuerdo a lo citado por Gonzales, 2017) el control de la calidad debe intervenir desde el director ejecutivo hasta el personal. Puede parecer incongruente el hecho de que la dirección habla el lenguaje del dinero y la fuerza laboral el lenguaje de las cosas. Pero hay otro elemento y es el hecho de que generalmente que el personal y el director ejecutivo no se comunican directamente si no a través de la dirección intermedia, la cual actuará como traductora y, por tanto, que deber ser bilingüe; debe hablar el lenguaje del dinero y el lenguaje de las cosas.

La buena calidad produce el personal lo ideal sería asignar la responsabilidad total por la calidad al individuo, poniendo así en posición de autocontrol, para lo cual hay que proveer al hombre de:

- a) Un medio para conocer los objetivos
- b) un medio para conocer el comportamiento real,
- c) un medio para corregir el comportamiento en caso de no corresponder con los objetivos.
- d) Cuando el personal está en capacidad de detectar y corregir las no conformidades, y además hacerlo en tiempo real, es decir, que el tiempo entre la detección de la falla y su corrección sea récord se dice que el proceso es controlable por el personal. Cuando todo o parte del proceso tiene que ser controlado por la dirección se dice que estamos en presencia de la controlabilidad por la dirección. (Gonzales 2017).

Mejora de la Calidad

Juran (de acuerdo a lo citado por Gonzales 2017) toda la compañía tiene una responsabilidad especial en la mejora de la calidad (todos los departamentos forman parte de una cadena interna de servicios que se deben apoyar para un mismo fin.

Es la forma en que se rompe con los niveles anteriores de rendimiento y desempeño. Proveer la infraestructura y los recursos necesarios para llevar a cabo los planes. Revisar los resultados de calidad en comparación con el plan y las metas. Revisar sistema de evaluación del desempeño de los gerentes, incorporando el desempeño relativo a la calidad en comparación con las metas establecidas. (Gonzales,2017).

Constituye un proceso mediante el cual se consigue elevar las cuotas de calidad a niveles superiores, sin precedentes. Para lograr estos resultados con este proceso es necesario:

- a) Establecer una estructura organizativa para lograr una creciente tasa de mejora anual de la calidad.
- b) Identificar las necesidades concretas de mejora- que se trataran como proyectos de mejora; que no son más que un problema elegido para solucionar.
- c) Definir un equipo de persona para cada proyecto con una clara responsabilidad para concluirlo.
- d) Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para que los equipos puedan:
 - a) Diagnosticar las causas
 - b) Fomentar y establecer un remedio
 - c) Establecer los controles para mantener los beneficios alcanzados.

Las empresas que emprenden procesos de mejoras anuales de forma sistemática logran una determinada tasa de mejora. Las mejoras pueden ser en forma de:

- a) desarrollo de nuevos productos que superen a los anteriores,
- b) adopción de nuevas tecnologías,
- c) revisión de los procesos para reducir los índices de error. (Gonzales,2017, p.99).

Cuando la competencia introduce nuevos productos (superiores) ocurre un deterioro de las tasas de mejora de las empresas que no logran iguales o superiores desarrollos que aquellas. Así, automáticamente, si los productos y procesos de la empresa aparecen deficientes desciende la cuota de venta del producto y se generan nuevos desechos o rechazos.

Para mantenerse en la competencia apoyándose en la mejora de la calidad como fuente de ventaja competitiva es necesario lograr una tasa de mejora progresiva superior a la de la competencia (Gonzales,2017, p.105).

William Edwards Deming.

Deming (de acuerdo a lo citado por Ávila, 2016) para la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. El principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos. (Ávila 2016).

Su Filosofía

Descubrir mejoras: Productos / Servicios.

Reducir incertidumbre y variabilidad en los procesos.
para poder evitar variaciones propone un ciclo.

A mayor calidad mayor productividad.

La administración es la responsable de la mejora de la calidad.

La Calidad va:

- a. Orientada al producto.
- b. Orientada al proceso
- c. Orientada al sistema.
- d. Orientada al hombre.
- e. Orientada a la sociedad.
- f. Orientada al costo.
- g. Orientada al cliente.

Ciclo de Deming

Es la sistemática más usada para implantar un sistema de mejora continua cuyo principal objetivo es la autoevaluación, destacando los puntos fuertes que hay que tratar de mantener y las áreas de mejora en las que se deberá actuar. (Ávila 2016).

Las etapas que forman el Ciclo PDCA son las siguientes:

1- PLAN (planificar): En esta fase se trabaja en la identificación del problema o actividades susceptibles de mejora, se establecen los objetivos a alcanzar, se fijan los indicadores de control y se definen los métodos o herramientas para conseguir los objetivos establecidos. (Avila,2016, p.45).

2 – DO (hacer/ejecutar): Llega el momento de llevar a cabo el plan de acción, mediante la correcta realización de las tareas planificadas, la aplicación controlada del plan y la verificación y obtención del feedback necesario para el posterior análisis. (Avila,2016, p.46).

3 – CHECK (comprobar/verificar): Una vez implantada la mejora se comprueban los logros obtenidos en relación a las metas u objetivos que se marcaron en la primera fase del ciclo. (Avila,2016, p.47).

4 – ACT (actuar): Por último, tras comparar el resultado obtenido con el objetivo marcado inicialmente, es el momento de realizar acciones correctivas y preventivas que permitan mejorar los puntos o áreas de mejora, así como extender y aprovechar los aprendizajes y experiencias adquiridas a otros casos, y estandarizar y consolidar metodologías efectivas. (Avila,2016, p.48).

Armando V. Feigenbaum

Feigenbaum (citado por Ávila, 2016) es el creador de “Control total de calidad”. Su idea de la calidad es: un modelo de vida corporativa, un modo de administrar una organización.

Control total de calidad es un concepto que abarca toda organización e involucra la puesta en práctica de actividades orientadas hacia el cliente (p.55).

Filosofía

Su filosofía de resumen en sus tres pasos hacia la calidad:

Liderazgo de calidad: la administración debe basarse en una buena planeación, manteniendo un esfuerzo constante hacia la calidad.

Tecnología de calidad moderna: los problemas de calidad no pueden ser atendidos sólo por el departamento de calidad. No se requiere fomentar una integración de todos los que participan en el proceso para que evalúen e implementen nuevas técnicas para satisfacer a los clientes.

Compromiso organizacional: debe de llevarse a cabo una capacitación y de una motivación constante para toda la fuerza laboral que participan en la organización dentro del proceso. Esto acompañado de una integración de la calidad en la planeación de la empresa (Ávila, 2016).

Teoría de la Competitividad

Porter (de acuerdo a lo citado por García 2015) la competitividad es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector.

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados (Porter, 2015).

Manifiesta que la ventaja competitiva es “el valor que una empresa logra crear para sus clientes, y que supera los costos”; ya que se convierte generalmente aceptada la idea de que existe la necesidad de crear factores productivos y competencias en economías de escaso desarrollo (Porter 2015).

Se afirma que ser competitivo es un resultado, que se obtienen cuando el precio al que se ofrece el producto o servicio al cliente coincide con la voluntad de pago para adquirirlo, y esto sucede en forma rentable y duradera para quién lo ofrece. Donde se afirma que la empresa que tenga las habilidades suficientes y sea capaz de gestionarlas de manera adecuada para la colocación de sus productos o servicios en el mercado será una empresa competitiva” agregan la esencia de la competitividad no se encuentra en visionar el futuro sino en tener una posición activa y creadora en el presente, de manera que la empresa aprende y evoluciona a la vez que su entorno cambia (Coll y Blasco 2010).

Quiere decir que la competitividad es realmente la capacidad de una empresa para ser productiva y adquirir las ventajas que le permitirán incorporarse al mercado mundial de forma eficiente, Estas superioridades pueden ser resultado de:

- a) La calidad
- b) La tecnología
- c) El aprovechamiento de economías de escala
- d) Una excelente comercialización (Krugman, 2018).

La competitividad es “la necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación de sus bienes y servicios en ellos a partir de una concepción sistemática que incorpora elementos económicos, empresariales, políticos y socioculturales” (Malaver, 2015).

Teoría de la Competitividad

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados (Porter,2015).

La empresa competitiva es la que consigue maximizar la calidad de cada uno de estos factores, porque tiene:

- a) Un proceso productivo óptimo
- b) Recursos excelentes
- c) Elevada calidad del proceso de transformación
- d) Considerable generación de valor agregado
- e) Destacada calidad del producto y minimización del costo.

Dentro de los factores incluidos en el concepto de empresa, sin duda resulta fundamental el factor humano, entendiendo como tal desde el presidente hasta el operario. El autor señala que en la empresa dinámica y competitiva en calidad total se distinguen estos factores principales. (Porter, 2015, p. 72).

- a) Comunidad
- b) Empresario
- c) Fuerza de trabajo
- d) Capital

Estrategias Competitivas

Una ventaja competitiva es una característica diferencial de una empresa que la hace desmarcarse de la competencia y colocarse en una posición claramente superior respecto del

resto, a fin de obtener un rendimiento mayor. La ventaja competitiva ha de ser única en su sector, apreciada por el consumidor o cliente final y capaz de mantenerse a través del tiempo. Para llegar a ella, la empresa puede emplear cualquiera de estas 3 vías: las estrategias competitivas genéricas de Michael Porter. (Porter,2015, p.98).

Estrategia de liderazgo en costes

El liderazgo en costes se basa en vender los productos o servicios a un precio inferior al de la competencia.

El producto o servicio no necesitan ser los mejores, solo tener una calidad aceptable.

Se dirige a los consumidores orientados al precio.

Por definición, solo puede alcanzarla una empresa de cada sector.

Se basa en la creación de economías de escala en todos los pasos del proceso empresarial. Por ello, solo tiene sentido en los mercados suficientemente grandes.

Los riesgos de esta estrategia son la imitación por parte de los competidores, la posibilidad de que la innovación tecnológica deje desfasados los procesos de la empresa y los cambios en el interés de los consumidores, que pueden pasar a valorar otras características por encima del precio. (Porter, 2015, p.99).

Estrategia de diferenciación

Se basa en dotar al producto o servicio de una calidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores.

Esta calidad única puede apoyarse en todo tipo de características: diseño, atributos técnicos, desempeño, atención al cliente, rapidez de entrega, oferta de servicios complementarios, etc.

No puede ignorar el coste, ya que el valor adicional percibido por el consumidor debe ser superior a la diferencia en precio respecto a otros productos de la competencia.

Es muy recomendable en mercados que sean poco sensibles al precio.

Sus riesgos son que la característica diferencial sea imitada por la competencia y que los consumidores no la valoren en la medida suficiente (Porter, 2015, p.105).

Estrategia del enfoque

Se basa en centrarse en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades y preferencias. Por ejemplo, la empresa puede centrarse en un grupo concreto de consumidores, un mercado geográfico o una línea de productos.

Con esta estrategia la empresa se dirige a un mercado más pequeño, pero la definición le permite incrementar su eficiencia.

Debe buscar un equilibrio entre un mercado lo bastante pequeño como para que la competencia no pueda aplicar economías de escala y lo bastante grande como para resultar rentable y tener potencial de crecimiento.

Los riesgos principales son que la competencia decida dirigirse al mismo mercado, que la segmentación no esté bien realizada y que se pierdan oportunidades en otros segmentos del mercado (Porter, 2015, p.109).

MARCO CONCEPTUAL

Gestión de calidad

Gestión, es el conjunto de acciones que una organización lleva a cabo con la misión de administrar un negocio o solucionar un asunto. En cuanto a calidad, es una propiedad positiva que implica superioridad respecto a sus similares. Ambos conceptos se combinan

en los procesos empresariales u organizacionales para denominar Gestión de Calidad a un aspecto fundamental de la actividad empresarial con el fin de satisfacer más que eficientemente a los clientes (Fontalvo,2014).

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a toda organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios (Fontalvo, 2014).

Abarca todas las actividades que realiza la organización y estructura el concepto proveedor/cliente tanto a nivel externo como interno; tiene como objetivo definir y satisfacer las necesidades de los clientes con productos o servicios libres de defectos (Fontalvo, 2014).

Gestión de Calidad

Fontalvo (2006) nos dice que se basa en “el conjunto de reglas pertinentes a una empresa, relacionadas entre sí donde la organización puede dirigir de forma organizada la calidad de la misma,” por ejemplo, el recurso de los equipos, la comunicación de la empresa de modo fácil y ordenada que afirme el bienestar del consumidor, además reducir costos para la calidad (p.47).

Competitividad

Según Castro (2010). Se denomina competencia a la cantidad de números de empresas que se dedican a vender y a ofrecer cada uno de sus productos al mercado Las empresas deben de lograr posicionar sus productos que van a ofrecer, la diversa competencia existente en el mercado fomenta que cada directivo antes de poder sacar su negocio debe de crear estrategias para poder llegar a tomar distintas decisiones con la finalidad de poder sobrellevar la competencia, es así que la mayoría de las personas que inician un negocio debe de estar

basado en cada una de estrategias empresariales realizando sus objetivos cuales van hacer sus propuestas de mejora, ningún propietario debe de sacar al mercado su negocio sin antes tener bien planteada su misión, visión y sobre todo ver cuál va hacer su mercado meta, obteniendo una buena demanda en el mercado (p.36).

Según Castro (2010) “La competitividad es la capacidad de competir. En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores (p.36)”

Definición De Tienda

Según Ucha (2016). “Una tienda es un establecimiento comercial donde los que conforman las empresas se preocupan por brindar un buen servicio de sus productos optando el que sus clientes adquieran dichos productos satisfaciendo sus necesidades siempre y cuando los vendan a un precio económico, existe demasiada competencia hoy en día gracias a la innovación las empresas logran aplicar distintas estrategias con la finalidad de sobresalir al mercado buscando así las distintas razones para que estas lleguen al éxito, innovando día a día, capacitando a su personal para ofrecer buenos servicios a los consumidores (p.36).”

En una tienda hay una o más personas que se dedican a ofrecer los artículos. Estos individuos trabajan detrás de un mostrador que separan los productos de los potenciales compradores (Ucha, 2016).

Mypes

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 servicio. (Colchado,2015, p.26).

Micro, pequeña y mediana empresa:

La ley 28015 es la ley de las micro y pequeñas empresas MYPES esta ley tiene por objetivo desarrollar la competitividad, la formación de las micro y pequeñas empresas por ende también se preocupa que las empresas brinden un buen servicio al mercado con la finalidad de poder subir su productividad para que estas obtengan así una mayor demanda, se dice también que las MYPES solo abarca un límite de trabajadores de acuerdo a ley.

Micro empresa

Vela (2016), “se caracteriza por tener ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias” (p. 1).

Pequeña Empresa

Vela (2016), “caracteriza por tener ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 UIT” (p. 1). **Mediana Empresa**

Vela (2016), “caracteriza por tener ventas anuales superiores 1700 a 2,300 UIT “. (p.2).

III. HIPÓTESIS

Collado y Baptista (2003) no, no todas las investigaciones plantean hipótesis más aún que mi investigación es de tipo Descriptivo, por lo tanto, no las requieren, es suficiente solo plantear algunas preguntas de investigación ya que depende de los factores esenciales el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo (p.3).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Se aplicará un diseño No Experimental – Transversal

No experimental ya que no se cambiará nada de la realidad; se tomará tal y como ésta se encuentre, sin sufrir modificaciones.

Transversal, ya que se tendrá en cuenta un tiempo definido en el espacio; en el cual se establecerá el inicio y término de la investigación.

Se utilizará una investigación Cualitativa.

Tipo de la investigación

La investigación será de tipo Fenomenológico – Estudio de Caso

En el estudio, se pretende describir y entender los fenómenos desde el punto de vista de cada participante y desde la perspectiva construida colectivamente. El diseño fenomenológico se basa en el análisis de discursos y temas específicos, así como en la búsqueda de sus posibles significados; el investigador contextualiza las experiencias en términos de su temporalidad; ejemplo tiempo en que sucedieron, espacio lugar en el cual ocurrieron, corporalidad las personas físicas que la vieron y el contexto relacional es decir los lazos que se generaron durante las experiencias (Hernández, Fernández y Baptista 2006).

Nivel de la Investigación

La investigación es de nivel Descriptivo

Para Tamayo (1998), la investigación descriptiva: “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. Por ende, trabaja sobre las realidades de los hechos y sus características fundamentales es de presentarnos una interpretación correcta” (p. 54).

4.2. Población y muestra

La población es indeterminado, compuesto por la micro y pequeña del distrito de San Vicente.

Para el desarrollo de la investigación se utilizará como muestra 01 MYPE para desarrollar el estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete y departamento de Lima 2019.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	CONCEPTUALIZACIÓN	SUB CATEGORÍAS	CONCEPTUALIZACIÓN	ITEMS	
GESTION DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO	GESTIÓN DE CALIDAD	Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a toda organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios. (Fontalvo, 2006, p95).	PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD	Gonzales (2007) es la actividad encaminada a determinar las necesidades de los clientes y a desarrollar, seguidamente, los productos o procesos requeridos para satisfacer esas necesidades (p.74).	¿Cómo determina las características que deben tener sus productos para satisfacer las necesidades de sus clientes? ¿Cómo es la planificación de la calidad en su empresa?	
			CONTROL DE LA CALIDAD	Como un proceso por medio del cual se valora el comportamiento real y se compara con lo planificado (con los objetivos) para emprender acciones correctoras sobre los resultados no deseados (Gonzales, 2007).	¿Cómo se gestiona el control de la calidad en su empresa Moda Urbana Mary? ¿Qué elementos considera para realizar el control de la calidad?	
			MEJORA DE LA CALIDAD	Constituye un proceso mediante el cual se consigue elevar las cuotas de calidad a niveles superiores, sin precedentes, para lograr estos resultados con este proceso (Gonzales,2007).	¿Cuáles son las medidas correctivas o estrategias que realiza para mejorar los resultados negativos en su empresa en base a la calidad?	
	COMPETITIVIDAD	COMPETITIVIDAD	La competitividad es “la necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación de sus bienes y servicios en ellos a partir de una concepción sistemática que incorpora elementos	ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN COSTES	El liderazgo en costes se basa en vender los productos o servicios a un precio inferior al de la competencia. El producto o servicio no necesitan ser los mejores, solo tener una calidad aceptable. (Porter,1985, p.99).	¿utiliza usted la estrategia de vender sus productos a un precio inferior al de su competencia? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?
				ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	Se basa en dotar al producto o servicio de una calidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores y que permite cobrar precios superiores. (Porter,1985, p.105).	¿utiliza usted la estrategia de dotar sus productos a una calidad única (diferenciación), que sea valorado por sus clientes y le permita cobrar más? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?

<p>TIENDA DE ROPA PARA DAMAS ESTUDIO DE CASO “MODA URABANA MARY”</p>		<p>económicos, empresariales, políticos y socioculturales” (Malaver, 1990).</p>	<p>ESTRATEGIA DEL ENFOQUE</p>	<p>Se basa en centrarse en un segmento específico del mercado, creando productos y servicios especialmente diseñados para responder a sus necesidades y preferencias. Por ejemplo, la empresa puede centrarse en un grupo concreto de consumidores, un mercado geográfico o una línea de productos (Porter, 1985, p.109).</p>	<p>¿Su negocio está dirigido a un segmento específico del mercado? ¿Cómo responde a las necesidades de estos clientes?</p>
---	--	---	--------------------------------------	---	--

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Rodríguez (2008) “las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas” (p10).

Sabino, (1992) “comenta que la entrevista, desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones” (p.116)).

Se utilizará la técnica de la entrevista y el instrumento en donde se aplicará una guía de entrevista que consta de 08 preguntas abiertas.

Técnica: Es la entrevista

El instrumento: Es la Guía de Entrevista

4.5. Plan de análisis

Para la presente investigación se realizó la recolección de datos haciendo uso del análisis descriptivo en mis categorías Gestión de Calidad y Competitividad, tomando como muestra la MYPE en estudio de caso “Moda Urbana Mary, aplicando una entrevista.

Una vez obtenidas respuestas de la entrevista se procedieron a analizar e interpretar dichos resultados.

Después del análisis de resultado se llegó a una conclusión.

4.6. Matriz de consistencia

Gestión de la Calidad en la Competitividad de las MYPES del sector Comercio-Rubro Tienda de Ropa para Damas, Estudio de Caso “Moda Urbana Mary”, del distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, período 2019

TITULO: GESTION DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO TIENDA DE ROPA PARA DAMAS, ESTUDIO DE CASO “MODA URBANA MARY”, DEL DISTRITO DE SAN VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2019.				
AUTOR: Bach. Soto Quispe Kiara Mayté				
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
<p>1.- ENUNCIADO GENERAL</p> <p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019?</p>	<p>1.- OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.</p> <p>2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Describir la planificación de la calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.</p> <p>2. Describir el control de la calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.</p> <p>3. Describir la mejora de la calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.</p> <p>4. Identificar las estrategias de la competitividad de la MYPES del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.</p>	<p>DE</p> <p>GESTION CALIDAD</p> <p>COMPETITIVIDAD</p>	<p>Planificación de la Calidad</p> <p>Control de la Calidad</p> <p>Mejora de la Calidad</p> <p>Estrategia de Liderazgo en costes</p> <p>Estrategia de Diferenciación</p> <p>Estrategia del Enfoque</p>	<p>Tipo de Investigación.</p> <p>Fenomenológico: estudio de caso</p> <p>Método de investigación.</p> <p>El nivel de investigación que se utilizará será descriptivo ya que en este caso se describirá de acuerdo a la realidad.</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental - transversal</p> <p>Técnica</p> <p>La Entrevista Muestra</p> <p>Se utilizará una población muestral de 1 Tienda de la MYPE del Distrito de San Vicente de Cañete.</p>

4.7. Principios éticos:

Código de ética para la investigación:

Beneficencia y no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.
(Uladech,2016)

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Cuadro 1: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
1. ¿Cómo determina las características que deben tener sus productos para satisfacer las necesidades de sus clientes?	Bueno a través de conversaciones con los clientes, diálogos y algunas encuestas A la vez también con mi personal que tengo a cargo.

Cuadro 2: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
2. ¿Cómo es la planificación de la calidad en su empresa?	El objetivo son nuestros clientes; que ellos se sientan satisfechos con lo que le ofrecemos. De acuerdo a los que nos digan se realiza la compra de la ropa a comercializar donde nos basamos en los modelos de las Tendencias y la calidad de prendas a ofrecer.

Cuadro 3: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
3. ¿Cómo se gestiona el control de la calidad en su empresa Moda Urbana Mary?	Bueno actualmente trabajo con dos señoritas, y yo soy quien me encargo de decirle si están haciendo las cosas bien o no, de acuerdo a lo que yo le he pedido.

Cuadro 4: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
4. ¿Qué elementos considera para realizar el control de la calidad?	Bueno es la calidad de la ropa en base al tipo de algodón la tela o el material de acuerdo al tipo de prenda. Exclusividad de la prendas, tendencias a la moda actual. El servicio y la atención brindada al cliente.

Cuadro 5: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
5. ¿Cuáles son las medidas correctivas o estrategias que realiza para mejorar los resultados negativos en su empresa en base a la calidad?	Bueno si es la calidad del producto pues se compra en otro lugar, si es servicio o atención le explico o le enseño a mi personal como atender a nuestras clientas.

Cuadro 6: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
6. ¿Utiliza usted la estrategia de vender sus productos a un precio inferior al de su competencia? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?	Bueno mis precios son diferentes al de la competencia; e incluso el precio es más elevado con los que trabajo.

Cuadro 7: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
7. ¿Utiliza usted la estrategia de dotar sus productos a una cualidad única (diferenciación), que sea valorado por sus clientes y le permita cobrar más? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?	Si, nosotros ofrecemos exclusividad de prendas; con tendencia actuales; buena calidad de prendas además un servicio personalizado brindándole un outfit completo y exclusivo (conjunto de ropa).

Cuadro 8: Toma de información entrevistado

Pregunta	Entrevistado 1
8. ¿Su negocio está dirigido a un segmento específico del mercado? ¿Cómo responde a las necesidades de estos clientes?	Mi público objetivo son damas entre 16 – 35 años de edad más o menos. Hoy por hoy puedo decir que mis clientes se retiran satisfechos al finalizar la venta ya que se cumple con sus expectativas en base a sus gustos y preferencias ante cualquier situación; muy aparte me doy cuenta ya que mis clientes regresan para una próxima compra eso quiere decir que se sienten a gusto como con lo que le ofrecemos.

OBJETIVOS	PREGUNTA	SUJETO 1	CONVERGENCIAS	INTERPRETACIÓN
OBJETIVO GENERAL Determinar las características de la gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019. Objetivos Específicos. 1. Describir la planificación de la calidad en la competitividad de la MYPE del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019	¿Cómo determina las características que deben tener sus productos para satisfacer las necesidades de sus clientes?	Conoce las características del producto, a través de conversaciones con sus clientes y su personal.	Nos indica que conoce las necesidades de sus clientes a través de dialogo conversaciones para que así sus productos tengan las características solicitadas por ellos.	Se interpreta que aplican métodos informales como las conversaciones, diálogos para así conocer y satisfacer las necesidades y gustos de los clientes; a raíz de allí determinan las características del producto.
	¿Cómo es la planificación de la calidad en su empresa?	Es en base a los gustos de sus clientes es por ello que realiza la compra de prendas a comercializar teniendo en cuenta tendencias, calidad de prendas y exclusividad.	Muestra que la planificación está sujeta en base a objetivos relacionado con las necesidades de los clientes.	Se interpreta que realizan la planificación de acuerdo al beneficio de los clientes, que los productos o servicios satisfagan las necesidades; de acuerdo a sus gustos y necesidades de ellos. Se muestra que lo realizan de acuerdo a la experiencia en el mercado; mas no por conocimientos técnicos y/o profesionales.
2). Describir el control de la calidad en la competitividad de la MYPE del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.	¿Cómo se gestiona el control de la calidad en su empresa Moda Urbana Mary?	Bueno actualmente trabajo con dos señoritas, y yo soy quien me encargo de decirle si están haciendo las cosas bien o no, de acuerdo a lo que yo le he pedido.	Se observa que la dueña del negocio se encarga de verificar que el personal realice lo pactado.	Se interpreta que se desconoce el tema de control de calidad, no tienen bien definido a donde se quiere llegar con el control de la calidad. Realizan la verificación de forma vaga, empírica sin conocimientos por ende no es efectivo lo que se hace.
	¿Qué elementos considera para realizar el control de la calidad?	La calidad de prendas en base al tipo de algodón la tela o el material de acuerdo al tipo de prenda. Exclusividad de la prendas, tendencias a la moda actual. El servicio y la atención brindada al cliente	La dueña de la MYPE indica que el elemento esencial a considerar es la calidad en las prendas y el servicio al cliente.	Se interpreta que toma como referencia la calidad el punto de comercializar y el servicio; mas no interviene en los demás procesos donde interviene el control de la calidad, no existe un estándar de calidad de un producto.

<p>3). Describir la mejora de la calidad en la competitividad de la MYPE del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.</p>	<p>¿Cuáles son las medidas correctivas o estrategias que realiza para mejorar los resultados negativos en su empresa en base a la calidad?</p>	<p>Bueno si es la calidad del producto pues se compra en otro lugar, si es servicio o atención le explico o le enseño a mi personal como atender a nuestras clientas.</p>	<p>Sus medidas de mejora se basan en la comercialización y el servicio.</p>	<p>Se observa que no se cumple a cabalidad la mejora de la calidad dentro de la MYPE de estudio; no existe un estándar de calidad para medir resultados.</p>
<p>4. Identificar la estrategia de competitividad de la MYPE del sector comercio del sector comercio rubro tienda de ropa para damas, Estudio de caso “Moda Urbana Mary” del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, periodo 2019.</p>	<p>¿utiliza usted la estrategia de vender sus productos a un precio inferior al de su competencia? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?</p>	<p>Mantenemos precios mas altos al de la competencia.</p>	<p>La dueña del negocio indica que no aplica la estrategia de precios.</p>	<p>Se interpreta que la MYPE en estudio no aplica la estrategia de liderazgo en costes; ya que determinan otras características para elevar sus precios en el mercado.</p>
	<p>¿utiliza usted la estrategia de dotar sus productos a una cualidad única (diferenciación), que sea valorado por sus clientes y le permita cobrar más? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?</p>	<p>Bueno mis precios son diferentes al de la competencia; e incluso el precio es más elevado con los que trabajo.</p>	<p>Sus precios se aplican en base a la calidad y exclusividad de sus prendas.</p>	<p>La MYPE en estudio nos muestra que aplica la estrategia de diferenciación por su servicio de venta completa por ende permite que generen precios más altos que la competencia ya que comercializa un producto o servicio de una cualidad única que es valorada de forma positiva por los consumidores</p>
	<p>¿Su negocio está dirigido a un segmento específico del mercado? ¿Cómo responde a las necesidades de estos clientes?</p>	<p>Mi público objetivo son damas entre 16 – 35 años de edad más o menos.</p>	<p>Indica que su público objetivo son damas adolescentes y adultos entre 16 y 35 años de edad. Conocen y cumplen con las necesidades que mantienen sus clientes para así mantenerlos satisfechos.</p>	<p>Nos muestra que la MYPE mantiene un público objetivo que esta segmentado por damas adolescentes y adultos entre 16-35 años de edad cumpliendo con las expectativas en base a sus gustos y preferencias ante cualquier situación.</p>

5.2. Análisis de resultados

Respecto al Objetivo General:

Respecto a las características de la gestión de calidad en la competitividad.

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a toda organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios. (Fontalvo, 2006, p95).

Una parte muy importante dentro de la implementación de proyectos de mejora en la organización. Es mantener y controlar los estándares de producción y/o del servicio para asegurar que el producto cumple cabalmente los requisitos del cliente (Gonzales,2017).

De acuerdo a lo que indican los autores no coinciden ya que existen deficiencias en cierta forma en los elementos que lleva cabo el proceso control y mejora de la calidad: porque no existe un estándar de calidad en la MYPE en estudio para medir resultados deseados de una forma más efectiva.

Sin embargo, la planificación de la calidad desarrollada en la MYPE en estudio mantiene objetivos basados en la satisfacción del cliente; caso que coinciden con los autores.

Respecto al Objetivo Especifico 1:

Respecto a la planificación de la calidad en la competitividad.

La planificación de la calidad determina las necesidades de los clientes y a desarrollar, seguidamente, los productos o procesos requeridos para satisfacer esas necesidades. A pesar

de la gran variedad de bienes y servicios, y de procesos necesarios para lograrlos, que demanda la sociedad se habla de la siguiente secuencia universal de pasos para la planificación de la calidad: (Gonzales,2017).

Arrascue (2015). en su *investigación “Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “Clinifer” Chiclayo-2015”* se concluyó que la hipótesis planteada determinó que la gestión de calidad influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en la clínica de Fertilidad del Norte, Clinifer - Chiclayo.

De acuerdo a lo que indica el autor, coincide resultados ya que la MYPE en estudio nos muestra que su proceso de planificación se centra básicamente en crear objetivos hacia las necesidades de los clientes; ya que al realizar la compra de prendas para abastecer su local; es en donde se enfocan en las tendencias actuales, considerando estos elementos:

Determinación de las necesidades de los clientes.

Desarrollo de las características del producto que respondan de forma óptima a dichas necesidades.

Respecto al Objetivo Especifico 2:

Respecto al control de la calidad en la competitividad.

El control de la calidad en la competitividad se pudo determinar que la Gerenta de la MYPE en mención se encarga del control de la calidad; en base a la medición del objetivo ya establecido en el proceso de planificación de la calidad; ya sea en la calidad de productos y en la atención que se le brinda al cliente, ya que así detecta y corrige las no conformidades; sin embargo su personal no participan totalmente del proceso del control de la calidad en la competitividad; no existe la autonomía de decidir, o tener alguna función en específico para lograr el objetivo de la empresa.

Es por ello que Juran (de acuerdo a lo citado por Gonzales, 2017) el control de la calidad debe intervenir desde el director ejecutivo hasta el personal.

Por lo tanto, no coinciden ya que Salinas (2013) en su investigación “*Curvas de Liberación de Calidad como Herramientas para la Gestión de Proyectos*” para obtener el grado de licenciado en administración concluye que la calidad y el control de proyectos hoy en día trabajan interrelacionados ya que antes cada quien trabajaba por su cuenta de manera independiente, pero a medida que pasa el tiempo ahora trabajan unidos con un solo propósito de mejorar su calidad.”

Respecto al Objetivo Especifico 3:

Respectivo a la mejora de la calidad en la competitividad

Se puede determinar que la mejora de la calidad en la MYPE en estudio no establece un proceso de mejora de calidad al 100% ya que no tiene establecido un plan y metas para la comparación de los resultados deseados. Si bien es cierto su objetivo es la satisfacción de sus clientes no cumple a cabalidad el proceso de la mejora de la calidad en la competitividad.

Por ello no coincide con lo que nos indica el autor “Proveer la infraestructura y los recursos necesarios para llevar a cabo los planes. Revisar los resultados de calidad en comparación con el plan y las metas. Revisar sistema de evaluación del desempeño de los gerentes, incorporando el desempeño relativo a la calidad en comparación con las metas establecidas”. (Gonzales,2017).

A la vez Juran (de acuerdo a lo citado por Gonzales 2017) toda la compañía tiene una responsabilidad especial en la mejora de la calidad (todos los departamentos forman parte de una cadena interna de servicios que se deben apoyar para un mismo fin. (Gonzales,2017).

Es por ello que, Ocola (2015). En su investigación: *“La Mejora Continua y su relación con la Calidad de Servicio de la Modalidad de atención al Usuario en el Hospital del Niño, distrito de Breña”* conclusión se realizó un plan de mejora continua para una buena atención de servicio satisfaciendo así las necesidades de cada uno de los pacientes, llegando a atenderlos de manera rápida y eficiente.”

Respecto al Objetivo Especifico 4

Respecto a la estrategia de la competitividad

Se identifica que la MYPE, en estudio aplica la estrategia de diferenciación y de enfoque; y que se basa en la exclusividad de sus prendas, calidad de prendas y servicio por ende le permite elevar precios, y de enfoque ya que segmenta a su público objetivo en damas adolescentes y adultos entre 16 y 35 años de edad.

Por ello, de acuerdo al autor no dice que “Una ventaja competitiva es una característica diferencial de una empresa que la hace desmarcarse de la competencia y colocarse en una posición claramente superior respecto del resto, a fin de obtener un rendimiento mayor”.
(Porter,2015, p.98).

VI. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general

De acuerdo a mi entrevista realizada se concluye que la empresa debe contar con un estándar de calidad donde permita llevar el proceso de los elementos de la planificación, control y mejora de la calidad, se concluye que la MYPE en estudio trabaja estos elementos de una manera empírica de acuerdo a su experiencia en el rubro ya que conocen el manejo en el mercado.

Respecto al objetivo específico 1

De acuerdo a mi investigación se concluyen en forma general que la planificación de la calidad es un elemento importante en la gestión de estas, sin embargo, en la empresa en estudio se encontró que efectivamente sus objetivos se basan en la satisfacción de sus clientes, de acuerdo a sus necesidades y así cumplir sus expectativas. Sin embargo, no mantiene un patrón o un estándar de calidad, que evalúe la planificación; es decir lo manejan de forma empírica; sin la ayuda de un tercero experto en el tema para la aplicación de su empresa.

Respecto al objetivo específico 2

Se ha concluido que la empresa estudio de caso “Moda Urbana Mary”, presenta deficiencias en su control, específicamente en la participación del personal y la autonomía para intervenir en el control de la calidad, lo que ocasiona que no cuente con un control que permita influir positivamente en la gestión del proceso de calidad; sin embargo; sí aplica la medición del objetivo ya establecido en el proceso de planificación de la calidad ; ya sea en la calidad de productos y en la atención que se le brinda al cliente, ya que así detecta y corrige las no conformidades.

Por lo tanto, no se cumple a cabalidad el proceso del control de calidad; ya que se basan a conocimientos empíricos y la experiencia en el mercado.

Respecto al objetivo específico 3

A través de la entrevista realizada a la gerenta se ha determinado que el análisis, en función a la mejora de la calidad y de la empresa “Moda Urbana Mary”, es de suma importancia aplicarla para así mantener una mejora continua, se concluye que no se define las metas que se adecuan a un plan de acción; para así generar una comparación de los resultados o a donde se quiere llegar.

Si bien es cierto realiza algunas mejoras de acuerdo a la atención o calidad del producto; pero no mantiene un estándar definido para una buena toma de decisión.

Respecto al objetivo específico 4

De acuerdo a la entrevista se concluye que la MYPE trabaja con 2 estrategias competitivas diferenciación y enfoque; manteniendo así ventaja competitiva dentro del mercado ya que tiene marcado a que publico dirigirse (segmentación), lo cual permite satisfacer necesidades de un público objetivo en específico.

Lo aplican con conocimientos y experiencia adaptados a la realidad y necesidad de sus clientes mas no determinan conocimientos técnicos y/o profesionales.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones:

Respecto al objetivo en general

Se sugiere trabajar en equipo impartiendo conocimientos, involucrando a todo el personal de la empresa.

Crear la estructura organizacional, establecer jerarquía delegando funciones y responsabilidades. Tener objetivos claros en la MYPE y tener claro a donde se quiere llegar. Establecer procesos en la empresa para la medición de la calidad a raíz de ello crear procedimiento para el cumplimiento del mismo.

Con el fin que ayude a ampliar conocimientos para la toma de decisiones con respecto a la a planificación, control y mejora de calidad creando estándares de calidad.

Respecto al objetivo específico 1

Se sugiere implementar una política de calidad, plan estratégico, trabajar en equipo impartiendo conocimientos involucrando a todo el personal de la empresa.

Crear un estándar de calidad de un producto en referencia que facilita la tarea de crear condiciones mínimas, de las características de un producto y servicio.

Respecto al objetivo específico 2

Se sugiere realizar la retroalimentación a todo el personal para el logro de lo objetivos de la MYPE en estudio. Buscar la participación de todos otorgando una función a cada uno para

así a raíz del comportamiento real comparar con los objetivos ya planteados en el proceso de la planificación juntos con el estándar de calidad de un producto y servicio.

Fomentar la capacitación de expertos en el tema dentro de la MYPE, para así mantenerlos informados y capacitados formalmente.

Respecto al objetivo específico 3

Se recomienda capacitarse en programas sobre evaluación de desempeño relativo a la calidad para así revisar los resultados de calidad en comparación con el plan y las metas.

Definir responsabilidades a cada persona para así obtener una mejora de calidad través del estándar de calidad de producto y servicio.

Establecer una estructura organizativa para lograr una creciente tasa de mejora anual de la calidad.

Identificar las necesidades concretas de mejora- que se trataran como proyectos de mejora; que no son más que un problema elegido para solucionar.

Respecto al objetivo específico 4

Se recomienda capacitarse en estrategias competitivas para así aplicarlos con conocimientos técnicos y con su experiencia en el mercado; obteniendo así mejores resultados y mantener la competitividad dentro del rubro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, M.(2014).** “Propuesta de un Modelo de Gestión Financiera para una Asociación de MYPES del sector Metalmecánico con el objetivo de aumentar su producción, competitividad y mejorar su gestión para poder abastecer grandes pedidos. Lima: Delta Publicaciones.”
- Alvarado, B.(2017).** “Percepción sobre la Calidad de Atención del Parto Vaginal en el Hospital Sagaro II de Tumbes. Tumbes: Edukperú.”
- Arrascue,H.(2015).** “Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del Norte. Chiclayo: Editorial Sing & Edit.”
- Ávila, J.(2016).** “La Calidad y sus Sistemas de Gestión. México: Universidad las Américas.”
- Cáceres, P. (2016).** “Que debe de tener en cuenta un empresario antes de obtener un crédito en las MYPES. Recuperado de:gestion.pe/tu-dinero/mypes-que-tener-cuenta-empresario-antes-solicitar-credito-2167395.”
- Castro, F. (2010).** “Estrategias Competitivas y su Importancia en la Buena Gestión de las empresas. Lima: Editorial Rojas S.A.”
- Chesnais, H.(2014).** “La competitividad de las empresas como una medida de capacidad inmediata al usuario. Medellín: Imprenta Colors.”
- Choy, V. (2010).** “Competitividad de las micro y pequeñas empresas ante el Tratado de Libre Comercio Recuperado de: [http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/4676.](http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/4676)”
- Cruz, A. (2016).** “Caracterización Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPES rubro Banano Orgánico en Tumbes. Lima: Universidad Católica los Ángeles de

- Chimbote.”
- Díaz, P. (2010).** “Calidad Total: Origen. Evolución y Conceptos. Recuperado de: [https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/.](https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/)”
- Dioses, B. (2015).** “Evaluación de la Calidad de Servicio del Hotel “Boulevard” de la provincia de Zarumilla departamento de Tumbes. Lima: Ediciones del Serbal.”
- Feijoo, H. (2016).** “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPES comerciales rubro Electrodomésticos en Tumbes. Tumbes: Comares.”
- Feijo, L.(2016).** “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPES Comerciales rubro Electrodomésticos. Tumbes: Franko.”
- Gonzales, C.(2015).** “*Gestión de la Calidad en la Administración.* Recuperado de: [gestion.pe/economia/empresas/inacal-adapta-iso-9001-elevar-calidad-mipymesperuanas-110896.](http://gestion.pe/economia/empresas/inacal-adapta-iso-9001-elevar-calidad-mipymesperuanas-110896)”
- Gonzales, E. (2017).** “Control de la Calidad en el proceso de la elaboración del producto en la competitividad de las empresas. Barcelona: Universidad de Granada.”
- Krugman, F.(2018).**”The Economy and the Excellent commercialization of the Product. Berlín: Editors R&K.”
- Leal, B. (2015).** “Hacia un Análisis Integral de la Competitividad Territorial: el caso del estado Querétaro. Lima: MACRO.”
- Malaver, H. (2015).** “La Gestión de la Calidad Total en Nuevas Empresas de bases Tecnológicas. Propuesta de modelo y validación en el Parque Científico de Madrid. Madrid: Digital y offset.”
- Miranda . I. (2009).** “El control es un proceso de retroalimentación en el que intervienen un mecanismo sensor en la empresa. Lima: Editorial H & B.”
- Ocola, B . (2015).** “La Mejora Continua y su relación con la Calidad de Servicio de la Modalidad de atención al Usuario en el Hospital del Niño. Lima: María Trinidad.”

Porter, B. (2015). “Administración Y Control de la Calidad. Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/que-hizo-joseph-m-juran-por-la-gestion-de-la-calidad/>”

Quiñonez, A.(2014). “Estudio de la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (pymes) comerciales. casos esmeraldas. Quito: Athaleya.”

Ramírez, O.(2014). “Gestión Integral de la MIPYME. Lima: Lexicon.”

Salinas, B. (2013). “Curvas de Liberación de Calidad como Herramientas para la Gestión de Proyectos. Lima: Editorial Ariel.”

Sánchez, H. (2013). “Un Sistema de Indicadores de Calidad para el Mejoramiento de Programas. Universitarios en Administración. Bogotá: Arco Libros.”

Sánchez, G. (2014). “Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una Pyme con mercado local; Caso Fénix. Tijuana: Dikins.”

Silva, A. (2016). “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutique) del distrito de Huaraz. Huaraz :Bruño”.

Valero, B. (2014). “Metodología para la implementación en la calidad del producto. Quito: Paidós S.A.”

ANEXOS

SOLICITUD DIRIGIDA A LA MYPE



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

Cañete, 15 de mayo del 2019

Sra:
Maribel Centeno Orellana
Representante
"MODA URBANA MARY"

Presente. -

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento al bachiller **SOTO QUISPE KIARA MAYTE** con D.N.I. 76377588 código 2511120019, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando su tesis para titulación en esta casa de estudios.

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representada que será utilizada únicamente con fines científicos y académicos de investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

"GESTION DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO TIENDA DE ROPAS PARA DAMAS, ESTUDIO DE CASO "MODA URBANA MARY", DISTRITO DE SAN VICENTE, PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2019"

Estimado le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE
Lic. Juan Carlos Pardo
COORDINADOR



MARIBEL CENTENO ORELLANA
41335376



Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente
Cañete - Perú
Tel: (01) 5813725
www.uladech.edu.pe

RESPUESTA DE LA MYPE "MODA URBANA MARY"

"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

San Vicente de Cañete, 15 de mayo del 2019

Señores UNIVERSIDAD ANGELES DE CHIMBOTE CATOLICA - CAÑETE,

Yo, MARIBEL CENTENO ORELLANA en mi calidad de representante legal de la empresa "MARY MODA URBANA" con numero de RUC N° 10413353764 , brindo mi autorización a la estudiante KIARA MAYTE SOTO QUISPE con número de DNI 76377588, de la carrera profesional de ADMINISTRACION, con fines académicos a realizar su tema de investigación GESTION DE CALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO TIENDA DE ROPA PARA DAMAS, dentro de la organización, facilitándole los datos que requiera para llevar a cabo dicha indagación.

Atentamente:


MARIBEL CENTENO ORELLANA

RUC DE LA MYPE

Resultado de la Búsqueda	
RUC:	10413353764 - CENTENO ORELLANA MARIBEL
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento:	DNI 41335376 - CENTENO ORELLANA, MARIBEL
Nombre Comercial:	- Áfecto al Nuevo RUS: SI
Fecha de Inscripción:	07/06/2017
Estado:	ACTIVO
Condición:	HABIDO
Domicilio Fiscal:	-
Actividad(es) Económica(s):	Principal - CIIU 52391 - OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.
Comprobantes de Pago c/aut. de Impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica:	-
Afiliado al PLE desde:	-
Padrones:	NINGUNO
Fecha consulta: 19/06/2019 2:12	

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Gestión de Calidad en la Competitividad de las MYPES del Sector Comercio –Rubro Tienda de Ropa Para Damas, Estudio de Caso “Moda Urbana Mary” Del Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, Periodo 2019.

1. ¿Cómo determina las características que deben tener sus productos para satisfacer las necesidades de sus clientes?
2. ¿Cómo es la planificación de la calidad en su empresa?
3. ¿Cómo se gestiona el control de la calidad en su empresa Moda Urbana Mary?
4. ¿Qué elementos considera para realizar el control de la calidad?
5. ¿Cuáles son las medidas correctivas o estrategias que realiza para mejorar los resultados negativos en su empresa en base a la calidad?
6. ¿utiliza usted la estrategia de vender sus productos a un precio inferior al de su competencia? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?
7. ¿utiliza usted la estrategia de dotar sus productos a una cualidad única (diferenciación), que sea valorado por sus clientes y le permita cobrar más? Si la respuesta fuera si ¿en que se basa su estrategia?
8. ¿Su negocio está dirigido a un segmento específico del mercado? ¿Cómo responde a las necesidades de estos clientes?

