



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y EL KAIZEN EN LAS  
MYPE RUBRO ABARROTÉS DEL MERCADO  
MODELO DE TALARA, 2020**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

MERINO GARCÍA DÁMARIS LISEHT

ORCID: 0000-0001-5520-9555

ASESOR:

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA - PERÚ

2020

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Merino García, Dámaris Liseht

ORCID: 0000-0001-5520-9555

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Piura, Perú

### **ASESOR**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de  
Ciencias Contables, Financiera y Administrativas, Escuela  
Profesional de Administración, Piura, Perú

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

## **FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

**Presidente**

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

**Miembro**

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

**Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Católica los Ángeles de  
Chimbote.

A los propietarios de las MYPE de abarrotes, por  
su apoyo al brindar información y orientación  
durante la investigación.

## **DEDICATORIA**

A Dios y a la memoria de mis queridos padres Teodulo y Gladys, porque su amor y guía fueron y serán siempre el cimiento fundamental en mi vida personal y profesional. Gracias por ser mi fuente de inspiración para continuar en el camino de superación.

## RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020. Las variables de investigación fueron la gestión de calidad y el kaizen, se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño no experimental y corte transversal. Para la variable gestión de calidad, la población de clientes fue infinita y se tomó una muestra de 384 clientes y la población de personal fue finita por lo que la muestra estuvo conformada por 32 trabajadores. Para la variable kaizen, la población de propietarios fue finita y la muestra estuvo conformada por 13 propietarios. Las principales conclusiones fueron que las tiendas de abarrotes no satisfacen plenamente las necesidades de los clientes, porque los propietarios no utilizan estrategias de negocio que mejoren la calidad del servicio. Se describen las características de Liderazgo que poseen los propietarios de las tiendas de abarrotes: Manejan la complejidad, poseen mentalidad global y actúan estratégicamente. Se identificó que las tiendas de abarrotes no aplican en su totalidad la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, ya que los propietarios solo se limitan a planificar sus objetivos e incluso coordinan las actividades a realizar, pero no ejecutan lo planeado. Se describen las herramientas de la técnica 5S's del Kaizen que las tiendas de abarrotes aplican en sus procesos y actividades: Seiso (limpieza) y Seiketsu (estandarización).

**Palabras clave:** Gestión de Calidad, Kaizen y Satisfacción del cliente.

## ABSTRACT

The objective of this research was to identify the characteristics of quality management and kaizen in the MYPE at the grocery category of Talara model market, 2020. The descriptive level, quantitative type, non-experimental design and cross-section methodology were used. The sample was evaluated, obtaining that 52.86% of customers responded that if they feel satisfied with the products and services offered by grocery stores. 93.75% of the staff indicated that their boss has a long-term business vision. 100% of the owners indicated that they develop plans and objectives for quality improvement. 84.62% of the owners indicated that the products are organized for quick location and dispatch. The main conclusions were that grocery stores do not fully meet customer needs. The characteristics of Leadership owned by grocery store owners are described: They handle complexity, have global mentality and act strategically. It was identified that grocery stores do not apply the Kaizen methodology in its entirety. The tools of the Kaizen 5S technique that the grocery stores apply in their processes and activities are described: Seiso (cleaning) and Seiketsu (standardization).

**Keywords:** Quality Management, Kaizen and Customer Satisfaction.

## CONTENIDO

|  |      |
|--|------|
| AGRADECIMIENTO .....   | iv   |
| DEDICATORIA .....  | v    |
| RESUMEN .....  | vi   |
| ABSTRACT.....  | vii  |
| CONTENIDO .....  | viii |
| ÍNDICE DE TABLAS .....   | x    |
| ÍNDICE DE CUADROS .....  | xiii |
| INDICE DE FIGURAS .....  | xiv  |
| I. INTRODUCCIÓN .....  | 1    |
| II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....                                      | 13   |
| 2.1. Antecedentes .....  | 13   |
| 2.2. Bases Teóricas.....   | 22   |
| 2.2.1 Gestión de Calidad .....   | 22   |
| 2.2.2 Kaizen .....   | 33   |
| III. HIPÓTESIS .....   | 40   |
| IV. METODOLOGÍA.....   | 41   |
| 4.1. Diseño de la investigación .....                                    | 41   |
| 4.2. Población y muestra .....   | 42   |
| 4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores..... | 46   |
| 4.4. Técnicas e instrumentos .....                                       | 48   |
| 4.5. Plan de análisis.....   | 50   |
| 4.6. Matriz de consistencia.....   | 51   |
| 4.7. Principios éticos .....   | 53   |
| V. RESULTADOS.....   | 54   |
| 5.1. Resultados .....  | 54   |

|   |     |
|---|-----|
| 5.1.1. Variable 1: Gestión de calidad ..... | 54  |
| 5.1.2. Variable 1: Kaizen .....             | 79  |
| 5.2. Análisis de Resultados .....           | 98  |
| 5.2.1. Variable 1: Gestión de calidad ..... | 98  |
| 5.2.2. Variable 2: Kaizen .....             | 112 |
| VI. CONCLUSIONES .....                      | 122 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....            | 125 |
| Bibliografía .....                          | 125 |
| ANEXOS .....                                | 133 |
| Validación de Encuestas .....               | 134 |
| Cuestionario dirigido al cliente .....      | 148 |
| Cuestionario dirigido al personal .....     | 154 |
| Cuestionario dirigido al propietario .....  | 157 |
| Matriz Indicador Pregunta .....             | 160 |
| Libro de Códigos .....                      | 165 |
| Resumen de Libro de Códigos .....           | 195 |
| Constancia de No Adeudo .....               | 199 |
| Informe de Originalidad del Turnitin .....  | 200 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1: La Calidad.....  | 24 |
| Tabla 2: Los 14 pasos de Crosby .....   | 28 |
| Tabla 3: Ciclo de Deming o PHVA .....   | 35 |
| Tabla 4: Matriz de operacionalización de las variables .....  | 46 |
| Tabla 5: Matriz de consistencia .....   | 51 |
| Tabla 6: ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de<br>abarrotes? .....  | 54 |
| Tabla 7: ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan<br>estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes?.....                                    | 55 |
| Tabla 8: ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de<br>abarrotes? .....  | 56 |
| Tabla 9: ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?<br>.....  | 57 |
| Tabla 10: ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su<br>economía?.....   | 58 |
| Tabla 11: ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal<br>al momento de entregar sus productos? .....  | 59 |
| Tabla 12: ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena<br>calidad?.....   | 60 |
| Tabla 13: ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las<br>tiendas de abarrotes? .....   | 61 |
| Tabla 14: ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos? 62   |    |
| Tabla 15: ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su<br>negocio? .....   | 63 |
| Tabla 16: Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y<br>competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida<br>y efectiva? ..... | 64 |
| Tabla 17: ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en<br>los mercados? .....   | 65 |
| Tabla 18: ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que<br>rodea su negocio? .....  | 66 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 19: ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?.....   | 67 |
| Tabla 20: ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años? .....                                    | 68 |
| Tabla 21: ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas? .....   | 69 |
| Tabla 22: ¿Se promueven nuevos productos de venta? .....   | 70 |
| Tabla 23: ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?.....  | 71 |
| Tabla 24: ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp? .....                     | 72 |
| Tabla 25: ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda? .....   | 73 |
| Tabla 26: ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño? .....  | 74 |
| Tabla 27: ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio? 75   |    |
| Tabla 28: ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio? .....   | 76 |
| Tabla 29: ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar? ..... | 77 |
| Tabla 30: ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos? .....   | 78 |
| Tabla 31: ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?.....   | 79 |
| Tabla 32: ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas? ..   | 80 |
| Tabla 33: ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente? .....  | 81 |
| Tabla 34: ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?.....                     | 82 |
| Tabla 35: ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales? .....                               | 83 |
| Tabla 36: ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?.....            | 84 |
| Tabla 37: ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes? .....  | 85 |
| Tabla 38: ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes? .....                                   | 86 |
| Tabla 39: ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos? .....   | 87 |
| Tabla 40: ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles? .....                            | 88 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 41: ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?.....                                  | 89 |
| Tabla 42: ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho? .....  | 90 |
| Tabla 43: ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?.....   | 91 |
| Tabla 44: ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)? ..... | 92 |
| Tabla 45: ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes? .....                                   | 93 |
| Tabla 46: ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo? .....                        | 94 |
| Tabla 47: ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?.....   | 95 |
| Tabla 48: ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?.....                | 96 |
| Tabla 49: ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio? .....        | 97 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|   |    |
|---|----|
| Cuadro 1: Relación de MYPE .....            | 43 |
| Cuadro 2: Fuente de información .....       | 43 |
| Cuadro 3 Clientes encuestados por MYPE..... | 45 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Ciclo PHVA .....   | 27 |
| Figura 2: Kaizen.....  | 37 |
| Figura 3: Gráfico circular denominado ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes? .....   | 54 |
| Figura 4: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes?.....                                 | 55 |
| Figura 5: Gráfico circular denominado ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes? .....   | 56 |
| Figura 6: Gráfico circular denominado ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena? .....   | 57 |
| Figura 7: Gráfico circular denominado ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?.....   | 58 |
| Figura 8: Gráfico circular denominado ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos? .....  | 59 |
| Figura 9: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad? .....  | 60 |
| Figura 10: Gráfico circular denominado ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes? .....  | 61 |
| Figura 11: Gráfico circular denominado ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?.....   | 62 |
| Figura 12: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?.....   | 63 |
| Figura 13: Gráfico circular denominado Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? ..... | 64 |
| Figura 14: Gráfico circular denominado ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?.....   | 65 |
| Figura 15: Gráfico circular denominado ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?.....  | 66 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 16: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo? .....   | 67 |
| Figura 17: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años? .....                                   | 68 |
| Figura 18: Gráfico circular denominado ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas? .....  | 69 |
| Figura 19: Gráfico circular denominado ¿Se promueven nuevos productos de venta? .....  | 70 |
| Figura 20: Gráfico circular denominado ¿Su jefe promueve el negocio vía internet? .....  | 71 |
| Figura 21: Gráfico circular denominado ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp? ....                     | 72 |
| Figura 22: Gráfico circular denominado ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda? .....  | 73 |
| Figura 23: Gráfico circular denominado ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?.....  | 74 |
| Figura 24: Gráfico circular denominado ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio? .....   | 75 |
| Figura 25: Gráfico circular denominado ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio? .....  | 76 |
| Figura 26: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar?..... | 77 |
| Figura 27: Gráfico circular denominado ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos? .....  | 78 |
| Figura 28: Gráfico circular denominado ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?.....  | 79 |
| Figura 29: Gráfico circular denominado ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas? .....   | 80 |
| Figura 30: Gráfico circular denominado ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente? .....   | 81 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 31: Gráfico circular denominado ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos? .....                     | 82 |
| Figura 32: Gráfico circular denominado ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales? .....                                | 83 |
| Figura 33: Gráfico circular denominado ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?.....             | 84 |
| Figura 34: Gráfico circular denominado ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes? .....   | 85 |
| Figura 35: Gráfico circular denominado ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes? .....                                    | 86 |
| Figura 36: Gráfico circular denominado ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos? .....  | 87 |
| Figura 37: Gráfico circular denominado ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles? .....                             | 88 |
| Figura 38: Gráfico circular denominado ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos? .....                                 | 89 |
| Figura 39: Gráfico circular denominado ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho? .....  | 90 |
| Figura 40: Gráfico circular denominado ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?.....   | 91 |
| Figura 41: Gráfico circular denominado ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)? ..... | 92 |
| Figura 42: Gráfico circular denominado ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes? .....                                   | 93 |
| Figura 43: Gráfico circular denominado ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?.....                         | 94 |
| Figura 44: Gráfico circular denominado ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio? .....  | 95 |
| Figura 45: Gráfico circular denominado ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?..                   | 96 |

Figura 46: Gráfico circular denominado ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio? ..... 97

## I. INTRODUCCIÓN

Según el informe emitido por Serida, Guerrero, Alzamora, Borda & Morales (2018), Perú se ubica en el quinto lugar a nivel mundial y el primero a nivel de Latinoamérica y el Caribe en espíritu emprendedor. Por ello, existe evidencia de que la dinámica empresarial en Perú, medida a través de las tasas de creación y supervivencia de empresas, presenta grandes diferencias con relación a los países de Latinoamérica. Perú tiene tasas de creación de empresas más bajas que las presentadas por Brasil y México, pero más altas que la mayoría de los países europeos, sin embargo, la tasa de supervivencia de las MIPYME en Perú a los cinco años de nacer (63.7%) es más alta que las tasas reportadas en los países europeos (promedio entre 40% y 60%), lo que indica un ambiente empresarial con facilidad de entrada, pero mayor dificultad de sobrevivencia a mediano plazo.

La presente investigación pretende analizar la situación y condición de las micro y pequeñas empresas en la localidad de Talara. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) (2019), señala que la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica conformada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización que tiene por finalidad desarrollar actividades de extracción, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

El Ministerio de la Producción (2017) señaló que, en Perú, el tejido empresarial formal está conformado en un 99.5% por micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) y solo el 0.5% corresponde a la gran empresa en el 2015. El Ministerio de la Producción (2017) también agregó que la distribución de las empresas formales en las regiones de Perú refleja un fenómeno de atomización en el segmento de las micro

y pequeñas empresas (MYPE), similar a lo largo del territorio nacional. En efecto, se encuentra que, en todas las regiones, más del 99% de las empresas son MYPE, por lo tanto, los elevados niveles de productividad laboral en alguna región o actividad económica generalmente están explicados por la presencia de un número reducido de empresas grandes generadoras de altos ingresos. En medio de este contexto, las MYPE cumplen un rol fundamental en el tejido empresarial peruano debido a que son las principales generadoras de empleo (86.0% del empleo en el sector privado y 58.6% de la PEA ocupada en el 2015) y por ello, el estudio de los problemas del segmento MYPE resulta prioritario en el diseño de políticas de desarrollo productivo que permitan una mejora de la productividad y del nivel de ingresos de la economía peruana.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019) el aumento del PBI fue de 3.39% en el 2018 y en lo que va del año 2019, su promedio es de 2.75%. Esto se debe al mayor consumo privado, con ventas en crecimiento de 3.04 % y el auge del crédito con crecimiento de 12.23%. Las exportaciones de productos no tradicionales y los de siempre como los minerales tuvieron un crecimiento importante. Esto indica un crecimiento de la producción por buen camino impulsado por la demanda local, es decir el crecimiento particular de cada sector, en promedio de 4.2% dinamiza la oferta. También informó que el crecimiento de varios sectores entre ellos el subsector comercio al por menor, por mayores ventas de alimentos y de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en almacenes especializados; alcanzó 6,1%. Asimismo, indicó que, la PEA a nivel nacional se incrementó en 1,7% que equivale a 301 mil 800 personas. Los trabajadores se distribuyen tanto la zona urbana como la rural.

De acuerdo a lo expresado por Valderrama (2015), las MYPE son un factor relevante en el crecimiento de la economía peruana, ya que su participación en varios sectores cada vez va en aumento, es por ello que las MYPE ocupan un alto nivel de porcentaje en el desarrollo del país y se han convertido en un factor muy importante en la economía en las diversas actividades.

Romero (2018), según la Asociación de Emprendedores del Perú (ASEP), señala que las MYPE son el 98,6% del aparato productivo y aportan, aproximadamente, el 40% del PBI, por ello, están entre las mayores impulsoras del crecimiento económico del país. De esta manera, Perú es considerado un país de emprendedores.

En la Región Grau, Vilela (2019) manifestó que el Gobierno descentralizado, está incentivando la formalización de las MYPE y así obtener recursos como de Innóvate, para lograr la certificación orgánica y pasantías, para crecer como persona natural o jurídica y con ello contribuir al desarrollo económico del país.

Seminario (2019), indica que el Gerente del Gobierno Regional de Piura manifestó que la política de nuestro Gobierno Regional se basa en promover e incentivar la formalización para poder crecer, sino hay trabajo, necesitamos crearlo. “Creemos firmemente que las MYPE son el elemento fundamental y efecto positivo para el desarrollo del país”. El Gobierno Regional de Piura (2019), indicó que las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, el 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y genera cerca del 45% del Producto Bruto Interno.

Por otro lado, el Ministerio de la Producción (2017), señala que más de 1,9 millones de MIPYME formales operan en el mercado peruano al 2017. Este segmento

empresarial representa el 99,5% del total de empresas formales en la economía peruana, el 96,2% son microempresas, 3,2% pequeña y 0,1% mediana, de las cuales el 87,6% de ellas se dedican a la actividad de comercio y servicios, y el resto (12,4%) a la actividad productiva (manufactura, construcción, agropecuario, minería y pesca).

Asimismo, el Ministerio de la Producción explicó que las MIPYME generan alrededor del 60% de la PEA ocupada, considerándose como la fuente generadora del empleo. Por lo tanto, 10 de cada 100 personas de la PEA ocupada son conductoras de una MIPYME formal.

El Ministerio de la Producción (2017) incluso informó que en los últimos cinco años (2013-2017) el número de empresas formales de este segmento se ha incrementado a un ritmo promedio anual de 7,2%. Sin embargo, aún persiste un alto porcentaje de informalidad, ya que el 48.4% de las MYPE no están inscritas en SUNAT.

Roy (2017) indica que en la actualidad la globalización exige para la apertura de mercados, estandarización en normas operativas y legales, lo que implica formular una mejor estrategia de comercialización de largo plazo para prevenir o evitar los altos costos que están asumiendo las economías, especialmente las débiles.

A nivel sociocultural, el crecimiento y desarrollo de las MYPE se ve influenciado por factores como el nivel educativo, estilo de vida, religión, hábitos de consumo e ingresos de los clientes de las MYPE, por ello, la mayoría de los clientes exige cada día un mejor servicio y productos de calidad.

Es necesario mencionar, que la cultura de la sociedad afecta a la posibilidad de actuación de los comerciantes y a la aceptación de productos y servicios. Asimismo, la religión también afecta el comercio, ya que no todos los productos son aceptados

por los consumidores, por ejemplo, bebidas alcohólicas y cigarrillos. En cuanto a la calidad de vida, el aumento de los ingresos económicos incrementa el poder adquisitivo de los clientes. Por ello, el comerciante necesita entender el papel que desempeñan la cultura, la subcultura, y la clase social del comprador, ya que los cambios en las personas, modifican los hábitos de compra y consumo.

Conscientes de que la tecnología es considerada una de las herramientas más eficaces para alcanzar productividad, competitividad y posicionamiento en el mercado, las MYPE demandan soluciones integrales en tecnologías, infraestructura, recursos y servicios dentro de una estrategia de negocios que las lleve a maximizar su gestión en un mundo cada vez más competitivo. Sin embargo, existen MYPE que no invierten en herramientas tecnológicas que agilicen el proceso de atención a los clientes, brinden respaldo a sus operaciones comerciales y por ende mejoren su nivel de competitividad en el mercado.

Dini & Stumpo (2018) expresaron que lo geopolítico, económico y tecnológico inciden en el crecimiento, pero en buena parte son nuevos espacios de salida. Agregaron, que las MYPE participan activamente cuyo aporte al PBI, en Latinoamérica, alcanza al 99% y proveen de empleo en 61%, siendo así consideradas entes importantes en el desarrollo a largo plazo de los países del tercer mundo.

Los autores antes mencionados, añadieron que estos entes operan en diferentes sectores, y son en su mayoría informales y fuente de autoempleo. Cabe mencionar que algunas MYPE aprovechan su posición competitiva en el rubro y logran mantenerse enfrentando los desafíos que caracterizan el mercado actual.

Diario El Peruano (2018) señala respecto al ámbito ecológico, que las MYPE promueven el cuidado del medio ambiente al estar reguladas por la Ley 30884 “Ley

que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables”, la cual contribuye en la concreción del derecho que tiene toda persona a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida, reduciendo para ello el impacto del plástico de un solo uso.

En cuanto al ámbito legal, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2019) aclaró que, con el fin de promover a las MYPE, el Estado asume un rol importante, es por ello que otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para su creación y formalización, emitiendo políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

Escalante (2016) indica que el Congreso de la República promulgó la Ley N.º 30056, que modifica diversas leyes a fin de permitir la inversión, promover el desarrollo productivo y fomentar el crecimiento empresarial. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para impulsar la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME).

Por otro lado, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2018) añade que la Normativa del Régimen MYPE tributario busca que las micro y pequeñas empresas tributen según su capacidad. Es un régimen especialmente creado para las micro y pequeñas empresas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

El Ministerio de la Producción (2017) indica que las micro y pequeñas empresas pueden recibir orientación gratuita mediante los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE), espacios de atención que brindan servicios de constitución empresarial, asesoría personalizada y asistencia técnica en el inicio de sus negocios.

Creados por el Ministerio de la Producción en alianza con instituciones públicas y privadas, buscan impulsar la formalización, además de elevar la productividad y competitividad de emprendedores y empresarios del sector MYPE. Asimismo, brindan capacitaciones grupales en formalización, gestión empresarial y tributación.

El Ministerio de la Producción (2019), señala que también, existe el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), que es un registro, donde se inscriben las micro y pequeñas empresas (MYPE) para acceder a los beneficios de la Ley MYPE, cuya administración se encuentra a cargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Pueden entrar en REMYPE las micro y pequeñas empresas constituidas por personas naturales o jurídicas dedicadas a actividades como extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Asimismo, deben tener como mínimo un trabajador.

A nivel microambiente, en la localidad de Talara, las MYPE son agentes preeminentes en su economía, al ser una importante fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado. Por ello, la labor que realizan los micro y pequeños empresarios es fundamental para el desarrollo económico y social de la localidad.

Las MYPE de abarrotes son tiendas que ofrecen artículos de primera necesidad y que son de consumo masivo, y representan un canal relevante para la distribución de mayoristas y proveedores, así como para pequeños productores. En estos establecimientos, es fácil para los clientes poder adquirir artículos que necesitan en el momento adecuado.

Existen casos de empresarios que iniciaron sus negocios impulsados por la necesidad de supervivencia, sin embargo, solo algunos supieron aprovechar las oportunidades que les ofreció el mercado.

El mercado modelo de Talara, se encuentra cerca al centro de la ciudad y alberga varias MYPE que se dedican a la venta de abarrotes. La problemática que existe en las MYPE del rubro abarrotes del mercado modelo de Talara consiste en que, a pesar del posicionamiento que han alcanzado en el mercado, no brindan importancia al diseño e implementación de un adecuado sistema de gestión de calidad y desarrollo de alternativas innovadoras que generen mejora continua dentro de sus procesos.

Un problema latente, es la calidad del servicio, enfocada en las percepciones y expectativas de los clientes de las tiendas de abarrotes, es por ello que se debe determinar si la calidad en el servicio puede considerarse una ventaja competitiva. Ofrecer calidad en el servicio significa proveer de excelencia al cliente, darle un valor agregado a la satisfacción de su necesidad, centrarse en el recurso humano para que, con motivación y optimismo, se proporcione lo necesario para su satisfacción y lealtad.

Las MYPE de abarrotes deben preocuparse por ser competitivas en el mercado, priorizando el servicio de atención al cliente a fin de lograr su plena satisfacción y fidelización, lo cual asegurará su permanencia en el mercado y marcará la diferencia con los competidores gracias al valor agregado en el producto y/o servicio ofrecido. La satisfacción del cliente tiene resultados positivos en la cultura de la empresa y en el personal que labora en ella, ya que genera beneficios tangibles y cuantificables, que se pueden medir a través de la rentabilidad, ingresos o costos.

Si bien es cierto, en los últimos años se ha observado mayor número de clientes que adquieren los productos ofrecidos por las MYPE de abarrotes del mercado modelo de Talara, sin embargo, en la mayoría de los casos no se aprecia mejoras en la infraestructura y limpieza de sus locales, organización de sus productos, almacén de

productos, presentación, uniforme y distribución de sus trabajadores, tiempo de entrega de productos, calidad de atención y trato al cliente, así como el compromiso de los trabajadores por brindar un servicio o producto de calidad total.

Los micro y pequeños empresarios, no conocen los beneficios que ofrece emplear un modelo de gestión de calidad y mejora continua, lo cual, su ejercicio, podría ayudarles en la continua innovación y competitividad a comparación de las empresas que no hacen uso de estas herramientas en cada uno de sus procesos.

Respecto a los clientes de estas MYPE, gracias a la modernización de la Refinería de Talara, se han generado mayores puestos de trabajo y como consecuencia de ello ha incrementado el poder adquisitivo de los pobladores talareños, quienes asignan gran parte de sus salarios para cubrir la canasta familiar. Hoy en día, los clientes son cada vez más exigentes, ya que no solo buscan productos de buena calidad y a bajos precios, sino que el servicio que reciban también sea de calidad, buen trato, atención rápida, infraestructura adecuada y segura.

Estas exigencias del mercado, hacen que actualmente las estrategias de calidad se conviertan en pilares para la competitividad de las MYPE. Por ello es importante que el empresario cumpla con lo solicitado por la demanda y esté atento a las nuevas políticas, herramientas tecnológicas y conocimientos para evitar quedarse detrás de la competencia.

En un mundo globalizado, los clientes son cada vez más exigentes, más conoedores y menos fieles. Por ello, la atención se ha convertido en un aspecto primordial para cualquier negocio o empresa que pretenda competir en el mercado y conservar a sus clientes.

El servicio al cliente consiste en hacer que los clientes de la empresa queden satisfechos y sigan comprando sus productos y servicios. Sin embargo, llegar a este nivel requiere de una serie de aspectos que la empresa debe considerar, ya que no basta con ofrecer un buen producto para garantizar su venta, pues los clientes buscan ser tratados como personas, que los atienda un empleado cortés y no representar solo una venta más para la empresa.

Lo descrito obliga a que las empresas sean más competitivas en tres aspectos: el servicio, en que la empresa orienta al cliente como objetivo integral y prioritario, el cual está dirigido a obtener su satisfacción y permanecer en el mercado; las relaciones, que tienen como objetivo conseguir la fidelización de los clientes, y el valor añadido, el cual diferenciará a la empresa de sus competidores, creando una preferencia hacia ella.

Otro problema de las MYPE, es que no analizan a sus principales competidores, por ello no son capaces de darle valor agregado a su producto y servicio que ofrecen. Tampoco aplican técnicas que les permita conocer las necesidades de sus clientes, su nivel de satisfacción, disgustos o sugerencias. Esto genera que no puedan explorar nuevos mercados o aumentar sus ventas.

También se observa falta de organización interna, ausencia de un sistema que le permita a la MYPE medir y controlar la calidad, así como la falta de Innovación tecnológica, lo cual ocasiona que las MYPE no puedan desarrollar todo su potencial y como consecuencia se genere un proceso ineficiente de atención al cliente.

La presente investigación se enmarca en la línea de investigación: Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, línea propuesta por la Escuela de Administración cuyo objetivo es desarrollar investigaciones relacionadas al proceso

administrativo de: Planeación, organización, dirección y control; así como a otras actividades propias de la micro y pequeña empresa.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020?, problemática que existe en la Región Piura y que, gracias a la ULADECH Católica, sede Piura, escuela de Administración se busca dar solución a la problemática antes identificada.

De esta forma, la presente investigación establece como objetivo general:

“Identificar las características de la gestión de la calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020”. Mientras que los objetivos específicos son: (a) Conocer el nivel de satisfacción del cliente de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020; (b) Describir las características de liderazgo de los propietarios de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, año; (c) Identificar la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020 y (d) Describir la técnica 5S’s del Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

La justificación de esta investigación desde la perspectiva teórica, abordó la teoría de la gestión de calidad de autores como Deming y Crosby, así como principios de satisfacción del cliente y liderazgo según Thompson y Romero respectivamente. En cuanto a la variable Kaizen, estudiaremos a Salazar quien señala la metodología del Kaizen y a Imai quien define la técnica de las 5S’s.

Desde la perspectiva práctica, esta investigación se realizó con el fin de determinar las características de la gestión de calidad y el kaizen en las MYPE del

rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, una ciudad de emprendedores, crecimiento por la industria petrolera y con alta demanda de artículos para el consumo, de restaurantes, de aseo y limpieza conocerlas, y que en un futuro las MYPE cuenten con la capacidad de planear y establecer estrategias que les permita obtener un análisis y diagnóstico preciso del mercado en el que se desarrollan. Y desde la perspectiva Metodológica, se aplicó el proceso científico de investigación, tipo de investigación descriptiva, diseño no experimental, de corte transversal.

La investigación queda delimitada desde la perspectiva:

- Temática: Por la variable Gestión de Calidad y Kaizen;
- Psicográfica: Micro y pequeñas empresas rubro abarrotes;
- Geográfica: Sector abarrotes del mercado modelo de Talara y que cuentan con Registro Único de Contribuyente (RUC);
- Temporal: Año 2020.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### *2.1. Antecedentes*

Moreno & Nuñez (2018), presentaron su tesis titulada “Propuesta para implementación de un sistema de gestión de la calidad para la empresa supermercados ECO SAS, 2018”, en Universitaria Agustiniiana (Colombia). Se aplicó la metodología de investigación descriptiva. Siendo sus principales conclusiones que, en los procesos de la organización, la calidad garantiza su crecimiento y progresión sostenible. Contribuir en el desarrollo de los colaboradores, al utilizar la tecnología como fuente de innovación. Se verificó que con la finalidad de acrecentar la productividad es necesario implementar un sistema de gestión de calidad. Es necesario identificar las necesidades y exigencias del cliente, a fin de captar clientes y lograr su fidelización.

García (2017), realizó una investigación titulada “Diseño del Sistema de Gestión de Calidad Bajo la Norma ISO 9001:2015 al Supermercado Rapifacil de Bogotá”, en la Universidad de la Salle (Bogotá). Se aplicó la metodología de investigación descriptiva. El autor concluye que establecer un sistema de gestión de calidad en el Supermercado Rapifacil facilita la gestión interna y reduce el impacto de sus amenazas, mejora continuamente su gestión usando el control y seguimiento de sus procesos y procedimientos y así determinar y aplicar acciones de corrección y mejora. Se elaboró e implementó el manual de calidad detallando los objetivos y políticas de calidad, los procesos y documentación soporte de cada actividad que se realiza en la empresa, así como el cumplimiento con la norma ISO 9001:2015; las relaciones existentes en los procesos y procedimientos, ayudan a la organización a optimizar su actividad y la satisfacción generada en el cliente. El diseño del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015 permite a la organización

mejorar todos sus procesos, teniendo en cuenta no solo los clientes sino también a los empleados y grupos de interés.

Guerra (2015), realizó una investigación denominada “Evaluación de la calidad de la atención del cliente en las empresas lácteas de la ciudad San Juan de Pasto, Departamento de Nariño”, en la Universidad de Nariño (Colombia). La metodología fue de tipo descriptivo. El autor concluyó en la investigación, que existe una serie de deficiencias en lo que respecta a la limpieza del establecimiento, la presencia de muebles incómodos que, además, resultan insuficientes para prestar el servicio; asimismo, es común encontrar productos faltantes en las vitrinas refrigeradoras, desorden en la parte interna de punto de venta y el empleo de palabras o frases frívolas en el momento de saludar, tanto a la hora de sugerir la compra de un producto adicional e, incluso, en el momento de despedirse del cliente.

Lingan (2018), realizó una investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES del Sector Comercio, Rubro Venta de Abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Tumbes). La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cualitativo y de diseño no experimental. El autor concluyó en la investigación, que los clientes consideran que la infraestructura y el orden en el rubro abarrotes es muy importante. Siempre hay que atender al cliente, orientarlo, intuir lo que desea comprar, ofrecer el mejor producto y servicio.

Saavedra (2016), presentó una investigación titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES del Sector Comercio de Abarrotes en el Distrito de Juanjui, Periodo 2015-2016”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (San Martín). La investigación fue descriptiva y no experimental. Los

principales resultados de la investigación indican que el 33% de las MYPES está operando en el mercado hace tres años. El 36% son empresas formales; respecto a las características de la competitividad, el 58% entrega el producto al cliente con la menor demora y el 67% procesan el pago con rapidez y exactitud; respecto a la gestión de calidad, el 33% por internet para atención al cliente, el 41% la radio para la publicidad, el 25% de los empleadores se capacitan e incentivan a sus trabajadores cada dos años. Respecto a las conclusiones de la investigación, se determina que las empresas de abarrotes están en crecimiento en Juanjui, sin embargo, son informales. También, señala que son empresas competitivas, pero no aplican herramientas técnicas de gestión.

Casanova (2017), presentó su tesis titulada “La Gestión de Calidad y la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - Venta de Abarrotes en el Mercado Central de la Ciudad de Casa Grande, Año 2016”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Trujillo). La investigación fue diseño no experimental - transversal - descriptivo. Los principales resultados de acuerdo a las características de la Gestión de Calidad, evidencian que la totalidad de empresas desconocen y no aplican las herramientas de la Gestión de la Calidad. Un 90% evalúa, el nivel de satisfacción de sus clientes en la comercialización de sus productos. Un 90% ofrece productos novedosos de acuerdo con los gustos y preferencias del cliente. Un 90% comercializa productos fabricados mediante procesos estandarizados de producción. Un 70 % no están formalizadas. Siendo su principal conclusión, que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes del mercado modelo, Casa Grande 2016, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad.

Nole (2018), realizó una investigación titulada “Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente del Negocio Ortiz del Distrito de Sullana, Año 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Sullana). El tipo de investigación fue no experimental, transversal y descriptivo. Los principales resultados sobre la Calidad muestran que el 45% indicaron que cumple las expectativas del cliente, el 40% señalaron que usan motivación al personal, el 41% manifestaron que los clientes establecen preguntas respecto al producto, el 37% están de acuerdo que recurren a empresas de prestigio, el 41% expresaron que los clientes fieles y reclaman un buen servicio, el 50% están de acuerdo que los clientes tienen buen trato al personal, el 38% dijeron que los clientes reclaman para que los atiendan, el 50% señalaron que los clientes recurren empresas de más confianza. El autor concluye en actualizar la organización de la empresa, los propietarios consideran un adecuado control, revisión y supervisión interna. Las empresas actualmente consideran que la calidad del producto y la atención cordial al cliente es una ventaja competitiva en el mercado.

Ayala (2019), presentó una investigación titulada “Gestión de Calidad y su incidencia en la Competitividad de las MYPES del Sector Comercial, Rubro Abarrotes del Distrito de Sullana. Año 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Sullana). Se aplicó el método inductivo - deductivo, la investigación fue de tipo correlacional, diseño no experimental y de tipo transversal. Los principales resultados de la investigación indican que el 45.36% considera que la planificación estratégica ayuda a la MYPE del sector comercial, rubro abarrotes a conseguir sus objetivos. El 43.30% opina estar muy de acuerdo y el 11.34% se encuentra indiferente. Las conclusiones del autor muestran que la planificación guía a obtener calidad en sus negocios, así pues, que superan a sus competidores actuales y potenciales. La

competitividad impulsa el cambio, ya que depende de los clientes la permanencia de la MYPE en el mercado.

Calderón (2019), presentó su investigación titulada “Gestión de Calidad y Estrategias de Marketing en los Minimarkets - Sullana, Año 2019”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Sullana). La investigación fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. Siendo sus principales conclusiones que los minimarkets en Sullana, cumplen con el uso del enfoque hacia los clientes, al conocer sus requerimientos, y lograr la fidelización, brindando una atención de calidad y los productos adecuados para cubrir su demanda.

Orejuela (2016), presentó su tesis titulada “Diseño Metodológico de las Cinco S’s en La Línea 6 de Refrescos de Fruta de Gaseosas Lux Bogotá S.A, 2016”, en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas (Colombia). La metodología fue de tipo descriptiva y de diseño no experimental. El autor concluye señalando que los directivos de la entidad están dispuestos a ejecutar acciones preventivas y correctivas en pro de la mejora de la inocuidad de sus productos y del ambiente de trabajo. Así mismo, se observó que en la planta cuentan con diferentes herramientas que al direccionarse de la manera correcta pueden contribuir en gran magnitud a la seguridad, el orden y la limpieza. Las condiciones de orden, limpieza y seguridad en la línea No. 6 de la Gaseosas Lux Bogotá S.A mejoraron notablemente, con la Metodología 5S’s, hay orden y limpieza. La tasa de accidentabilidad disminuyó.

Buenaño (2017), presentó su tesis titulada “Mejoramiento Continuo con miras a la Exportación de Productos de la Empresa Industrias Catedral S.A, 2017”, en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Ecuador). La metodología de la investigación fue cuali-cuantitativa. El autor concluye que el mejoramiento continuo

es un cambio permanente en que participan todos los entes de la organización hacia la satisfacción de los clientes y accionistas. Aplicar procesos de la mejora continua en la Empresa Industrias Catedral S.A, le da una ventaja competitiva en consonancia con el objetivo de crecer.

Proaño, Gisbert & Pérez (2017), presentaron su artículo científico titulado “Metodología para elaborar un Plan de Mejora Continua, 2017”, publicado en 3C Empresa (España). El estudio tuvo cuatro niveles que indican el análisis de causas del problema, propuesta y planificación del plan de mejora, implantación y seguimiento continuo, y evaluación de la metodología aplicada. Se consiguieron beneficios como reducción de costes, incremento de la productividad, mejora de la calidad, satisfacción del cliente, mejor comunicación entre los departamentos. Los autores concluyen que un plan es muy útil para mejorar constantemente, manteniendo a la entidad en el mercado, crecer y ser competitiva. La aplicación fue útil en todas las áreas de la organización, con una estrategia para solucionar, y en función de estas, organizar el plan de acción con objetivos, actividades, responsables e indicadores, para evaluar el proceso de mejora en un tiempo definido.

Poggi (2018), presentó su tesis titulada “Implementación de un Plan de Mejora Continua para aumentar la Satisfacción del Cliente en La Empresa Distribuidora Capistrano S.A.C., 2018”, en la Universidad Norbert Wiener (Lima). La metodología de investigación fue de carácter holístico, de tipo proyectiva y de enfoque mixto. El autor concluye que el almacén de la empresa no cuenta con los criterios adecuados para un control de los productos de mayor rotación, así también se observó el desorden de éstos, generando retrasos en los despachos. No existe un plan de mantenimiento de equipos; pese a que el sistema con el que cuentan es básico, no brindan un

mantenimiento ni actualizaciones constantes a los servidores. No han implementado nuevas tecnologías para reducir la fatiga en el almacén y oficinas. El nivel de atención al cliente no es adecuado. Con el plan de mejora continua basado en gestión por procesos, aumentó el nivel de servicio a los clientes, con modelo específicos, mejorando la calidad laboral en la empresa y sobre todo aumentar la satisfacción del cliente.

Llontop (2017), presentó su tesis titulada “Aplicación del Método Kaizen para mejorar la productividad en el Proceso de Entrega de Productos del Área de Distribución de La Empresa Backus & Johnston S.A.A, Ate – Vitarte 2017”, en la Universidad César Vallejo (Lima). La metodología de investigación fue cuantitativa y de diseño Cuasi Experimental, siendo sus principales conclusiones que la aplicación del método Kaizen incrementa significativamente la productividad, eficiencia y la eficacia de la empresa. Esta empresa debe tener siempre la mejora continua como una forma de mantener una gran preferencia en el mercado local como internacional, considerando que le da diferenciación con sus competidores.

Poma (2017), presentó su tesis titulada “Propuesta de Implementación de la Metodología de las 5S’s para la Mejora de la Gestión del Almacén de Suministros en la Empresa Molitalia SA. Sede Los Olivos - Lima, 2017”, en la Universidad Privada del Norte (Lima). La metodología de la investigación fue de tipo correlacional con un diseño no experimental. El autor concluye que la propuesta de Implementación de las 5S’s mejora la gestión del Almacén de suministros, en productividad y rentabilidad; se obtienen orden, limpieza, estandarización disciplina, incrementándose la productividad entre un 50% a 60 % según los objetivos en que se aplicó la mejora. La auditorías mensuales motivaron a que los colaboradores a que participen en la mejora.

Cornejo & León (2017), presentó su tesis titulada “Propuesta de Mejora para la Optimización del Desempeño del Almacén Central de Franco Supermercados, 2017”, en la Universidad Católica San Pablo (Arequipa). La investigación fue no experimental con características descriptivas y explicativas. El autor concluye que los problemas más resaltantes el almacén central son una deficiente limpieza y desorden, inexistencia de zonas de recepción y despacho, falta de criterios de almacenamiento de productos, carencia de documentos y controles, equipos en mal estado, falta de capacitación, carencia de iniciativas de innovación y empoderamiento de personal, inexistencia de evaluación de desempeño, falta de documentación e implementación de procedimiento de atención al cliente interno, carencia de indicadores de desempeño y falta de procedimientos propios de la gestión de almacenes. En este sentido, la importancia de proponer mejoras para la optimización del desempeño del almacén central con la metodología 5´S, que implicó, clasificación, limpieza control y orden en los almacenes.

Yarlequé (2018), presentó su tesis titulada “Propuesta de Aplicación de la Metodología de las 5S´s, en La Bodeguita Mi Jesús - CP Casagrande Distrito de La Arena, 2018”, en la Universidad Nacional de Piura (Piura). La metodología de la investigación fue cualitativa, de diseño no experimental y de nivel descriptivo, siendo sus principales conclusiones que, en la entidad de abarrotes, se observó artículos no necesarios que deben ser eliminados botellas de plástico, botellas de vidrio vacíos, cartones, bolsas, productos vencidos y objetos deteriorados. Un 75% de los trabajadores están totalmente de acuerdo a que se mejore la imagen del negocio. Con la aplicación de las 5S´s es posible mejorar la productividad, mejorar la imagen y que los trabajadores tomen sus propias responsabilidades.

García (2015), presentó su tesis titulada “Caracterización del Financiamiento y el Kaizen en las MYPE Rubro Bodegas del Casco Urbano de Morropón (Piura), año 2015”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura). La metodología de investigación fue descriptiva, de modelo cuantitativo no experimental. El autor concluyó que la financiera EPYME es el principal oferente de préstamos de las MYPE rubro bodegas urbanas del Distrito de Morropón, año 2015, con tasas mínimas según lo solicitado y no varían según los plazos de devolución. Además, que en las MYPE rubro bodegas del casco urbano del Distrito de Morropón se da una organización regular durante el año 2015. Las MYPE utilizan kaizen en sus bodegas de abarrotes, se observa orden, limpieza. espacios, al personal con habilidades blandas desarrolladas.

Suluco (2016), realizó una investigación titulada “Caracterización de la Competitividad y el Kaizen en las MYPE rubro restaurantes, de la Urbanización Los Rosales – Piura, Año 2016”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura). Se empleó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. El autor concluye que las características que tiene el kaizen en las MYPE, depende de la aplicación de dicha filosofía, enfoque de procesos y resultados, y la calidad; lo cual ayudará a incrementar mercado. Los elementos del kaizen que se observan en las MYPE, son Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke. Además, el kaizen se caracteriza por los estándares de calidad, mejora continua y mejora de resultados.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1 Gestión de Calidad**

La Organización Internacional para la Estandarización (2015), en la Norma ISO 9001, indica que la Gestión de la Calidad es un conjunto de acciones organizadas que garantizan que el servicio o producto cubra las expectativas del cliente y brinde seguridad y tranquilidad al momento de adquirirlos.

Raffino (2019), señala que la gestión de calidad es una serie de procesos ordenados y metódicos que contribuyen a que una entidad planee, ejecute y controle sus operaciones. Esta práctica, asegura el desarrollo de la organización y garantiza la satisfacción de los clientes.

La Organización Internacional para la Estandarización (2018), define la gestión de calidad como un conjunto de actividades e instrumentos que tienen por finalidad prevenir errores en el proceso de producción y en la venta de los productos o servicios. Lo ideal es reconocer las fallas antes de que se presenten. Cada organización de acuerdo a su rubro u objetivo tendrá su visión de la gestión de calidad.

#### **2.2.1.1 Calidad**

Para Deming referenciando a la Organización Internacional de Normalización (ISO 9001) (2016), la calidad es un grado que contiene estandarización y exactitud con egreso bajo y se rige de acuerdo a las exigencias del mercado. Nos sugiere que el cambio permanente es la guía de la calidad.

Benzaquen (2019), haciendo referencia a Crosby, indica que la calidad significa ajustarse a las normas y cumplir con estándares las especificaciones. Señaló que en la primera producción se debe hacer todo bien. Asimismo, propugna cuatro principios: requisitos estrictos, prevención sistemática, cero defectos y la medición del

incumplimiento respecto a los resultados. Además, Poma (2019) señala que la calidad es un grupo de detalles importantes (diseño, estética, empatía, otros) en un producto o servicio para acertar con los gustos del consumidor.

### ***2.2.1.2 Objetivos de un Sistema de Gestión de Calidad***

De acuerdo a ISO 9001 (2018), son:

- **Satisfacción del cliente:** Es necesario que la gestión internalice que el cliente deberá ser atendido siempre de la mejor manera en busca de colmar sus aspiraciones.
- **Incrementar clientes:** Orientar las políticas que son concordantes con objetivos y estrategias para incrementar la cantidad de clientes.
- **Mejora en la organización de los procesos:** Aplicar gestión de calidad es ejecutar mejoras continuas como innovación, modernización, tecnología de punta, nuevos cuadros organizativos, planeamiento estratégico. Optimizar la productividad en todas sus dimensiones.
- **Diferenciación de la competencia:** La empresa debe contar con su característica peculiar, un sistema de gestión que la haga única con características de competitividad, emprendimiento, creciendo sosteniblemente con responsabilidad social.
- **Reducción de costes:** Procurar mejorar la calidad del servicio y el producto sin aumentar el costo.
- **Cumplimiento de exigencias derivadas de la pertenencia a un grupo:** Las empresas que pertenecen a grupos internacionales se alinean con los requisitos de gestión de calidad entre ellos las certificaciones ISO, Salud y Seguridad en el

trabajo, Seguridad Ambiental y Responsabilidad Social. La garantía a es la calidad del servicio al cliente.

### 2.2.1.3 Los Grandes Maestros de la Calidad

Pérez (2017), menciona a los siguientes maestros de la calidad:

#### a) Edward Deming

La metodología de mejora se conoce como ciclo de Deming o PHVA, útil para proponer y ejecutar las mejoras en una organización.

Tabla 1: La Calidad

| Definición   | Filosofía   | Bases  | Principios  |
|--|---|--|---|
| Cuando un producto o servicio son útiles para los individuos además tiene posicionamiento en el mercado. | La mejora continua que implica una permanente innovación de los procesos con aumento de la productividad. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar y aplicar en productos y servicios.</li> <li>- Reducir riesgos en las operaciones mediante un ciclo.</li> <li>- La calidad aumenta por ende la productividad.</li> <li>- La administración ejecuta la mejora continua.</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No depender de la inspección</li> <li>2. No solo el precio es el indicador para comprar. En el largo plazo se minimiza el costo con un solo proveedor a confianza.</li> <li>3. Mejorar continua que provoca reducción de Costos.</li> <li>4. Implantar el desarrollo de actitudes.</li> <li>5. El liderazgo es base de una dirección concatenada, mejorando el trabajo del equipo.</li> <li>6. Trabajar con serenidad para obtener eficacia.</li> </ol> |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  | <p>7. Los departamentos trabajan sincronizados ganar - ganar.</p> <p>8. Todos los miembros trabajan colaborativamente fluye la información previniendo riesgos o perdidas en la producción.</p> <p>9. No exhortar con afiches la Calidad. Las personas conocen como hacerlo.</p> <p>10.No existen metas numéricas, ni objetivos cuantificables, el liderazgo es la guía.</p> <p>11.No a la competencia interna de méritos ello baja la estima de otros colaboradores.</p> <p>12.Implantar capacitación e innovación</p> <p>13.Educación y auto mejora.</p> <p>14.La trasformación es tarea de todos.</p> |
|--|--|--|--|

*Elaboración propia*

## **Ciclo de Deming o PHVA**

Es considerado uno de los aportes relevantes de Deming, que permite diseñar y ejecutar planes de mejora continua en todos los niveles de la organización. También se le conoce como “el ciclo de calidad” o “Espiral de mejora continua”, y consta de 4 pasos:

1. Planear: Se establecen estrategias de qué, cómo, cuándo y con qué realizar las mejoras.
2. Hacer: Consiste en ejecutar lo planificado con actividades de prueba o a gran escala.
3. Verificar: Implica comprobar si los resultados en calidad y cantidad están de acuerdo a lo propuesto. Es un balance entre lo planificado y ejecutado.
4. Actuar: En concordancia si lo verificado tiene desviaciones con lo planeado y ajustar el ciclo, si no hay se continúa o si hay, se introducen los cambios reguladores que garanticen la continuidad del cambio. Caso que no mejore, se inicia un nuevo ciclo.



Figura 1: Ciclo PHVA - Tomada de la base de datos de la Universidad Francisco Gavidia

### b) Philip Crosby

La calidad se obtiene producto del desarrollo organizado, incluye:

- “Conformidad con los requerimientos” e indicando que el 100% de la conformidad es igual a cero defectos.
- “Hacerlo bien a la primera vez”.
- “Hacer que la gente haga mejor todas las cosas importantes que de cualquier forma tiene que hacer”.
- “Promover un constante y consciente deseo de hacer el trabajo bien a la primera vez”

La Filosofía de Crosby señala que las organizaciones no deberían despilfarrar los recursos en actividades repetitivas y retardadas, por ello propone “cero defectos”. La optimización exige:

- Decisión fuerte de iniciar el cambio.
- Nueva mentalidad en el contexto laboral.
- Colaborar con la gerencia.

Los principios de calidad son:

- Dar al cliente sus preferencias.
- Calidad es prevención de no hacer las cosas mal.
- Se actúa con medición “cero defectos”.
- El incumplimiento es el termómetro de la calidad.

*Tabla 2: Los 14 pasos de Crosby*

|   |  |
|---|--|
| 1. Compromiso de la gerencia  | 8. Capacitación a los supervisores       |
| 2. Equipo de mejora de la calidad   | 9. Día de cero defectos                  |
| 3. Medición de la calidad   | 10. Fijar metas                          |
| 4. Costo de la evaluación de la calidad                                     | 11. Estableciendo de la causa de errores |
| 5. Concientización de la calidad  | 12. Reconocimiento                       |
| 6. Acciones correctivas   | 13. Consejos de calidad                  |
| 7. Establecer un comité específico ad hoc para el programa de cero defectos | 14. Hacerlo todo de nuevo                |

*Elaboración propia*

### c) **Kaoru Ishikawa**

En Japón tuvo un papel relevante para establecer la calidad. Instituyó los círculos de calidad en Japón (grupos de personas de una misma área de trabajo que se dedican a generar mejoras). Estableció un esquema de causa y efecto se conoce como Espina de pescado, al cual también se le nombra como diagrama de Ishikawa.

Indicó que el control de la calidad.

- Se inicia y acaba con la capacitación en todos los niveles de la organización.
- Las acciones correctivas deben ser efectivas y serias.

#### **2.2.1.4 Satisfacción del Cliente**

En opinión de Philip Kotler, Thompson (2019), expresó que la satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Por su parte Peiró (2018), indica que es una medida de lo que el cliente percibe a su agrado acerca del servicio o precio por el cual paga. Asimismo, refiere que satisfacer a un cliente es una excelente estrategia para fidelizarlo. Con ello las ventas aumentan, por ende, el rendimiento.

#### **Elementos que conforman la Satisfacción del Cliente**

Para Thompson (2019), son tres:

- 1. El Rendimiento Percibido:** Lo que el cliente obtuvo de valor. Es decir, en que aumentó su utilidad o calidad de vida. Es un aspecto subjetivo peculiar en cada cliente. El rendimiento se vincula al cliente, en sus valoraciones, es subjetivo, es influenciado por el entorno de su inteligencia emocional. Por ello investigar a la amplitud del cliente es muy crítico.

**2. Las Expectativas:** Las expectativas de los clientes son distintas y obedecen a experiencias buenas o malas que éstos han adquirido en otras empresas. Los clientes tienen perspectivas y exigencias marcadas respecto a los bienes o servicios que van a adquirir, ya que esperan sentirse satisfechos y haber suplido sus necesidades cada vez que asisten a un negocio, por ello es necesario identificarlas.

Las expectativas que presentan los clientes son consecuencia de las promesas que realizan los empresarios al ofrecer las bondades de un producto o servicio, experiencias adquiridas, opiniones o consejos recibidos por personas del entorno, así como los beneficios que prometen los competidores. Se debe considerar que si los niveles de satisfacción de los clientes disminuyen no precisamente se traduce en disminución de calidad en el servicio o producto, sino que hoy en día las exigencias de los clientes son mayores por lo que se debe incidir en mejorar las estrategias de mercado.

**3. Los Niveles de Satisfacción:** El resultado después de comprar o adquirir un producto o servicio está relacionado a uno de los tres niveles de satisfacción del cliente, de ello dependerá, identificar su fidelización y lealtad. Por esta razón, las organizaciones inteligentes tienen como prioridad satisfacer, agradar a sus clientes prometiéndoles primero un producto o servicio de acuerdo a sus capacidades, y agotando esfuerzos para luego ofrecer más de lo prometido.

a. **Insatisfacción:** El producto o servicio recibido no cubre las expectativas del cliente.

b. **Satisfacción:** El producto o servicio recibido alcanza las expectativas del cliente, por lo que éste se siente satisfecho.

c. *Complacencia*: El producto o servicio recibido supera la perspectiva del cliente.

### **Cómo lograr la satisfacción del cliente**

Peiró (2018), indica lo siguiente:

- Primero ejecutando productos o servicios congruentes con las necesidades del cliente.
- Nexo directo con los clientes.
- Tomar datos de su impresión mediante encuestas que indican su agrado.
- Utilizar esa información para mejorar los productos y servicios.
- Dejar que los clientes verifiquen la calidad del producto previo a su venta.
- Mejorar la experiencia de usuario continuamente en sus compras online, del contacto con atención al cliente, de los envíos, de la respuesta inmediata a problemas suscitados.
- El valor lo dan los clientes no el empresario.
- La cordialidad al cliente es fundamental.
- Con el cliente no se discute, se alía con sus inquietudes.
- Ofrecer lo posible y no algo irrealizable.
- Reducir tiempo de espera.
- Conceder el beneficio de la duda a los clientes. Ellos siempre tendrán la preferencia.

### **2.2.1.5 Liderazgo**

La Escuela Europea de Management (2016), de acuerdo a la definición del autor Edilberto Chiavenato, indica que el Liderazgo es una influencia interpersonal ejercida en determinada situación, con la finalidad de conseguir uno o más objetivos específicos, mediante el proceso de la comunicación humana. Acota que Gibb, opinó que los líderes en un grupo son aquellas personas a quienes se las percibe más frecuentemente desempeñando papeles o funciones que impulsan o controlan el comportamiento de otros hacia el objetivo del grupo. Asimismo, Kotter (2016) señaló que el Liderazgo no es más que la actividad o proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo.

#### **Características de un buen líder**

Para Romero (2016), los líderes modernos deben ostentar 8 cualidades.

1. Manejar la complejidad: Que implica resolver problemas desde una visión holística, basados en situaciones cambiantes con la información mínima, toman acciones adecuadas.
2. Mentalidad global: Ante el mundo globalizado, los líderes actúan con habilidad de cambio e incursionan en nuevos mercados. Ellos se involucran en temas de índoles nacional, internacional, político económico, tecnológico y de competitividad.
3. Actúan con planificación estratégica: Fijan misión, visión, metas y objetivos. Sin embargo, también deben ser flexibles y aplicar estrategias de coyuntura que se adaptan a los cambios y al momento económico, político que les toque vivir.

4. Promueven la innovación: La mejor receta es innovar para mantener la competitividad. Crear nuevos productos, servicios y dar facilidades al cliente.
5. Aprovechan las redes: Las ventas netas hoy se realizan en línea, es necesario utilizar redes sociales. Implica dominio del networking, para promover la colaboración. Se conectan con socios, proveedores y competidores.
6. Inspiran compromiso: Es crucial que los colaboradores de la organización, en todos los niveles, se mantengan comprometidos con el trabajo que realizan. El líder debe asegurar la creación de valor en un empleado así se mantenga años en el puesto.
7. Flexibilidad: Lo antiguo que se consideró éxito ahora no lo es. Hay que cambiar. Los líderes flexibles y adaptables analizan los nuevos contextos con frialdad y busca de horizontes provechosos.
8. Ágiles para aprender: Tiene actitud de aprendizaje permanente. Conocen y luego reflexionan sobre resultados favorables o no.

### **2.2.2 Kaizen**

Para Benzaquen (2019), el Kaizen es una acumulación progresiva y continua de pequeñas mejoras que involucra personal jerárquico y de línea. Sus componentes son tres: percepción para encontrar la problemática, proponer soluciones innovadoras y decidir con su seguimiento y control.

Aular (2018), argumenta que los integrantes de una empresa son entes dinámicos y sus sugerencias son siempre bienvenidas. Con el Kaizen se busca mejorar constantemente, en aras de agradar al cliente, lo cual es precedido de incrementos del rendimiento en eficacia y eficiencia en los procesos, con la concordante baja de costes.

Salazar (2016), refirió que el Kaizen significa "cambio para mejorar", que ha desencadenado toda una filosofía de cambiar siempre. La organización es un todo, y tanto los altos niveles como el operario se integran en un objetivo común. Los aportes siempre serán significativos.

#### ***2.2.2.1 Metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming***

Salazar (2016), señala que antes de abordar la metodología Kaizen, la organización ya ha tenido que haber definido su firme intención, por parte de la dirección, para el desarrollo de actividades de mejora continua. Una vez se ha superado esta etapa, la siguiente consiste en un diseño instruccional para inculcar el espíritu Kaizen al personal desde la formación.

Una vez esto se vaya desarrollando y ya teniendo un líder responsable de la filosofía dentro de la compañía, se procede con la herramienta de reconocimiento de problemas, que siempre es un buen punto de origen para implementar un proceso de mejora continua. Para tal fin existen herramientas como el ciclo de Deming o PDCA, o herramientas como MOVE WorkShop. Explicaremos en este caso el ciclo sistemático de Deming. Para implementar tenemos el ciclo de Deming o PHVA.

Tabla 3: Ciclo de Deming o PHVA

| Acciones  | Contenido   | Dimensiones  |
|---|---|--|
| <p><b>Planificar</b><br/><b>(Planning):</b></p> | <p>Selección del objeto de mejora, en ella se explican las razones de dicha elección y se definen unos objetivos claros que se deben alcanzar.</p>  | <p>Diagnostico<br/>Base de datos<br/>Objetivo</p>      |
| <p><b>Hacer (Do):</b></p>                       | <p>Trabajo de campo de la mejora, consiste en propuestas de solución y rápida implementación de las mejoras de mayor prioridad.</p>   | <p>Propuestas de solución<br/>Just Do It</p>           |
| <p><b>Verificar</b><br/><b>(Check):</b></p>     | <p>En esta etapa se debe comprobar el objetivo planteado en el plan respecto a la situación inicial que se identificó. Por ende, comprobamos que se estén alcanzando los resultados o en caso contrario volveremos al Hacer.</p>  | <p>Monitorización<br/>Verificación</p>                 |
| <p><b>Actuar</b><br/><b>(Action):</b></p>       | <p>Asegurar que las mejoras no se deprecien, depende del estándar u oficialización de las medidas correctivas. Primero se comprueba que las medidas han alcanzado los resultados esperados, además, debemos plantearnos siempre la posibilidad de seguir mejorando el objeto de análisis.</p> | <p>Estandarización<br/>Búsqueda de la optimización</p> |

Elaboración propia

## **Ventajas del ciclo Deming**

Pacheco (2019), señaló que la mejora continua de los procesos proporciona múltiples beneficios entre los cuales destacan los siguientes:

- Posee un carácter repetitivo, el cual permite una atención continua que facilita la mejora de la calidad.
- Genera un sentimiento de unificación que influye positivamente a la organización en general.
- Su uso y aplicabilidad es ilimitada, se ajusta a cualquier situación u objetivo, gracias a que esta metodología está dividida en cuatro pasos delimitados.
- Se puede utilizar en la resolución de problemas ligados al liderazgo empresarial y también problemas relacionados a los procesos de producción, que correspondan al departamento de producción y departamento de control de calidad.
- Permite a las empresas hacer pruebas de los cambios a implementar, para evitar gastos innecesarios, errores en las modificaciones o métodos que pudieran no funcionar o requerir algún ajuste diferente.
- Luego de verificar y analizar el éxito de un método nuevo para el proceso, la empresa tiene la oportunidad de ensanchar su utilización en otros departamentos, con la seguridad de que proveerá los beneficios esperados.

### 2.2.2.2 Técnica de las 5S's

Piñero, Vivas & Flores (2018), señaló que, para Masaaki Imai, la filosofía kaizen se convirtió en la clave de la ventaja competitiva japonesa, que tiene como finalidad alcanzar mayor orden, eficiencia, y disciplina en el entorno de trabajo. Las 5S's tienen por objetivo realizar cambios ágiles y rápidos teniendo una visión a largo plazo, promoviendo la participación activa de todas las personas de la organización para idear e implementar sus mejoras.

Una de las cuestiones más importantes de cualquier organización es lograr que su personal labore en un mejor ambiente de trabajo para hacerlos sentir bien y obtener mayor compromiso para realizar sus actividades y maximizar de esta manera los beneficios del negocio.

Las 5S's es una técnica que permite organizar el lugar de trabajo, mantenerlo funcional, limpio en condiciones estandarizadas, teniendo disciplina para hacer un buen trabajo. Las 5S's se derivan de las palabras japonesas Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke.

Díaz (2019), indicó que son 5 palabras japonesas, las guías para un trabajo exitoso. Gráficamente:



Figura 2:Kaizen - Tomada de la base de datos de Educadictos

- **Seiri (selección):** Es indispensable separar los elementos que no serán utilizados en un proceso productivo o de servicios. Eliminar objetos que no sean necesarios en el área de trabajo.
- **Seiton (organización):** Las herramientas, materiales, útiles y accesorios deben estar organizados en estanterías, anaqueles o gavetas lo cual facilita su ubicación y ahorra tiempos.
- **Seiso (limpieza):** Se identifica dónde está el foco de suciedad. De tal manera que se protege la salud y se controla riesgos como posibles enfermedades de los operarios por contaminación. Un espacio de trabajo limpio es el mejor aliciente para el operario.
- **Seiketsu (estandarización):** Explica que cuando ya se han logrado los cambios, establecer niveles de medición en base a puntajes que correspondan a rendimientos óptimos. Es requisito establecer reglamentos y controles para su sostenibilidad.
- **Shitsuke (disciplina):** Realizar estrictamente lo indicado en el control, orden, limpieza, estandarización que se conviertan en filosofía, estableciendo métodos y métricas para el éxito de la organización.

### **Beneficios de implantar la Técnica 5S's:**

Agustín (2015), señaló que la metodología 5S's indica y ayuda a deshacer de los materiales innecesarios, a que todo se encuentre ordenado e identificado, a eliminar las fuentes de suciedad y a arreglar los desperfectos, a que todos los elementos se aprecien a simple vista sin necesidad de largas búsquedas y a que todo esto se mantenga y mejore constantemente.

Asimismo, señaló los siguientes beneficios:

- Involucrar a todos los empleados en una herramienta eficaz y sencilla.
- Ayudar en la eliminación de desperdicios.
- Reducir los riesgos de accidentes.
- Reducir el estrés de los empleados al no tener que hacer tareas frustrantes.
- Mejora de los procesos de comunicación interna.
- Reducir el tiempo de búsqueda de los elementos que se necesitan.
- Suavizar el flujo de trabajo.
- Mejorar nuestra disposición ante el trabajo.
- Proveer un proceso sistemático para la mejora continua.
- Menos movimientos y traslados inútiles.
- Aumentar la fiabilidad de las entregas debido a los retrasos.
- Mejorar nuestra imagen ante los clientes.
- Menor nivel de existencias almacenadas.
- Mejor identificación de los problemas.
- Contribuir a desarrollar buenos hábitos.

Las ventajas antes mencionadas, están encaminadas a una única cuestión: reducir el tiempo de ejecución de los trabajos reduciendo el despilfarro, la accidentabilidad, es decir, aumentar la productividad y la seguridad.

### **III. HIPÓTESIS**

Según Hernández & Mendoza (2018), no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El hecho de formular o no hipótesis dependió de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Se desarrolló una investigación de nivel descriptivo. Según Maldonado (2015), con los estudios descriptivos se logró caracterizar y analizar el objeto de estudio en un tiempo y lugar determinado. También permitió detallar las propiedades principales de grupos de personas, conformados por clientes, propietarios y personal de las tiendas de abarrotes.

Es necesario referir que el estudio descriptivo midió de manera independiente los conceptos o variables de estudio; aunque también se integró las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y se manifiesta el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas.

Según Maldonado (2015), la investigación se ejecutó bajo el enfoque cuantitativo, en el cual se examinó los datos de forma numérica, principalmente en el entorno estadístico. Asimismo, permitió relacionar las variables explicativas consistentes con la lógica, la objetividad y el positivismo como filosofía del conocimiento. En esta investigación se tomaron datos de las variables Gestión de la Calidad y el Kaizen y sus indicadores que con la estadística descriptiva se obtuvo niveles de aceptabilidad y rechazo de acuerdo a las preguntas.

Pino (2018), señala que la investigación no experimental recoge y analiza datos sobre las variables, estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar. La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, dado que los datos se obtienen en un solo momento, además no se puede manipular los datos más bien representan la realidad.

**El diseño de la investigación fue no experimental**, ya que se observaron los fenómenos tal y como se presentaron en el contexto natural. La investigación no experimental, es una investigación también conocida como post facto por cuanto su estudio se basa en la observación de los hechos en pleno acontecimiento sin alterar en lo más mínimo ni el entorno ni el fenómeno estudiado. No hubo manipulación de datos, se tomó la información tal como reportaron los encuestados.

**De corte transversal o sincrónica** porque el estudio se circunscribió a un momento puntual, un segmento de tiempo. Se midió y caracterizó la situación en ese tiempo específico, se midió a la vez la prevalencia de la exposición y el efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permitió estimar la magnitud y características.

#### **4.2. Población y muestra**

La población objeto de estudio de la presente investigación estuvo conformada por los propietarios, personal y clientes de las MYPE de abarrotes ubicadas en el mercado modelo de Talara, a quienes se acudió en busca de información respecto a las dos variables (Gestión de Calidad y Kaizen).

Para la variable “Gestión de la calidad” se encuestó a los clientes, quienes constituían una población infinita. Por lo tanto, se empleó la fórmula de muestra considerando que fue una investigación cuantitativa y descriptiva. Asimismo, se encuestó al personal de las MYPE de abarrotes, los cuales conformaban una población finita, dado que se conocía el número limitado de elementos por cada tienda de abarrotes.

Para la variable “Kaizen” se encuestó a los propietarios de las 13 tiendas de abarrotes, que se ubican en el mercado modelo de Talara, los cuales conformaba una población finita ya que se conocía la cantidad limitada de elementos.

La distribución se puede observar en el Cuadro 1 y el detalle de la población y muestra en el Cuadro 2.

**Cuadro 1: Relación de MYPE**

| Ítem         | Nombre de MYPE           | RUC         | N° de trabajadores |
|--------------|--------------------------|-------------|--------------------|
| 1            | Comercial "Quevedo"      | 10739413414 | 3                  |
| 2            | Negocios "Cruz A"        | 10003251883 | 3                  |
| 3            | Tienda "Mi Socorro"      | 10038769095 | 2                  |
| 4            | Comercial "Jefry Ismael" | 10422824630 | 2                  |
| 5            | Comercial "Canales"      | 10038734062 | 2                  |
| 6            | Comercial "Lesfa"        | 10038756851 | 3                  |
| 7            | Comercial "Mathius"      | 10430684154 | 3                  |
| 8            | Tienda "Katia"           | 10410718940 | 2                  |
| 9            | Comercial "Emanuel"      | 10166308335 | 2                  |
| 10           | Comercial "Valdiviezo"   | 10038244421 | 4                  |
| 11           | Tienda "Gloria"          | 10035723493 | 2                  |
| 12           | Tienda "Alex"            | 10440160633 | 2                  |
| 13           | Comercial "Navarro"      | 10038384045 | 2                  |
| <b>Total</b> |                          |             | <b>32</b>          |

*Elaboración propia*

**Cuadro 2: Fuente de información**

| <b>Variable: Gestión de calidad</b> |            |         |
|-------------------------------------|------------|---------|
| Fuente de información               | Población  | Muestra |
| Clientes                            | Infinita   | 384     |
| Personal que labora en las MYPE     | Finita: 32 | 32      |
| <b>Variable: Kaizen</b>             |            |         |
| Fuente de información               | Población  | Muestra |
| Propietarios de las MYPE            | Finita: 13 | 13      |

*Elaboración propia*

Pino (2016), indicó que para determinar la muestra de una población infinita, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = Z^2 p q / e^2$$

Dónde: n = muestra a ser estudiada

Z = considerado (para 95% de confianza Z= 1.96)

p = Probabilidad = 0.5

q = 0.5

e = Error permitido (5%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = (1.96)^2 (0.50) (0.50) / (0.05)^2$$

$$n = 0.9604 / 0.0025$$

$$\mathbf{n = 384}$$

n = 384 clientes.

Se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia. Carrasquedo (2017), señala que esta técnica se basa en un proceso que no les permite a todos los individuos de una población investigada tener la misma oportunidad de ser seleccionados, es decir, el investigador realiza la muestra en base a la selección de individuos que considera accesibles y de rápida investigación.

Para aplicar la encuesta a los 384 clientes, se consideró que, en el mercado, las MYPE de abarrotes se diferencian por el nivel de aceptación y concurrencia de clientes. Se detalla el N° de clientes encuestados por tienda de abarrotes:

***Cuadro 3: Clientes encuestados por MYPE***

| <b>Ítem</b>  | <b>Nombre de MYPE</b>    | <b>N°</b>  |
|--------------|--------------------------|------------|
| 1            | Comercial "Quevedo"      | 35         |
| 2            | Negocios "Cruz A"        | 35         |
| 3            | Tienda "Mi Socorro"      | 25         |
| 4            | Comercial "Jefry Ismael" | 35         |
| 5            | Comercial "Canales"      | 35         |
| 6            | Comercial "Lesfa"        | 35         |
| 7            | Comercial "Mathius"      | 35         |
| 8            | Tienda "Katia"           | 23         |
| 9            | Comercial "Emanuel"      | 25         |
| 10           | Comercial "Valdiviezo"   | 25         |
| 11           | Tienda "Gloria"          | 23         |
| 12           | Tienda "Alex"            | 23         |
| 13           | Comercial "Navarro"      | 30         |
| <b>Total</b> |                          | <b>384</b> |

*Elaboración propia*

### **Criterios de inclusión**

Propietarios, personal y clientes de las MYPE del rubro abarrotes, ubicadas en el mercado modelo de Talara.

### **Criterios de exclusión**

Propietarios, personal y clientes de las MYPE del rubro abarrotes, ubicadas en el mercado modelo de Talara, que no mostraron disposición e interés a proporcionar información sobre las variables de estudio.

### 4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

*Tabla 4: Matriz de operacionalización de las variables*

| Variables          | Definición Conceptual   | Dimensiones                   | Indicadores   | Definición Operacional  | Fuente   | Escala  | Metodología   |
|--------------------|---|-------------------------------|---|---|----------|---------|---|
| Gestión de calidad | Es un conjunto de acciones organizadas que garantizan que el servicio o producto cubra las expectativas del cliente y brinde seguridad y tranquilidad al momento de adquirirlos. ISO 9001 (2015). | Satisfacción del cliente      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rendimiento percibido</li> <li>- Expectativas</li> <li>- Nivel de Satisfacción</li> </ul>  | La dimensión Satisfacción del cliente, se medirá con sus indicadores: rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción, con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. | Clientes | Nominal | Tipo Cuantitativa<br>Nivel Descriptiva<br>Diseño No Experimental<br>Corte Transversal |
|                    |   | Características del Liderazgo | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejan la complejidad</li> <li>- Mentalidad global</li> <li>- Actúan estratégicamente</li> <li>- Promueven la innovación</li> <li>- Aprovechan las redes</li> <li>- Inspiran</li> </ul> | La dimensión Liderazgo, se medirá con sus indicadores: manejan la complejidad, mentalidad global, actúan estratégicamente, promueven la innovación, aprovechan las redes, inspiran compromiso,  | Personal |         |   |

|        |  |                         |   |  |              |  |  |
|--------|--|-------------------------|---|--|--------------|--|--|
|        |  |                         | compromiso<br>- Flexibilidad<br>- Ágiles para aprender  | flexibilidad y ágiles para aprender, con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.  |              |  |  |
| Kaizen | Significa "cambio para mejorar", que ha desencadenado toda una filosofía de cambiar siempre. La organización es un todo, y tanto los altos niveles como el operario se integran en un objetivo común. Salazar (2016) | Metodología del Kaizen  | - Planificar<br>- Hacer<br>- Verificar<br>- Actuar  | La dimensión Metodología del Kaizen, se medirá con sus indicadores: planificar, hacer, verificar y actuar, con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.      | Propietarios |  |  |
|        |  | Técnica 5S's del Kaizen | - Seiri (selección)<br>- Seiton (organización)<br>- Seiso (limpieza)<br>- Seiketsu (estandarización)<br>- Shitsuke (autodisciplina) | La dimensión Técnica 5S's del Kaizen, se medirá con sus indicadores: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke, con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. |              |  |  |

*Elaboración Propia*

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

##### **Técnicas**

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, a fin de obtener datos por medio de cuestionarios prediseñados y no modificar el entorno ni controlar el proceso en observación. Ramírez (2015), señala que la encuesta es una técnica cuantitativa de investigación realizada sobre una muestra de sujetos, con el fin de recopilar datos y obtener amplia información que permita conocer su opiniones, actitudes y comportamientos. Por medio de esta técnica, se puede requerir información acerca de los problemas en estudio y sacar las conclusiones que correspondan con los datos recopilados.

##### **Instrumentos**

Ramírez (2015), indica que, para la recopilación de datos en la técnica de la encuesta, se utiliza el cuestionario. Asimismo, señala que el cuestionario es un conjunto de preguntas, preparado sistemática y cuidadosamente sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación.

Por ello, el cuestionario se obtuvo a partir de la Operacionalización de las variables, teniendo en cuenta los indicadores específicos que aborda la investigación. También, se utilizó como guía los cuestionarios de las encuestas de los antecedentes de la presente investigación, así como el marco teórico que soporta a cada una de las variables.

Se elaboró un listado de preguntas estructuradas dirigidas a la muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos, las cuales se entregaron a las personas involucradas en el proceso, a fin de que las contesten por escrito. Las encuestas aplicadas, fueron validadas por juicios de expertos:

- Cuestionario para propietarios (19 ítems)
- Cuestionario para personal (16 ítems)
- Cuestionario para clientes (09 ítems)

#### **4.5. Plan de análisis**

Según lo indicado por Maldonado (2015), el plan de análisis detalló las medidas de resumen de las variables Gestión de Calidad y Kaizen, ya que en la investigación se utilizó los modelos y técnicas estadísticas, que permitieron recoger los datos mediante la técnica de la encuesta, con su instrumento el cuestionario. Para el procesamiento de los datos se utilizó programas informáticos, proporcionando una ventaja en tiempo, dinero y espacio ya que los resultados se obtuvieron inmediatamente. Una vez recopilados los datos, estos fueron tabulados y se realizó los gráficos correspondientes, de acuerdo a cada variable y sus dimensiones.

Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes. También se empleó el programa Excel y el SPSS. Posteriormente, se analizó e interpretó los resultados obtenidos del procesamiento de los cuestionarios, instrumentos que fueron validados con el método juicio del experto.

#### 4.6. Matriz de consistencia

*Tabla 5: Matriz de consistencia*

| Título   | Problema   | Objetivos  | Hipótesis  | VARIABLES          | Dimensiones                   | Indicadores   | Técnica  | Instrumento  |
|--|--|--|--|--------------------|-------------------------------|---|----------|--------------|
| Gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Tarara, 2020. | ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020? | Identificar las características de la gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020. | Según Hernández & Mendoza (2018) no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis | Gestión de Calidad | Satisfacción del cliente      | - Rendimiento Percibido<br>- Expectativas<br>- Nivel de Satisfacción  | Encuesta | Cuestionario |
|  |  | (a) Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.                 |  |                    |                               |   |          |              |
|  |  | (b) Describir las características de liderazgo de los propietarios de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.   |  |                    |                               |   |          |              |
|  |  |  |  |                    | Características del Liderazgo | - Manejan la complejidad<br>- Mentalidad global<br>- Actúan estratégicamente<br>- Promueven la innovación<br>- Aprovechan las redes<br>- Inspiran |          |              |

|  |  |   |  |        |                         |  |  |  |
|--|--|---|--|--------|-------------------------|--|--|--|
|  |  |   |  |        |                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- compromiso</li> <li>- Flexibilidad</li> <li>- Ágiles para aprender</li> </ul>   |  |  |
|  |  | (c) Identificar la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020. |  | Kaizen | Metodología del Kaizen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar</li> <li>- Hacer</li> <li>- Verificar</li> <li>- Actuar</li> </ul>   |  |  |
|  |  | (d) Describir la técnica 5S's del kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.  |  |        | Técnica 5S's del Kaizen | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seiri (selección)</li> <li>- Seiton (sistematización)</li> <li>- Seiso (limpieza)</li> <li>- Seiketsu (normalización)</li> <li>- Shitsuke (autodisciplina)</li> </ul> |  |  |

*Elaboración Propia*

#### **4.7. Principios éticos**

Según el Código de Ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) (2016), los principios éticos, tales como: protección a las personas, beneficencia y no maleficencia, justicia, integridad científica y consentimiento informado y expreso, así como las buenas prácticas de los investigadores guiaron la presente investigación.

En la investigación se consideró la veracidad de resultados, para lo cual se acudió al mayor número posible de fuentes de información y así conocer mejor la situación de cada MYPE. Se respetó la propiedad intelectual y la privacidad, protegiendo la identidad de las personas que participaron en el estudio, a su voluntad, sin pago alguno.

Se respetó el derecho de autor de los textos utilizados, ya que la investigación ofrecía un acercamiento teórico, en la caracterización de Gestión de Calidad y aplicación del Kaizen en las MYPE, rubro abarrotos de la Provincia de Talara, además se respetó el proceso metodológico y el análisis de los resultados. La investigación utilizó diferentes artículos, archivos, blogs, estudios, etc., de diferentes autores, a los que respetaremos su posición y su opinión con respecto al tema abordado. Con ética, apelamos a los principios de originalidad de la información, ya que cada párrafo extraído de algún libro y/o artículo contiene el nombre del autor y otros datos que permitan ver claramente de dónde proviene la información. En este trabajo de campo, la información a recolectar no será alterada, así como también la información que nos brindaran los encuestados.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

#### 5.1.1. Variable 1: Gestión de calidad

5.1.1.1. Objetivo: (a) Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

Tabla 6: *¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?*

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 291        | 75,78      |
| NO    | 93         | 24,22      |
| Total | 384        | 100,00     |

*Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia*

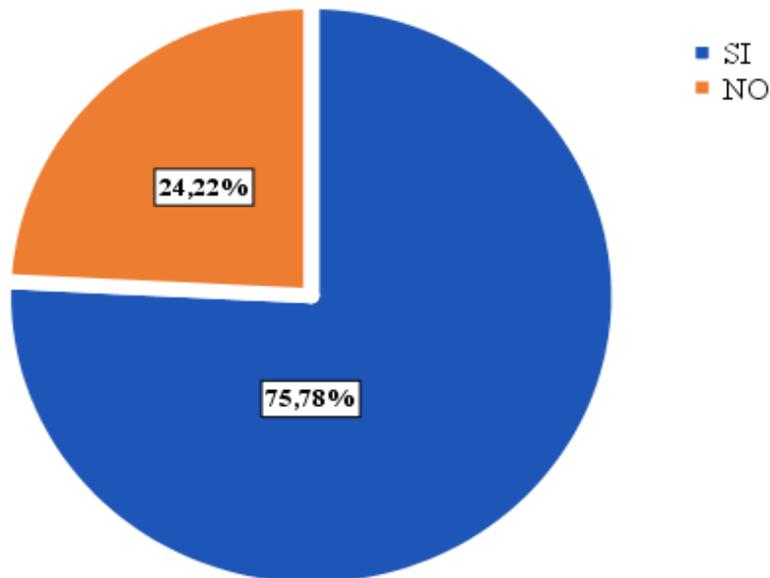


Figura 3: *Gráfico circular denominado ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?*

En la Tabla 6 y Figura 3 denominadas *¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?*, el 75.78 % de los clientes respondió si y el 24,22% respondió no.

Tabla 7: *¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes?*

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 82         | 21,35      |
| NO    | 302        | 78,65      |
| Total | 384        | 100,00     |

*Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia*

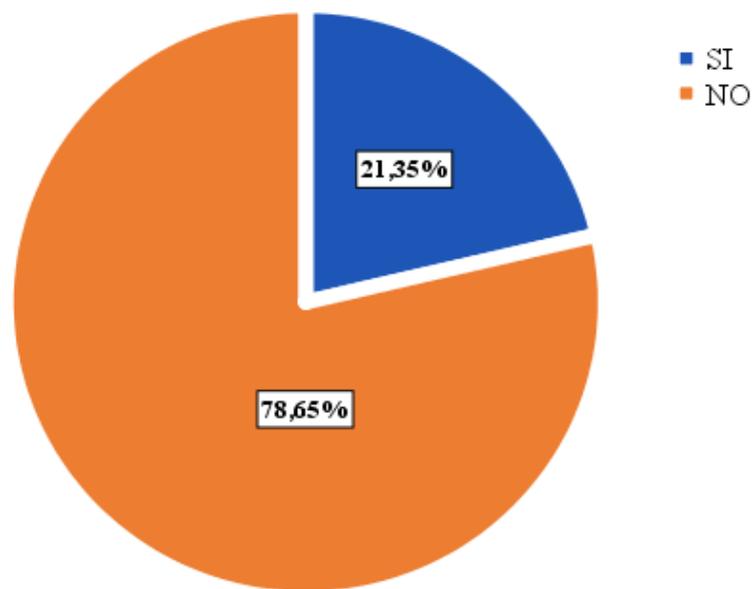


Figura 4: *Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes?*

En la Tabla 7 y Figura 4 denominadas *¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes?*, el 21,35 % de los clientes respondió si y el 78,65% respondió no.

Tabla 8: ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 179        | 46,61      |
| NO    | 205        | 53,39      |
| Total | 384        | 100,00     |

Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia

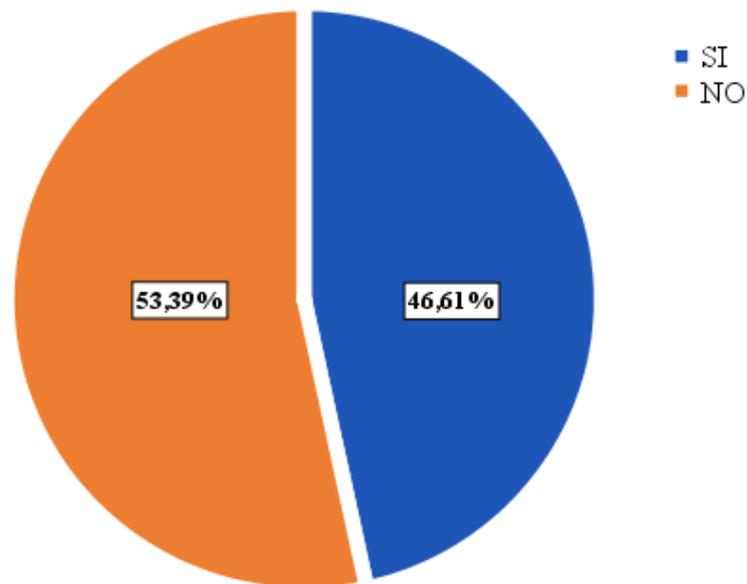


Figura 5: Gráfico circular denominado ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes?

En la Tabla 8 y Figura 5 denominadas ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes? el 46,61 % de los clientes respondió si y el 53,39% respondió no.

Tabla 9: ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 133        | 34,64      |
| NO    | 251        | 65,36      |
| Total | 384        | 100,00     |

Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia

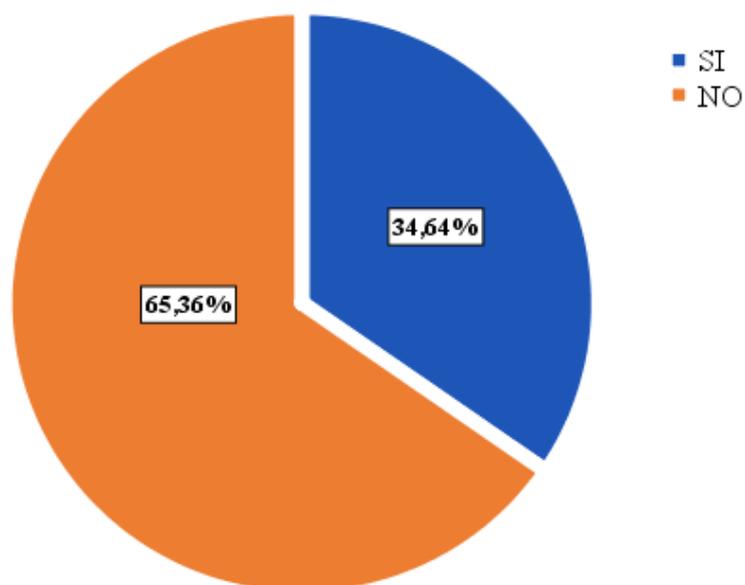


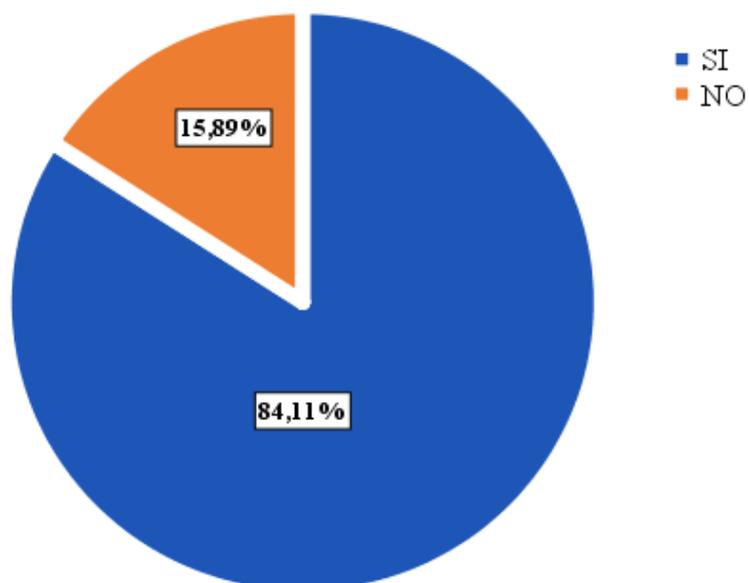
Figura 6: Gráfico circular denominado ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?

En la Tabla 9 y Figura 6 denominadas ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena? el 34,64 % de los clientes respondió si y el 65,36% respondió no.

*Tabla 10: ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?*

| <b>Ítem</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|-------------------|-------------------|
| SI          | 323               | 84,11             |
| NO          | 61                | 15,89             |
| Total       | 384               | 100,00            |

*Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia*



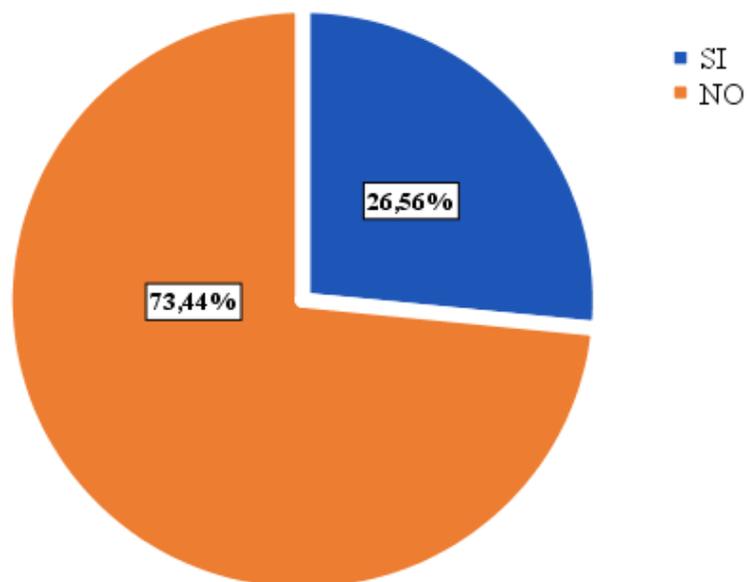
*Figura 7: Gráfico circular denominado ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?*

En la Tabla 10 y Figura 7 denominadas ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía? el 84,11% de los clientes respondió si y el 15,89% respondió no.

*Tabla 11: ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?*

| <b>Ítem</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|-------------------|-------------------|
| SI          | 102               | 26,56             |
| NO          | 282               | 73,44             |
| Total       | 384               | 100,00            |

*Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia*



*Figura 8: Gráfico circular denominado ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?*

En la Tabla 11 y Figura 8 denominadas ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos? el 26,56% de los clientes respondió si y el 73,44% respondió no.

Tabla 12: ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 298        | 77,60      |
| NO    | 86         | 22,40      |
| Total | 384        | 100,00     |

Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia

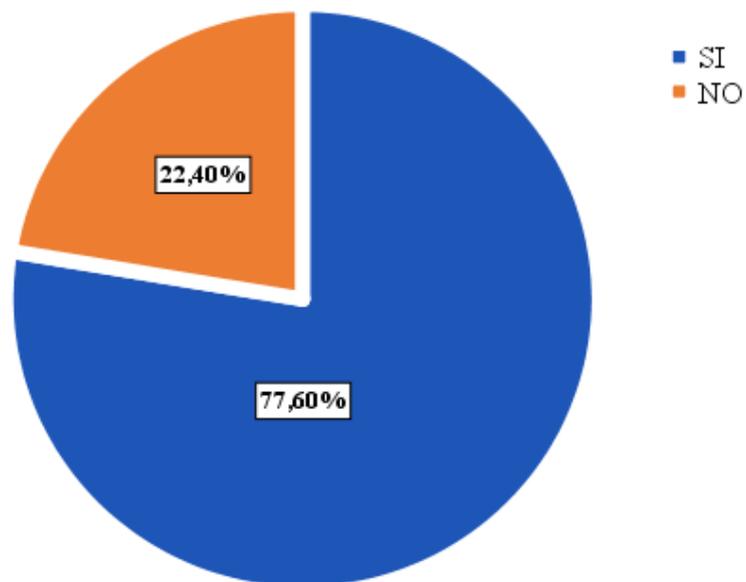


Figura 9: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?

En la Tabla 12 y Figura 9 denominadas ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad? el 77,60% de los clientes respondió si y el 22,40% respondió no.

Tabla 13: ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 203        | 52,86      |
| NO    | 181        | 47,14      |
| Total | 384        | 100,00     |

Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia

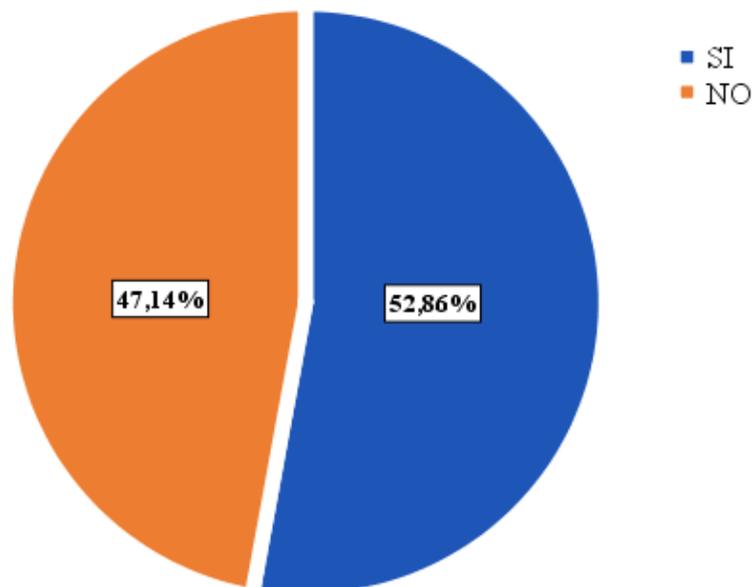


Figura 10: Gráfico circular denominado ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?

En la Tabla 13 y Figura 10 denominadas ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes? el 52,86% de los clientes respondió si y el 47,14% respondió no.

Tabla 14: ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 297        | 77,34      |
| NO    | 87         | 22,66      |
| Total | 384        | 100,00     |

Fuente: Cuestionario a los clientes  
Elaboración propia

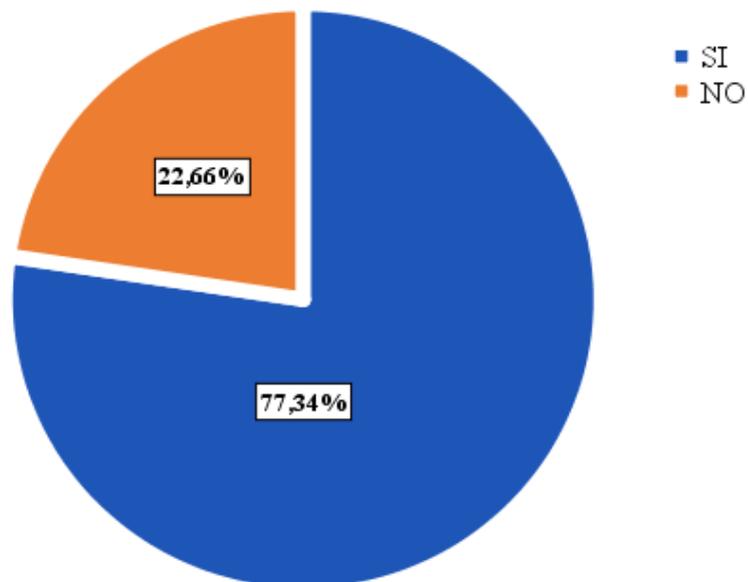


Figura 11: Gráfico circular denominado ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?

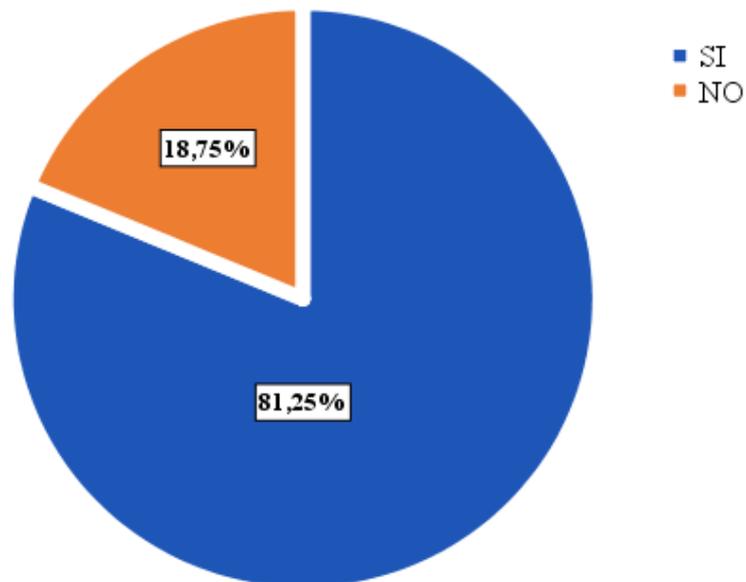
En la Tabla 14 y Figura 11 denominadas ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos? el 77,34% de los clientes respondió si y el 22,66% respondió no.

5.1.1.2.Objetivo: (b) Describir las características de liderazgo de los propietarios de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

*Tabla 15: ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?*

| <b>Ítem</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|-------------------|-------------------|
| SI          | 26                | 81,25             |
| NO          | 6                 | 18,75             |
| Total       | 32                | 100,00            |

*Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia*



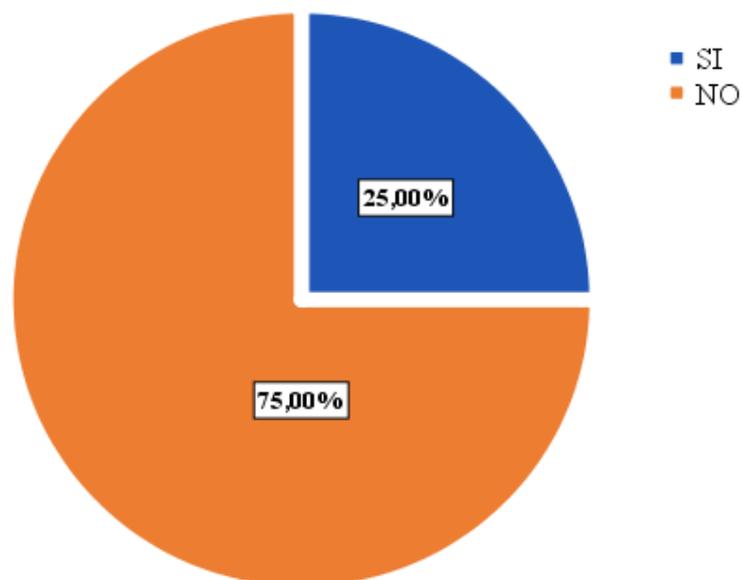
*Figura 12: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?*

En la Tabla 15 y Figura 12 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no.

*Tabla 16: Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva?*

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 8          | 25,00      |
| NO    | 24         | 75,00      |
| Total | 32         | 100,00     |

*Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia*



*Figura 13: Gráfico circular denominado Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva?*

En la Tabla 16 y Figura 13 denominadas Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? el 25,00% del personal respondió si y el 75,00% respondió no.

Tabla 17: ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 26         | 81,25      |
| NO    | 6          | 18,75      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

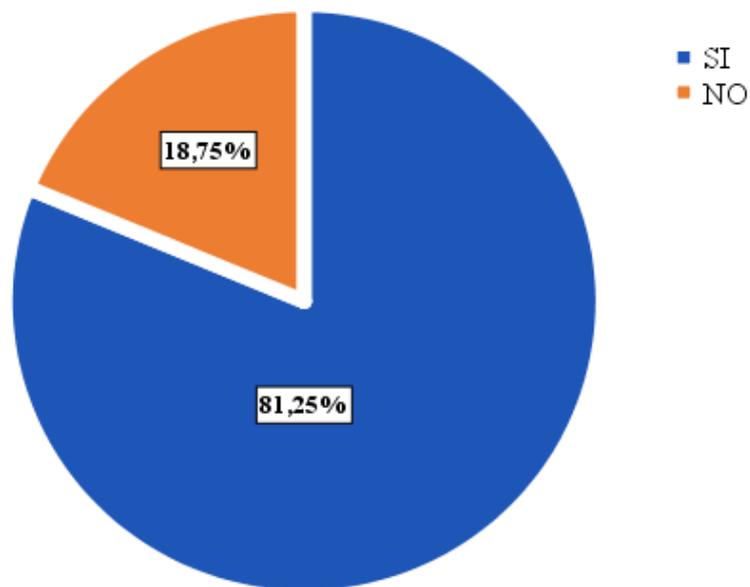


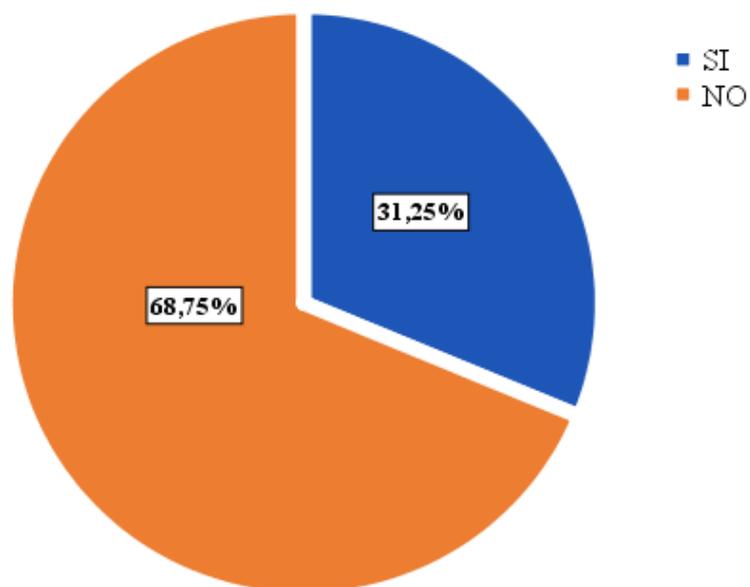
Figura 14: Gráfico circular denominado ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?

En la Tabla 17 y Figura 14 denominadas ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no.

*Tabla 18: ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?*

| <b>Ítem</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|-------------------|-------------------|
| SI          | 10                | 31,25             |
| NO          | 22                | 68,75             |
| Total       | 32                | 100,00            |

*Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia*



*Figura 15: Gráfico circular denominado ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?*

En la Tabla 18 y Figura 15 denominadas ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?, el 31,25% del personal respondió si y el 68,75% respondió no.

Tabla 19: ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 30         | 93,75      |
| NO    | 2          | 6,25       |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

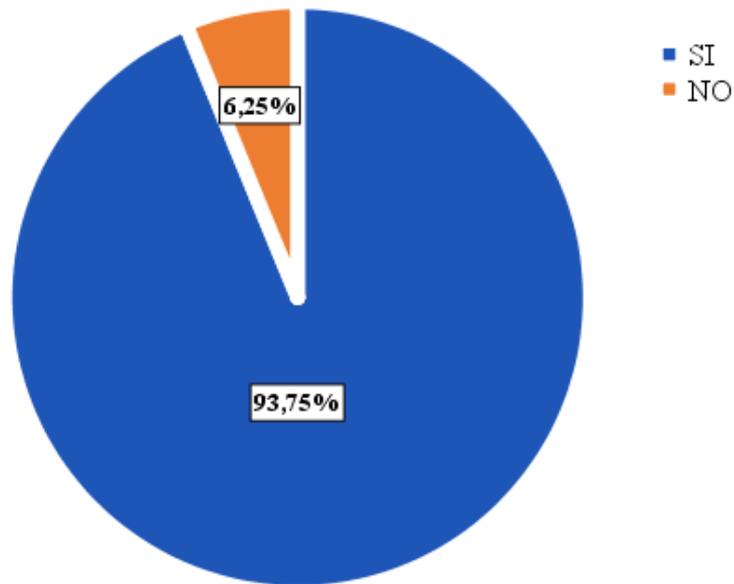


Figura 16: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?

En la Tabla 19 y Figura 16 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?, el 93,75% del personal respondió si y el 6,25% respondió no.

Tabla 20: ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 22         | 68,75      |
| NO    | 10         | 31,25      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

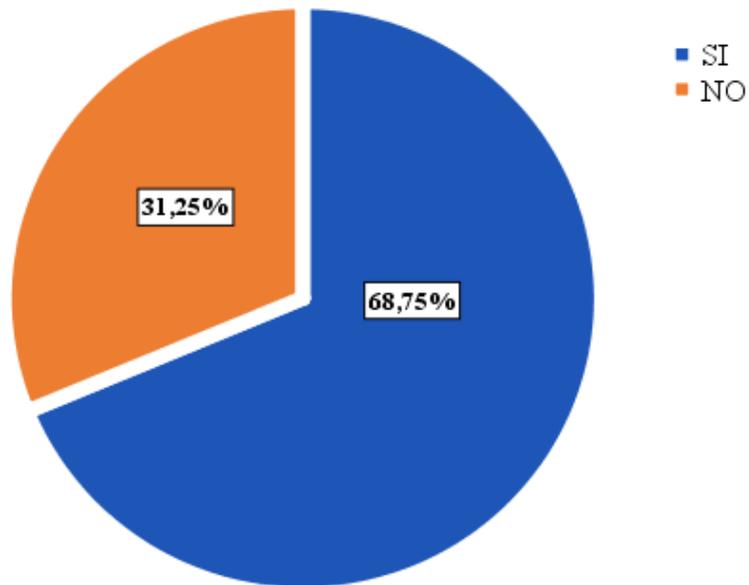


Figura 17: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?

En la Tabla 20 y Figura 17 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años? el 68,75% del personal respondió si y el 31,25% respondió no.

Tabla 21: ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 4          | 12,50      |
| NO    | 28         | 87,50      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

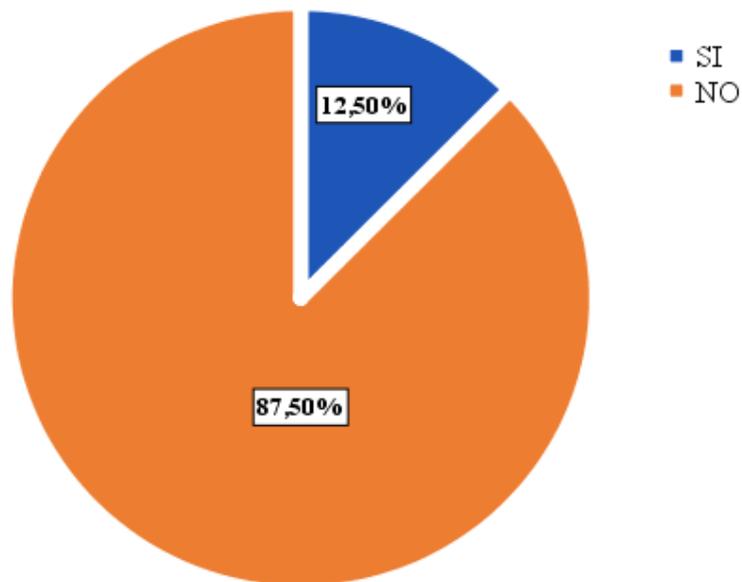


Figura 18: Gráfico circular denominado ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?

En la Tabla 21 y Figura 18 denominadas ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas? el 12,50% del personal respondió si y el 87,50% respondió no.

Tabla 22: ¿Se promueven nuevos productos de venta?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 26         | 81,25      |
| NO    | 6          | 18,75      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

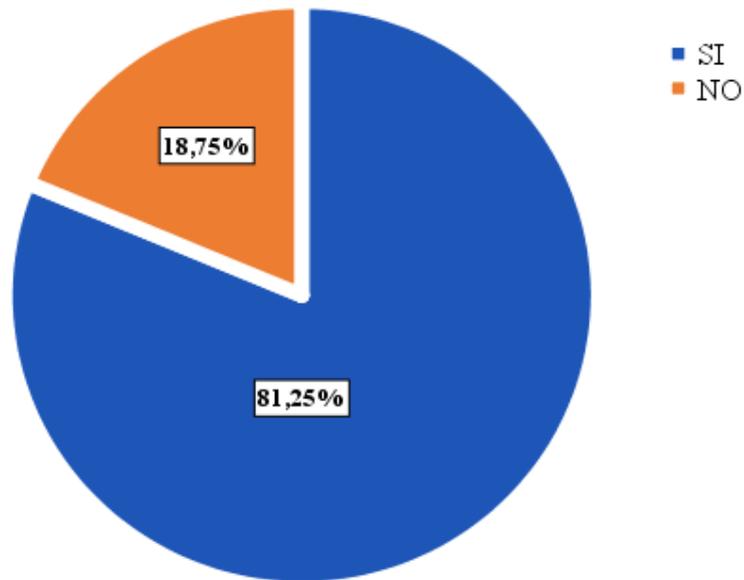


Figura 19: Gráfico circular denominado ¿Se promueven nuevos productos de venta?

En la Tabla 22 y Figura 19 denominadas ¿Se promueven nuevos productos de venta? el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no.

Tabla 23: ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 4          | 12,50      |
| NO    | 28         | 87,50      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

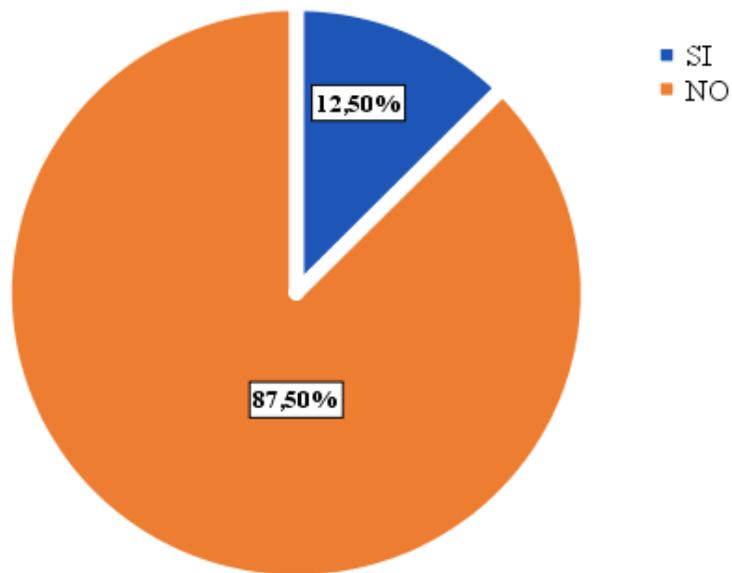


Figura 20: Gráfico circular denominado ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?

En la Tabla 23 y Figura 20 denominadas ¿Su jefe promueve el negocio vía internet? el 12,50% del personal respondió si y el 87,50% respondió no.

Tabla 24: ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante

Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 2          | 6,25       |
| NO    | 30         | 93,75      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

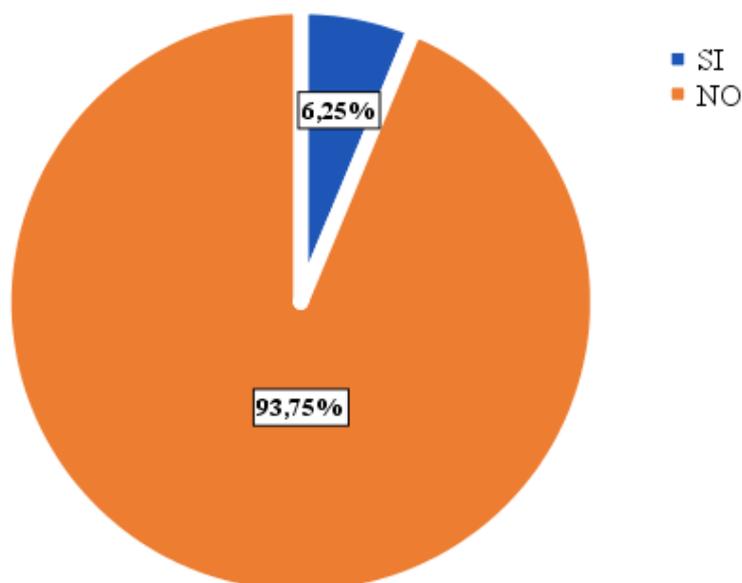


Figura 21: Gráfico circular denominado ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?

En la Tabla 24 y Figura 21 denominadas ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?, el 6,25% del personal respondió si y el 93,75% respondió no.

Tabla 25: ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?

| ITEM  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 26         | 81,25      |
| NO    | 6          | 18,75      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

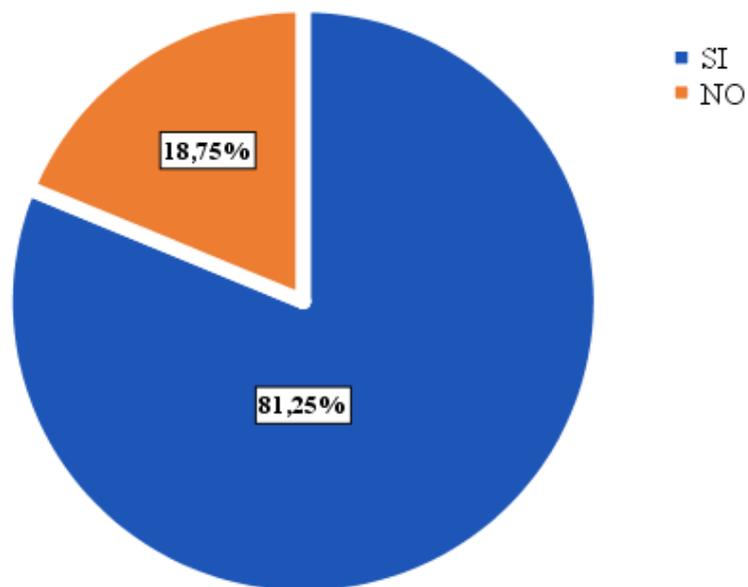


Figura 22: Gráfico circular denominado ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?

En la Tabla 25 y Figura 22 denominadas ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no.

Tabla 26: ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 6          | 18,75      |
| NO    | 26         | 81,25      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

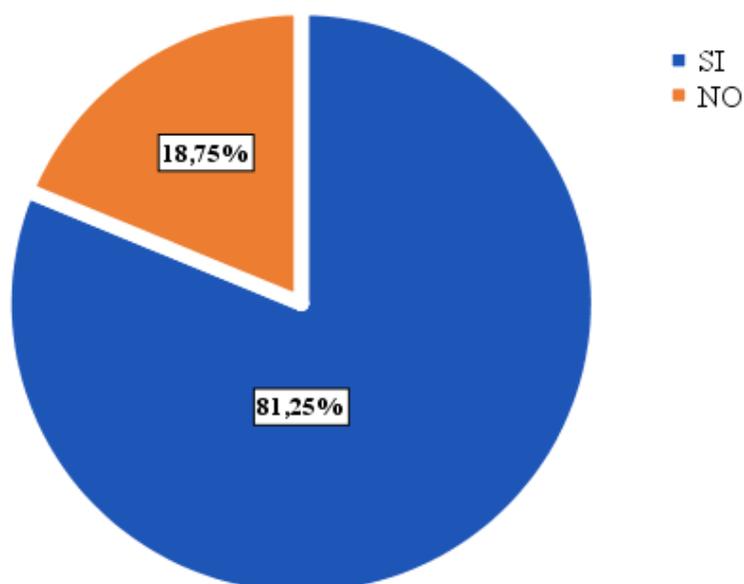


Figura 23: Gráfico circular denominado ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?

En la Tabla 26 y Figura 23 denominadas ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño, el 18,75% del personal respondió si y el 81,25% respondió no.

Tabla 27: ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 26         | 81,25      |
| NO    | 6          | 18,75      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

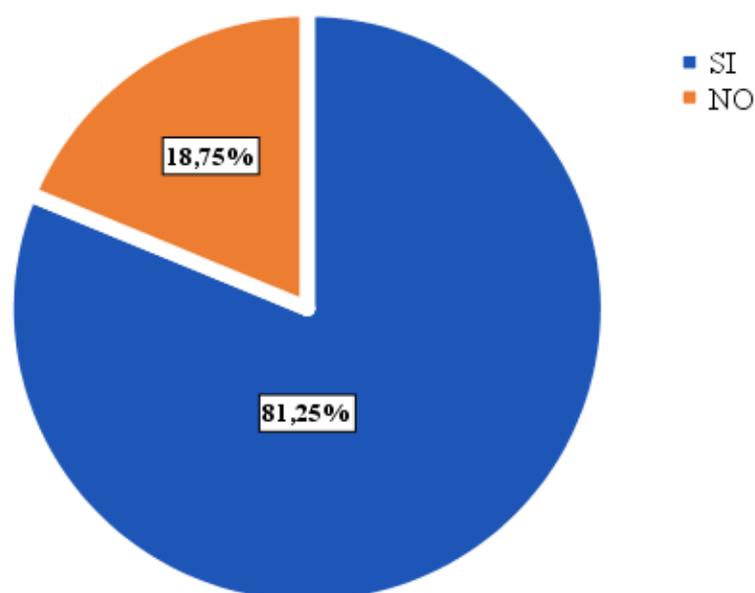


Figura 24: Gráfico circular denominado ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?

En la Tabla 27 y Figura 24 denominadas ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no.

Tabla 28: ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 6          | 18,75      |
| NO    | 26         | 81,25      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

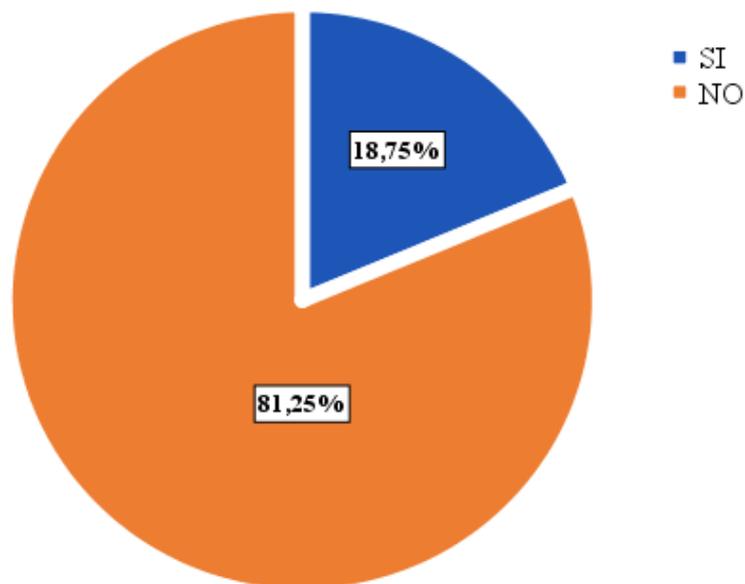


Figura 25: Gráfico circular denominado ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?

En la Tabla 28 y Figura 25 denominadas ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?, el 18,75% del personal respondió si y el 81,25% respondió no.

Tabla 29: ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 12         | 37,50      |
| NO    | 20         | 62,50      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

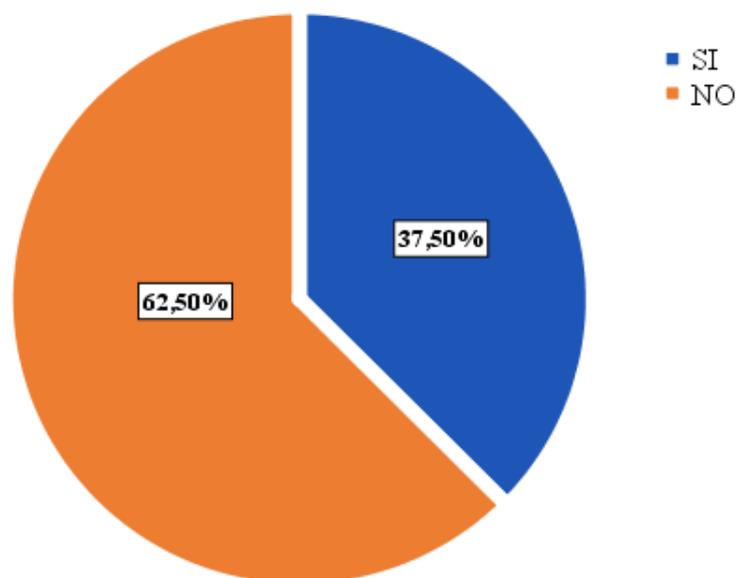


Figura 26: Gráfico circular denominado ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar?

En la Tabla 29 y Figura 26 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar?, el 37,50% del personal respondió si y el 62,50% respondió no.

Tabla 30: ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 22         | 68,75      |
| NO    | 10         | 31,25      |
| Total | 32         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al personal  
Elaboración propia

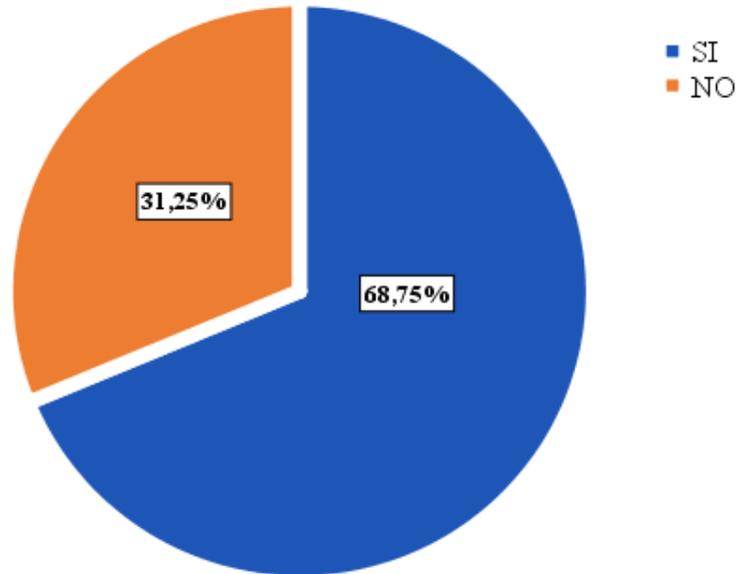


Figura 27: Gráfico circular denominado ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?

En la Tabla 30 y Figura 27 denominadas ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?, el 68,75% del personal respondió si y el 31,25% respondió no.

### 5.1.2. Variable 1: Kaizen

5.1.2.1.Objetivo: (c) Identificar la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

Tabla 31: ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 13         | 100,00     |
| NO    | 0          | 0,00       |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

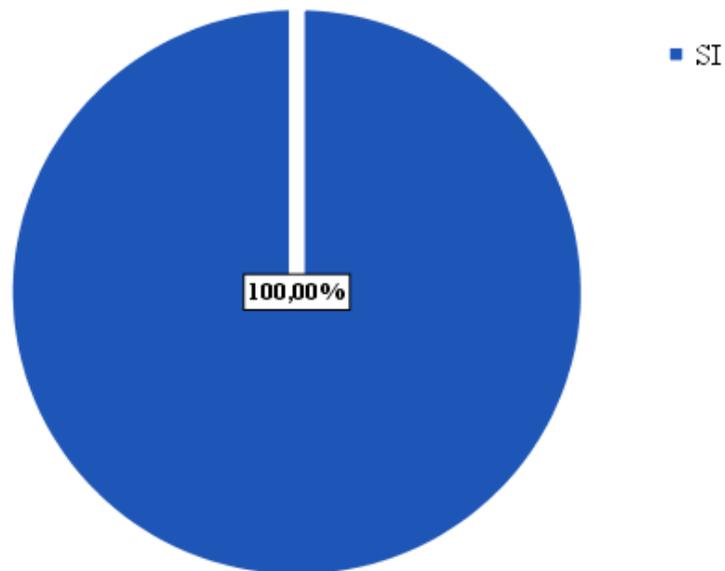


Figura 28: Gráfico circular denominado ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?

En la Tabla 31 y Figura 28 denominadas ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?, el 100% de los propietarios respondió sí.

Tabla 32: ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 11         | 84,62      |
| NO    | 2          | 15,38      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

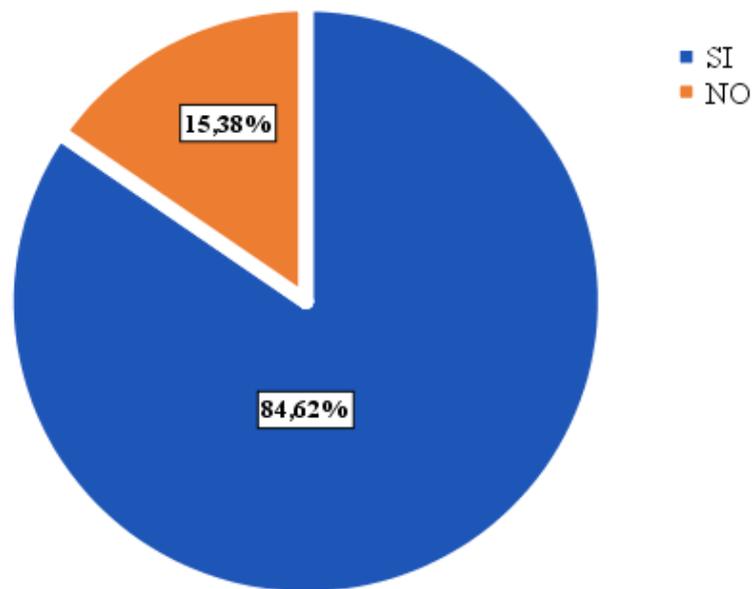


Figura 29: Gráfico circular denominado ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?

En la Tabla 32 y Figura 29 denominadas ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no.

Tabla 33: ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 3          | 23,08      |
| NO    | 10         | 76,92      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

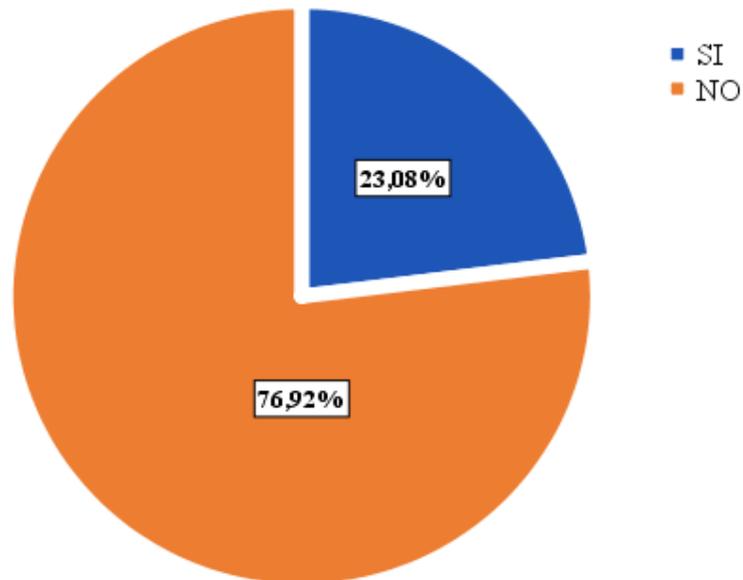


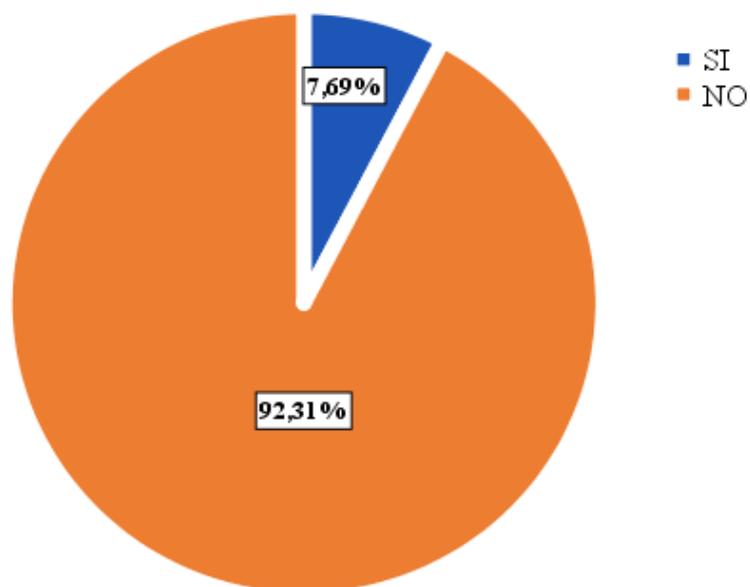
Figura 30: Gráfico circular denominado ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?

En la Tabla 33 y Figura 30 denominadas ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?, el 23,08% de los propietarios respondió si y el 76,92% respondió no.

*Tabla 34: ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?*

| <b>Ítem</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|-------------------|-------------------|
| SI          | 1                 | 7,69              |
| NO          | 12                | 92,31             |
| Total       | 13                | 100,00            |

*Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia*



*Figura 31: Gráfico circular denominado ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?*

En la Tabla 34 y Figura 31 denominadas ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?, el 7,69% de los propietarios respondió si y el 92,31% respondió no.

Tabla 35: ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 5          | 38,46      |
| NO    | 8          | 61,54      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

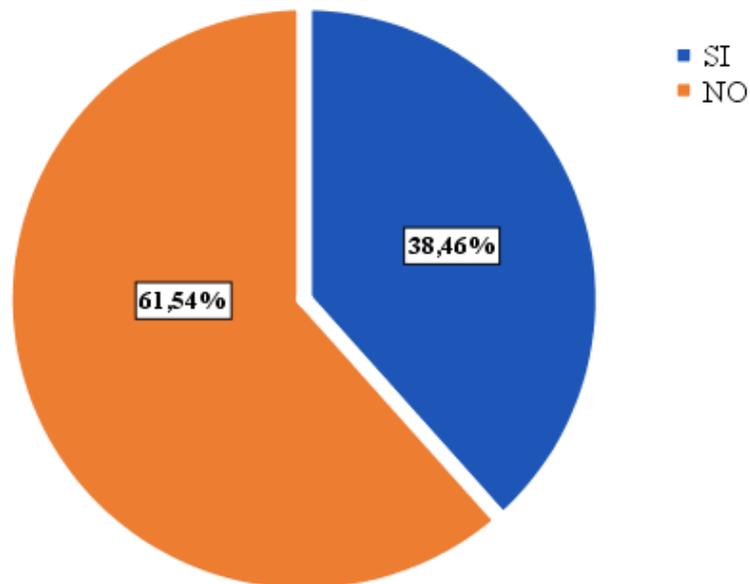


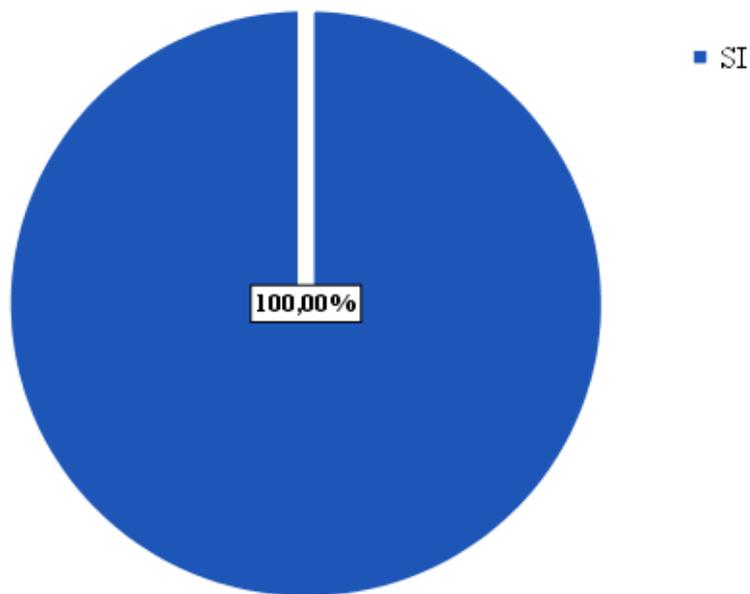
Figura 32: Gráfico circular denominado ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?

En la Tabla 35 y Figura 32 denominadas ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?, el 38,46% de los propietarios respondió si y el 61,54% respondió no.

*Tabla 36: ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?*

| <b>Ítem</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| SI           | 13                | 100,00            |
| NO           | 0                 | 0,00              |
| <b>Total</b> | <b>13</b>         | <b>100,00</b>     |

*Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia*



*Figura 33: Gráfico circular denominado ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?*

En la Tabla 36 y Figura 33 denominadas ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?, el 100% de los propietarios respondió sí.

Tabla 37: ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 4          | 30,77      |
| NO    | 9          | 69,23      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

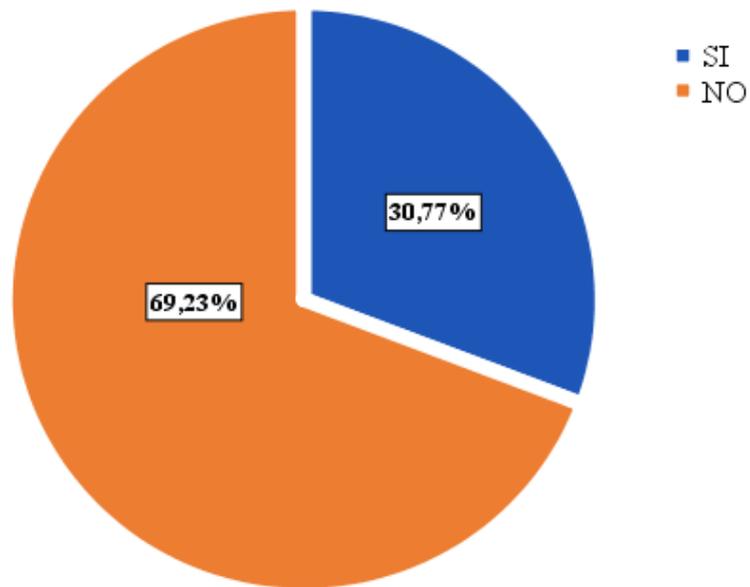


Figura 34: Gráfico circular denominado ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?

En la Tabla 37 y Figura 34 denominadas ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?, el 30,77% de los propietarios respondió si y el 69,23 respondió no.

Tabla 38: ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 9          | 69,23      |
| NO    | 4          | 30,77      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

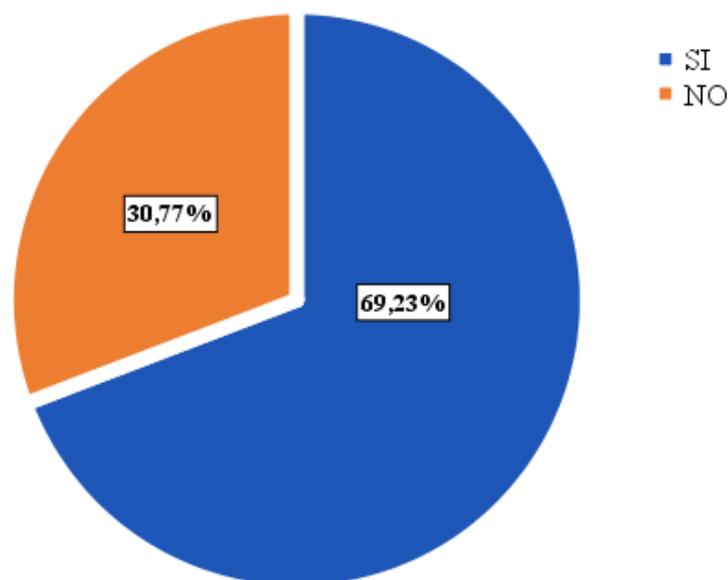


Figura 35: Gráfico circular denominado ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?

En la Tabla 38 y Figura 35 denominadas ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?, el 69,23% de los propietarios respondió si y el 30,77% respondió no.

Tabla 39: ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 11         | 84,62      |
| NO    | 2          | 15,38      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

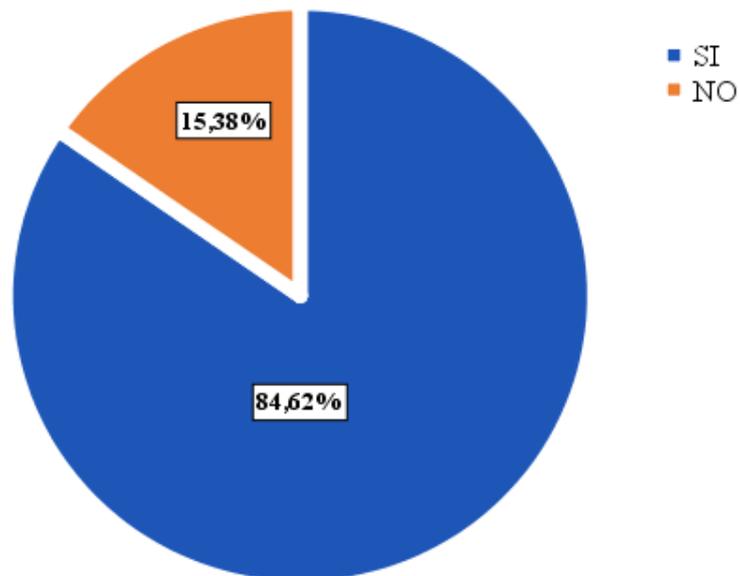


Figura 36: Gráfico circular denominado ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?

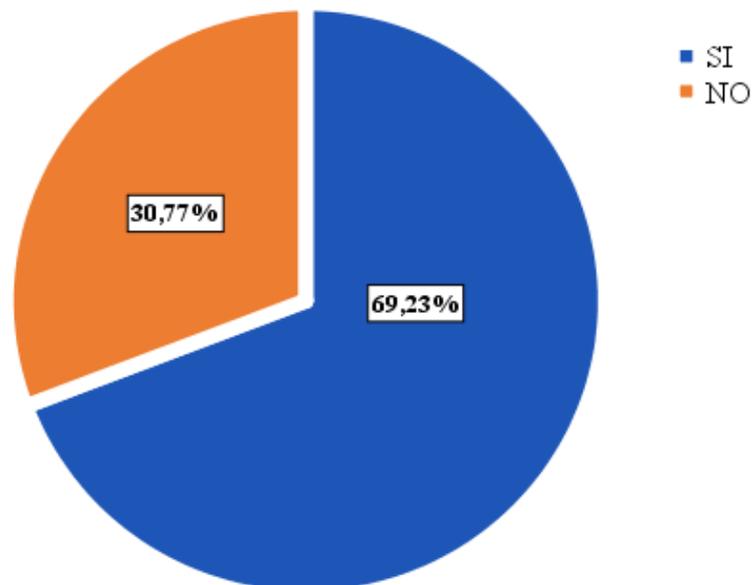
En la Tabla 39 y Figura 36 denominadas ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no.

5.1.2.2.Objetivo: (d) Describir la técnica 5S's del Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

*Tabla 40: ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?*

| <b>Ítem</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| SI           | 9                 | 69,23             |
| NO           | 4                 | 30,77             |
| <b>Total</b> | <b>13</b>         | <b>100,00</b>     |

*Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia*



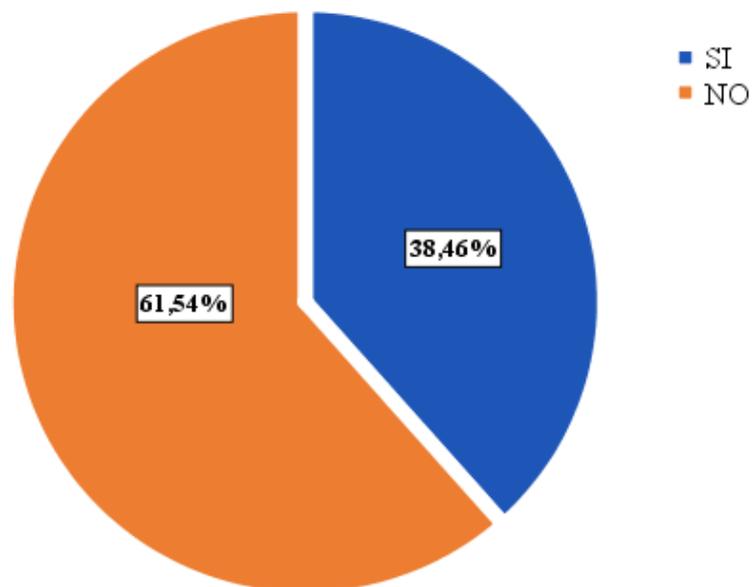
*Figura 37: Gráfico circular denominado ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?*

En la Tabla 40 y Figura 37 denominadas ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?, el 69,23% de los propietarios respondió si y el 30,77% respondió no.

*Tabla 41: ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?*

| <b>Ítem</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|-------------------|-------------------|
| SI          | 5                 | 38,46             |
| NO          | 8                 | 61,54             |
| Total       | 13                | 100,00            |

*Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia*



*Figura 38: Gráfico circular denominado ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?*

En la Tabla 41 y Figura 38 denominadas ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?, el 38,46% de los propietarios respondió si y el 61,54% respondió no.

Tabla 42: ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 11         | 84,62      |
| NO    | 2          | 15,38      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

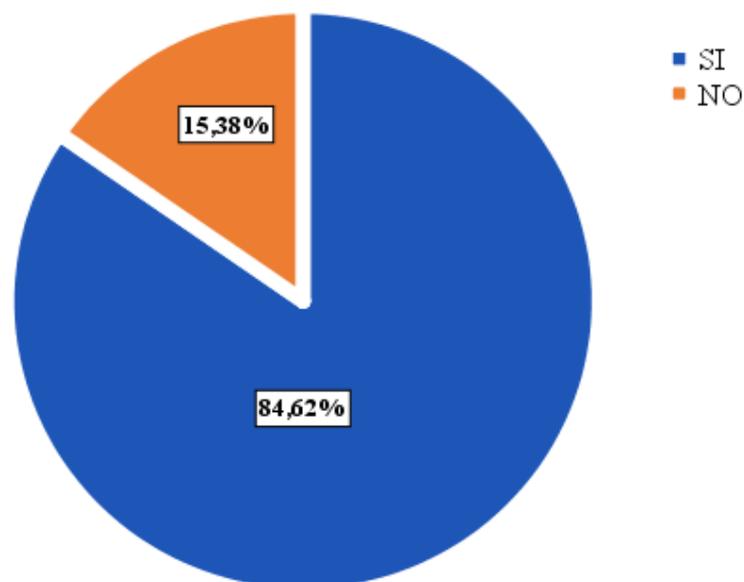


Figura 39: Gráfico circular denominado ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?

En la Tabla 42 y Figura 39 denominadas ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no.

Tabla 43: ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 4          | 30,77      |
| NO    | 9          | 69,23      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

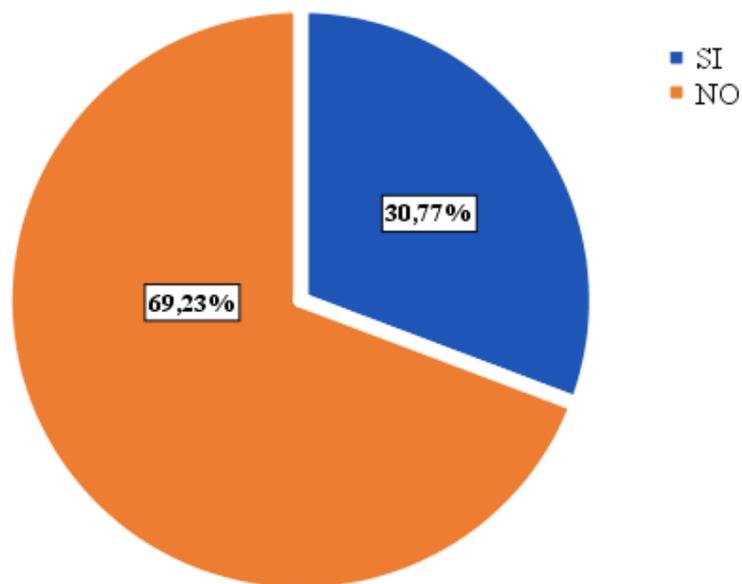


Figura 40: Gráfico circular denominado ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?

En la Tabla 43 y Figura 40 denominadas ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?, el 30,77% de los propietarios respondió si y el 69,23% respondió no.

Tabla 44: ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 7          | 53,85      |
| NO    | 6          | 46,15      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

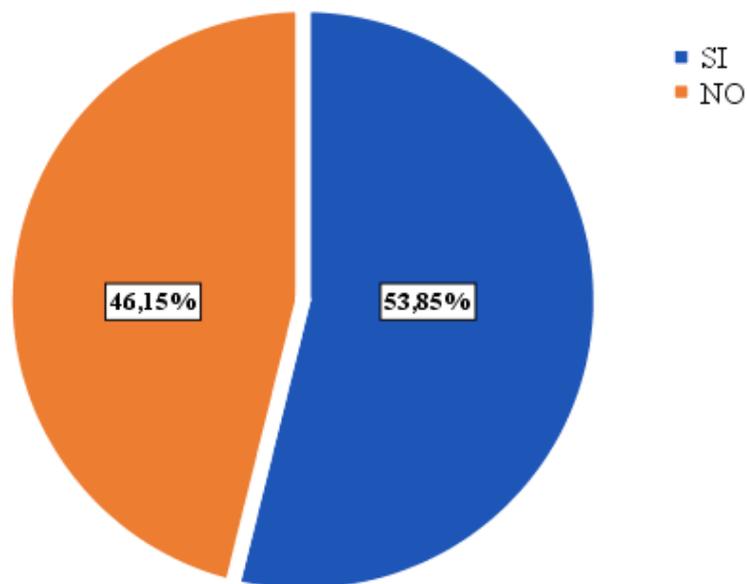


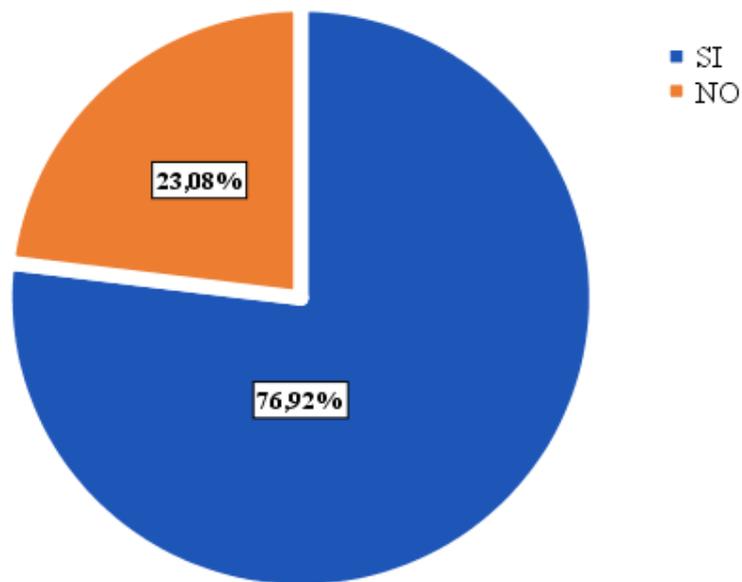
Figura 41: Gráfico circular denominado ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)?

En la Tabla 44 y Figura 41 denominadas ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.) ?, el 53,85% de los propietarios respondió si y el 46,15% respondió no.

*Tabla 45: ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?*

| <b>Ítem</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|-------------------|-------------------|
| SI          | 10                | 76,92             |
| NO          | 3                 | 23,08             |
| Total       | 13                | 100,00            |

*Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia*



*Figura 42: Gráfico circular denominado ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?*

En la Tabla 45 y Figura 42 denominadas ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?, el 76,92% de los propietarios respondió si y el 23,08% respondió no.

Tabla 46: ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 10         | 76,92      |
| NO    | 3          | 23,08      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

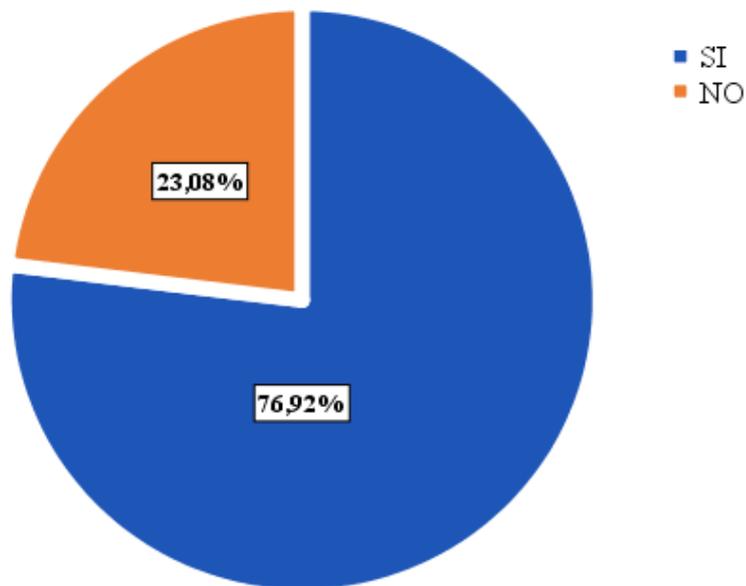


Figura 43: Gráfico circular denominado ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?

En la Tabla 46 y Figura 43 denominadas ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?, el 76,92% de los propietarios respondió si y el 23,08% respondió no.

Tabla 47: ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 11         | 84,62      |
| NO    | 2          | 15,38      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

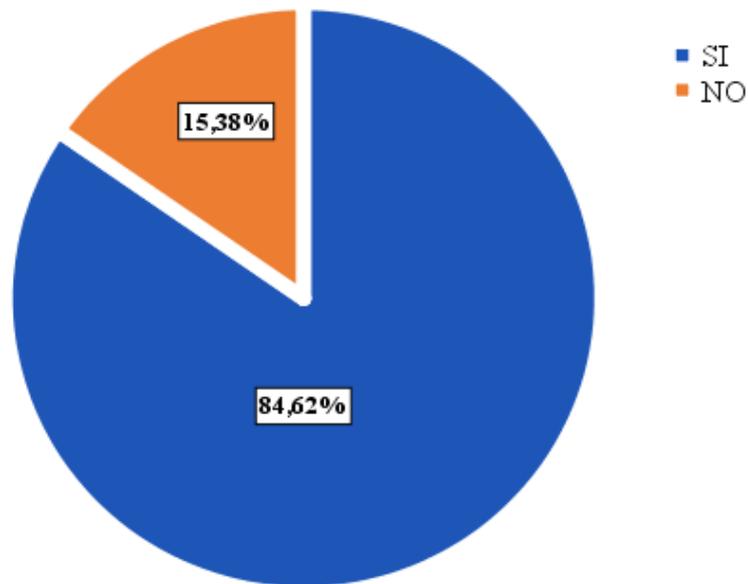


Figura 44: Gráfico circular denominado ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?

En la Tabla 47 y Figura 44 denominadas ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no.

Tabla 48: ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 3          | 23,08      |
| NO    | 10         | 76,92      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

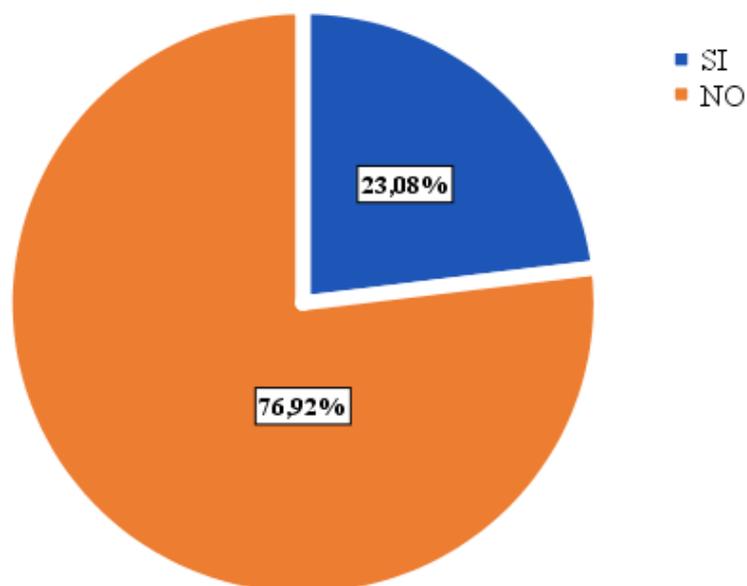


Figura 45: Gráfico circular denominado ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?

En la Tabla 48 y Figura 45 denominadas ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?, el 23,08% de los propietarios respondió si y el 76,92% respondió no.

Tabla 49: ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?

| Ítem  | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| SI    | 5          | 38,46      |
| NO    | 8          | 61,54      |
| Total | 13         | 100,00     |

Fuente: Cuestionario al propietario  
Elaboración propia

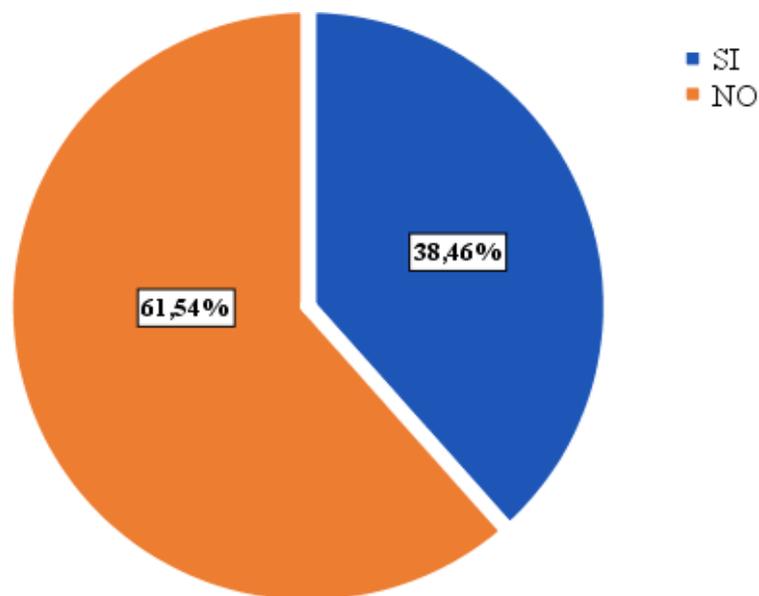


Figura 46: Gráfico circular denominado ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?

En la Tabla 49 y Figura 46 denominadas ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?, el 38,46% de los propietarios respondió si y el 61,54 % respondió no.

## **5.2. Análisis de Resultados**

### **5.2.1. Variable 1: Gestión de calidad**

5.2.1.1. Objetivo: (a) Conocer el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

En la Tabla 6 y Figura 3, denominadas ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?, el 75,78 % de los clientes respondió sí y el 24,22% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Calderón (2019), donde el 41,2% de los clientes encuestados consideran que los Minimarkets se esfuerzan solo algunas veces en cumplir sus necesidades, el 26,5% de los clientes consideran que casi nunca la MYPE se esfuerza en cumplir sus necesidades, el 17,6% consideran que casi siempre, el 11,8% siempre y el 2,9% consideran que los Minimarkets nunca lo hacen.

En la Tabla 7 y Figura 4 denominadas ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes?, el 21,35 % de los clientes respondió sí y el 78,65% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Lingan (2018), donde el 57,35% de los clientes considera que las tiendas de abarrotes si utilizan técnicas de calidad y el 42,65% no. Asimismo, el 22.06% de los clientes, considera que las tiendas de abarrotes si realizan un plan de estrategias en sus ventas. Y el 77.94% de los clientes manifestaron que no.

En la Tabla 8 y Figura 5 denominadas ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes? el 46,61 % de los clientes respondió si y el 53,39% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Nole (2018), donde el 55% de los encuestados señalaron que la MYPE siempre ofrece productos y servicio de calidad que satisfagan las necesidades de sus clientes, el 25% considera que a veces y para el 20% nunca.

De las tablas 6, 7 y 8 correspondientes al indicador Rendimiento Percibido, se encontró que los porcentajes de aceptación no alcanzan el 100%, lo que denota que los clientes no perciben que las tiendas de abarrotes satisfagan sus necesidades, al tener dificultades de encontrar todos los productos que requieren (alimentación, aseo, limpieza, entre otros). Los clientes perciben que los propietarios no invierten en estrategias o herramientas que mejoren el desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto, es decir, no se preocupan por ofrecer nuevos productos, mejorar la presentación del local, acceso a la tienda, ordenamiento de productos y ofertas. Asimismo, consideran que reciben productos que no mejoran su calidad de vida ni generan valor agregado. De acuerdo a Thompson (2019) el Rendimiento Percibido es lo que el cliente obtuvo de valor. Es decir, en que aumentó su utilidad o calidad de vida. Es un aspecto subjetivo peculiar en cada cliente. El rendimiento se vincula al cliente, en sus valorizaciones, es subjetivo, es influenciado por el entorno de su inteligencia.

En la Tabla 9 y Figura 6 denominadas ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena? el 34,64 % de los clientes respondió si y el 65,36% respondió no, lo cual no coincide con la Tesis de Calderón (2019), ya que el 44,12% de los clientes encuestados consideran que la atención brindada en las MYPE siempre son las adecuadas y el 5,88% considera que la atención brindada en la MYPE nunca es la adecuada.

En la Tabla 10 y Figura 7 denominadas ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía? el 84,11% de los clientes respondió si y el 15,89% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Calderón (2019), donde el 58,82% de los clientes encuestados consideran que el precio de los

productos ofertados siempre es justo y el 2,94% considera que el precio de los productos ofertados nunca es justo.

En la Tabla 11 y Figura 8 denominadas ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos? el 26,56% de los clientes respondió si y el 73,44% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Lingan (2018), la cual señala que el 69,29% de los clientes si se siente satisfecho y 39,71% no se siente satisfecho. Asimismo, la Tesis de Calderón (2019), indica que el 50 % de los clientes encuestados consideran que los horarios de atención que ofrece la MYPE siempre son los adecuados y el 23,53% considera que los horarios de atención que ofrece la MYPE solo algunas veces son los adecuados.

De las tablas 9, 10 y 11 referentes al indicador Expectativas, se encontró que los porcentajes no llegan al 100%, esto refleja que las expectativas no son cubiertas por el servicio y los productos que ofrecen las tiendas de abarrotes, ya que los clientes manifiestan que en varias oportunidades el personal de las tiendas de abarrotes no ofrece un trato amable, cordial y educado que haga que el cliente se sienta bien atendido y quede satisfecho con su compra. Thompson (2019), indicó que las expectativas de los clientes son distintas y obedecen a experiencias buenas o malas que éstos han adquirido en otras empresas. Los clientes tienen perspectivas y exigencias marcadas respecto a los bienes o servicios que van a adquirir, ya que esperan sentirse satisfechos y haber suplido sus necesidades cada vez que asisten a un negocio. En nuestra investigación se observó que falta mejorar en los aspectos calidad de producto y la agilidad del servicio. Según Thompson (2019), un cliente satisfecho es aquel que encuentra productos de calidad y una atención cordial de parte de los empleados y el propietario. Agrega que las expectativas son la forma cómo el cliente

crea o imagina encontrar el servicio en una tienda como consecuencia de las promesas que ofrecen los empresarios respecto a los productos o servicio que ofrecen.

En la Tabla 12 y Figura 9 denominadas ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad? el 77,60% de los clientes respondió si y el 22,40% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Lingan (2018), donde el 73,52% de los clientes indica que las tiendas de abarrotes si ofrecen un producto de buena calidad y el 26,48% no.

En la Tabla 13 y Figura 10 denominadas ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes? el 52,86% de los clientes respondió si y el 47,14% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Lingan (2018), la cual indica que el 54,41% de los clientes señala que si se sienten satisfechos y el 45,59% no. También coincide con la Tesis de Nole (2018), la cual indica que el 37% de los clientes siempre está satisfecho del producto y servicio recibido, y el 29% no.

En la Tabla 14 y Figura 11 denominadas ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos? el 77,34% de los clientes respondió si y el 22,66% respondió no, lo cual coincide con la Tesis de Calderón (2019), la cual indica que el 14,71% de los clientes encuestados siempre las recomendaría, y el 2,94% considera que nunca recomendaría las MYPE a sus conocidos.

De las tablas 12, 13 y 14 correspondientes al indicador Niveles de Satisfacción, se obtuvo que la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos ya que sus respuestas indican que están conformes con los productos y servicio adquirido en las tiendas de abarrotes. Thompson (2019), señala que el resultado después de comprar o adquirir un producto o servicio está relacionado a uno de los tres niveles de satisfacción del cliente,

de ello dependerá identificar su fidelización y lealtad. Por esta razón, las organizaciones inteligentes tienen como prioridad satisfacer, agradar a sus clientes prometiendo primero un producto o servicio de acuerdo a sus capacidades, y agotando esfuerzos para luego ofrecer más de lo prometido. Por lo que, considera tres niveles de satisfacción: Insatisfacción, Satisfacción y Complacencia.

El nivel de satisfacción del cliente está conformado no solo por el rendimiento percibido de los clientes sino también por las expectativas que éstos tienen sobre los productos. Respecto al rendimiento percibido, los clientes consideran que las tiendas de abarrotes no satisfacen plenamente sus necesidades, porque los propietarios no utilizan estrategias de negocio que mejoren la calidad del servicio y tampoco han contribuido a mejorar la calidad de vida de los clientes. En cuanto a las expectativas, los clientes consideran que existe demora en el proceso de atención, ya que esperan adquirir en el menor tiempo posible los productos en las tiendas.

5.2.1.2.Objetivo: (b) Describir las características de liderazgo de los propietarios de las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

En la Tabla 15 y Figura 12 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Lingan (2018), la cual señala que, del total de los clientes encuestados, el 30.88% considera que la empresa si han tenido un crecimiento exitoso; y el 69.12% clientes manifestaron que no.

En la Tabla 16 y Figura 13 denominadas Cuando se presentan problemas relacionados a SUNAT, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? el 25,00% del personal respondió si y el 75,00% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Ayala (2019), la cual indica que

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

De las tablas 15 y 16, correspondientes al indicador Manejan la complejidad, en opinión del personal, los propietarios de las tiendas de abarrotes tienen conocimiento del entorno en el que se desempeñan es decir conocen sus fortalezas y limitaciones, sin embargo, ante los problemas del negocio, los propietarios no tienen soluciones rápidas y efectivas, porque no están preparados para estos casos y no brindan importancia a buscar asesoría de los entes reguladores, sino por el contrario, tienen temor a posibles sanciones o cierre de su negocio. Estas actitudes de los propietarios, limitan la visión para crecer en el mercado, ya que no solucionan sus problemas y no toman decisiones adecuadas que garanticen la rentabilidad del negocio. Para Romero (2016), manejar la complejidad implica resolver problemas desde una visión holística, basados en situaciones cambiantes con la información mínima, toman acciones adecuadas.

En la Tabla 17 y Figura 14 denominadas ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Ayala (2019), quien señala que del total de las MYPE encuestadas en el distrito de Sullana, el 40.21% es solo eficaz, mientras que el 32.30% considera que es muy eficiente y eficaz, el 26.80% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz, referente a que existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la MYPE.

En la Tabla 18 y Figura 15 denominadas ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?, el 31,25% del personal respondió si y el 68,75% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Ayala (2019), quien señala que del total de las MYPE encuestadas en el distrito de Sullana, el 40.21% es solo eficaz, mientras que el 32.30% considera que es muy eficiente y eficaz, el 26.80% es regularmente eficaz y el 0.69% es poco eficaz, referente a que existen mecanismos para anticipar, identificar y reaccionar a los eventos o actividades que afectan los objetivos generales y particulares de la MYPE.

De las tablas 17 y 18, correspondientes al indicador Mentalidad Global, los propietarios de las tiendas de abarrotes están conectados con la visión actual de los negocios, sin embargo, no aplican el Análisis FODA en su negocio, ya que no aprovechan sus fortalezas para aprovechar las oportunidades de mejorar y ampliar su negocio para beneficio de los clientes, personal y propio. No trabajan sus debilidades para poder enfrentar las amenazas que se presentan en el entorno. Romero (2016), señala que ante el mundo globalizado los líderes actúan con habilidad de cambio e incursionan en nuevos mercados. Ellos se involucran en temas de índole nacional, internacional, político, económico, tecnológico y de competitividad.

En la Tabla 19 y Figura 16 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?, el 93,75% del personal respondió si y el 6,25% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Nole (2018), donde el 50% de los encuestados indicaron que se establece estrategias que contribuyan con el desarrollo de la empresa, mientras que el otro 40% establece que a veces y el 10 % nunca se establece las estrategias.

En la Tabla 20 y Figura 17 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años? el 68,75% del personal respondió si y el 31,25% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Nole (2018), donde se indica que del 100% de los trabajadores y empresario encuestados de Negocio Ortiz, rubro abarrotes, el 55% consideraron que siempre establece objetivos, pero el 35% consideraron que a veces, y para el 10% no establece objetivos.

De las tablas 19 y 20, correspondientes al indicador Actúan Estratégicamente, los propietarios de las tiendas de abarrotes tienen visión de negocio y tienen establecido los objetivos de su negocio para los próximos años. Los comerciantes, a pesar de las dificultades que tienen en el mercado, han adquirido experiencia en el rubro de abarrotes, lo cual ayuda a permanecer en el mercado y fortalecer sus aspiraciones de crecimiento, sin embargo, como indica Romero (2016), los líderes no solo deben fijar misión, visión, metas y objetivos, sino también deben ser flexibles y aplicar estrategias de coyuntura que se adapten a los cambios y al momento económico, político que les toque vivir.

En la Tabla 21 y Figura 18 denominadas ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas? el 12,50% del personal respondió si y el 87,50% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Calderón (2019), indica El 38,24% de los clientes encuestados consideran que la MYPE solo algunas veces innova en cuanto a los productos que propone para su venta, el 26,47% considera que la MYPE casi siempre innova constantemente en cuanto a los productos que propone para su venta, el 20,59% considera que la MYPE siempre innova constantemente en cuanto a los productos que propone para su venta y el 8,82% nunca innova.

En la Tabla 22 y Figura 19 denominadas ¿Se promueven nuevos productos de venta? el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Calderon (2019), indica que el 38,24% de los clientes encuestados consideran que la MYPE solo algunas veces innova en cuanto a los productos que propone para su venta, el 26,47% considera que la MYPE casi siempre innova constantemente en cuanto a los productos que propone para su venta, el 20,59% considera que la MYPE siempre innova constantemente en cuanto a los productos que propone para su venta y el 8,82% nunca innova.

De las tablas 21 y 22, correspondientes al indicador Promueven la innovación, los propietarios de las tiendas de abarrotes se limitan a ofrecer sus productos y no buscan nuevas formas de vender, de presentar el producto a fin de fidelizar a sus clientes, captar nuevos clientes al ofrecerles herramientas innovadoras que faciliten y agilicen el proceso de adquisición de productos y servicios, lo cual generará incremento en los niveles de venta. Los comerciantes se han acostumbrado a su zona de confort y no visualizan que, implementando ideas innovadoras en el proceso de atención al cliente, mejorarán la productividad del negocio y la satisfacción de los clientes. Romero (2016), indicó que la mejor receta para lo competitividad es innovar, crear nuevos productos, servicios y brindar facilidades al cliente.

En la Tabla 23 y Figura 20 denominadas ¿Su jefe promueve el negocio vía internet? el 12,50% del personal respondió si y el 87,50% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Calderón (2019), la cual señala que el 38,24% de los clientes encuestados consideran que solo algunas veces es importante realizar publicidad en redes sociales, el 26,47% consideran que casi siempre es importante realizar

publicidad en redes sociales, el 20,59% considera que siempre es importante realizar publicidad en redes sociales y el 8,82% no lo considera importante.

También, señala que el 35,29% de los clientes encuestados consideran que la MYPE casi nunca emplea plataformas virtuales para aumentar su publicidad, el 35,29% considera que la MYPE solo algunas veces emplea plataformas virtuales para aumentar su publicidad, el 14,71% considera que la MYPE casi siempre emplea plataformas virtuales para aumentar su publicidad y el 14,71% considera que la MYPE siempre emplea plataformas virtuales para aumentar su publicidad.

Asimismo, coincide con la Tesis de Lingan (2018), la cual señala que el 73.53% de los clientes, considera que si es importante la publicidad en un determinado negocio a través de una página web y el 26.47% encuestados manifestaron que no.

En la Tabla 24 y Figura 21 denominadas ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?, el 6,25% del personal respondió si y el 93,75% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Calderón (2019), donde se indica que el 35,29% de los clientes encuestados consideran que los minimarkets casi nunca emplea correctamente el uso de las redes sociales para la atracción de nuevos consumidores, el 35,29% considera que solo algunas veces las emplea, el 14,71% considera casi siempre lo emplean y el 14,71% considera que siempre emplean el uso de las redes sociales para atraer a nuevos consumidores.

Asimismo, indica que el 38,24% de los clientes encuestados consideran que solo algunas veces es importante realizar publicidad en redes sociales, el 26,47% consideran que casi siempre es importante realizar publicidad en redes sociales, el 20,59% considera que siempre es importante realizar publicidad en redes sociales.

De las tablas 23 y 24, correspondientes al indicador Aprovechan las redes, los propietarios de las tiendas de abarrotes no utilizan las herramientas tecnológicas para promocionar su negocio y captar nuevos clientes. La mayoría de los propietarios son renuentes al cambio y optan por lo tradicional y no aprovechan las redes sociales como una herramienta de trabajo para promocionar sus productos y fomentar la interacción con los proveedores y los empleados. Romero (2016), sostiene que las ventas netas hoy se realizan en línea, es necesario utilizar redes sociales. Implica dominio del networking, para promover la colaboración. Se conectan con socios, proveedores y competidores.

En la Tabla 25 y Figura 22 denominadas ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Ayala (2019), quien señala que del total de las MYPE encuestadas en el distrito de Sullana, el 39.52% tiene una actitud positiva, mientras que el 37.11% se considera en actitud muy positiva, el 21.99% en actitud indiferente y el 1.37% en actitud negativa, referente a que estimula a sus colaboradores para mantenerlos motivados a realizar una buena labor en su MYPE.

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

En la Tabla 26 y Figura 23 denominadas ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño, el 18,75% del personal respondió si y el 81,25% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Ayala (2019), la cual indica que del

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

Tampoco coincide con la Tesis de Lingan (2018), la cual señala que el 64.71% de los clientes, considera que la empresa si aplica capacitaciones a sus trabajadores y el 35.29% de los clientes manifestaron que no.

De las tablas 25 y 26, correspondientes al indicador Inspiran compromiso, los propietarios incentivan a sus trabajadores por el tiempo de servicios dentro de la tienda de abarrotes (asignando funciones de mayor responsabilidad y/o aumento de salario), sin embargo, no brindan capacitación para el buen desempeño, afectando negativamente la productividad y la calidad en el proceso de venta de productos. Es decir, la preocupación del comerciante se está enfocando principalmente en asegurar los ingresos del negocio y no en el proceso. Romero (2016), señala que es crucial que los colaboradores de la organización, en todos los niveles, se mantengan comprometidos con el trabajo que realizan. El líder debe asegurar la creación de valor en un empleado así se mantenga años en el puesto.

En la Tabla 27 y Figura 24 denominadas ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?, el 81,25% del personal respondió si y el 18,75% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Ayala (2019), la cual indica que el 51,20% es poco formal, mientras que el 27,49% considera que es regularmente formal, el 19,24% es totalmente formal y el 2,06% poco informal, referente a que la MYPE es estable frente a cualquier problema económico, político y social que se genere en el país.

En la Tabla 28 y Figura 25 denominadas ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?, el 18,75% del personal respondió si y el 81,25% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Calderón (2019), la cual indica que el 38,24% de los clientes encuestados consideran que la MYPE solo algunas veces innova en cuanto a los productos que propone para su venta, el 26,47% considera que la MYPE casi siempre innova constantemente en cuanto a los productos que propone para su venta, el 20,59% considera que la MYPE siempre innova constantemente en cuanto a los productos que propone para su venta y 8,82% nunca innova.

De las tablas 27 y 28, correspondientes al indicador Flexibilidad, los propietarios conocen y aceptan los cambios a los que está sujeto su negocio, sin embargo, no los adoptan ni aprovechan para mejorar la calidad y agilizar la atención a los clientes. Aún se observa temor en los propietarios para optar por el cambio. Romero (2016), manifiesta que lo antiguo que se consideró éxito ahora no lo es. Hay que cambiar. Los líderes flexibles y adaptables analizan los nuevos contextos con frialdad y busca de horizontes provechosos.

En la Tabla 29 y Figura 26 denominadas ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar?, el 37,50% del personal respondió si y el 62,50% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Ayala (2019), la cual indica que del total de las MYPE encuestadas en el distrito de Sullana, el 52.23% está de acuerdo, mientras que el 24.05% considera que es indiferente y el 23.71% se encuentra muy de acuerdo, referente a que es conforme que los planes tácticos de la MYPE ayudan a encontrar ineficiencias en sus operaciones.

En la Tabla 30 y Figura 27 denominadas ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?, 68,75% del personal respondió si y el 31,25% respondió no, lo que coincide con la Tesis de Ayala (2019), la cual indica que del total de las MYPE encuestadas en el distrito de Sullana, el 42.96% está de acuerdo, mientras que el 32.30% considera que está muy de acuerdo, el 21.99% es indiferente y el 2.75% está en desacuerdo, referente a que manifiesta que la planificación operativa analiza la situación financiera de la MYPE e identifica las debilidades y desarrolla maneras de aumentar los beneficios.

De las tablas 29 y 30, correspondientes al indicador Ágiles para aprender, los propietarios se han conformado con la experiencia que tienen en el negocio, no investigan ni aplican nuevas teorías o herramientas de atención al cliente. El tiempo ha transcurrido, y no se observan cambios sorprendentes en la mayoría de las tiendas de abarrotes. Romero (2016), indica que un líder ágil para aprender, tiene actitud de aprendizaje permanente. Conocen y luego reflexionan sobre resultados favorables o no.

Los propietarios de las tiendas de abarrotes poseen las siguientes características de Liderazgo: Manejan la complejidad, poseen mentalidad global y actúan estratégicamente, sin embargo, no promueven la innovación, no aprovechan las redes, no inspiran compromiso, no son flexibles y no son ágiles para aprender. Esta situación ha generado conformismo en los comerciantes, malestar en los clientes y falta de motivación y compromiso del personal, trayendo como consecuencia limitaciones en el crecimiento y desarrollo de las tiendas de abarrotes en el mercado.

## 5.2.2. Variable 2: Kaizen

5.2.2.1.Objetivo: (c) Identificar la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

En la Tabla 31 y Figura 28, denominadas ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?, el 100% de los propietarios respondió sí, lo que no coincide con la Tesis de Nole (2018), donde el 45% de los encuestados considera que siempre lleva a cabo etapas de planificación en los procesos de calidad en los productos, mientras que al 35% a veces, y el 20% no.

En la Tabla 32 y Figura 29, denominadas ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Nole (2018), donde el 40% de los encuestados establecieron que siempre hacen uso de la motivación al personal para que con sus acciones se logre con los objetivos propuestos, el otro 35% indicaron que nunca y el 25 % a veces hacen uso de la motivación del personal.

De las tablas 31 y 32, correspondientes al indicador Planificar, los propietarios definen los objetivos de su negocio y establecen planes y actividades para poder alcanzarlos. Según Salazar (2016), haciendo referencia al ciclo sistemático de Deming, la acción Planificar consiste en seleccionar el objeto de mejora, en ella se explican las razones de dicha elección y se definen unos objetivos claros que se deben alcanzar.

En la Tabla 33 y Figura 30, denominadas ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?, el 23,08% de los propietarios respondió si y el 76,92% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Nole (2018), donde el 45% de los encuestados considera que la MYPE revisa y supervisa las actividades que necesitan

ser controladas, el 40% considera que a veces, y para el 15% la MYPE no establece el control para las actividades.

En la Tabla 34 y Figura 31, denominadas ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?, el 7,69% de los propietarios respondió si y el 92,31% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Lingan (2018), donde el 77,94% de los encuestados indican que las tiendas de abarrotes no realizan un plan de estrategias en sus ventas, mientras que el 22.06% sí.

De las tablas 33 y 34, correspondientes al indicador Hacer, si bien es cierto los propietarios de las tiendas de abarrotes, con apoyo de su personal, establecen los objetivos del negocio, no ejecutan lo planificado pues no evalúan el proceso de atención a los clientes a fin de determinar duplicidad de funciones, demora en la atención y actividades que no generan valor agregado y causan malestar en la mayoría de los clientes. Como consecuencia, no implementan mejoras que contribuyan a agilizar el proceso de atención al cliente y asegurar la calidad del servicio, y tampoco identifican las oportunidades de mejora y su implementación. Según Salazar (2016), haciendo referencia al ciclo sistemático de Deming, la acción Hacer consiste en el trabajo de campo de la mejora, consiste en propuestas de solución y rápida implementación de las mejoras de mayor prioridad.

En la Tabla 35 y Figura 32, denominadas ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?, el 38,46% de los propietarios respondió si y el 61,54% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Nole (2018), donde el 55% de los encuestados considera que la MYPE lleva un

adecuado control de sus productos, el otro 30% a veces establece el control y mientras el 15% no cumple con el control de los productos.

En la Tabla 36 y Figura 33, denominadas ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?, el 100% de los propietarios respondió si, lo que coincide con la Tesis de Lingan (2018), donde el 47,06% de los encuestados indican que las ganancias obtenidas de las tiendas de abarrotes han sido rentables, mientras que el 52.94% no.

De las tablas 35 y 36, correspondientes al indicador Verificar, como resultado de las encuestas se obtiene que los propietarios llevan registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, con la finalidad de verificar el cumplimiento de sus objetivos en el mercado. Sin embargo, se detectan fallas en los controles, por ejemplo, en el control del inventario de sus productos, lo cual limita a los comerciantes a poder visualizar compras innecesarias, exceso de stock de productos, productos deteriorados y/o vencidos y, que en el tiempo ocasionan pérdidas que no se están considerando en el análisis de las ganancias de las tiendas de abarrotes y por ende no se está evaluando con exactitud el cumplimiento de objetivos planificados. Según Salazar (2016), haciendo referencia al ciclo sistemático de Deming, señala que la acción Verificar, se define como comprobar el objetivo planteado en el plan respecto a la situación inicial que se identificó. Por ende, comprobamos que se estén alcanzando los resultados o en caso contrario volveremos al Hacer.

En la Tabla 37 y Figura 34, denominadas ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?, el 30,77% de los propietarios respondió si y el 69,23% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Calderon (2019), donde el 38,24% de los encuestados respondieron que la MYPE casi siempre ofrece descuentos en sus

productos, el 29,41% menciona que la MYPE siempre ofrece descuentos en sus productos, el 26,47% menciona que la MYPE solo algunas veces ofrece descuentos en sus productos.

En la Tabla 38 y Figura 35, denominadas ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?, el 69,23% de los propietarios respondió si y el 30,77% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Lingan (2018), donde el 58,82% de los encuestados indican que el personal de las tiendas de abarrotes muestra una actitud positiva hacia los clientes, mientras que el 41.18% no.

En la Tabla 39 y Figura 36, denominadas ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Suluco (2016), donde el 53,3% de los encuestados considera que no hay incremento de clientes en las MYPE, mientras que el 41.18% sí.

De las tablas 37, 38 y 39, correspondientes al indicador Actuar, si bien los resultados de las encuestas reflejan que los propietarios de las tiendas de abarrotes motivan a su personal y se preocupan por captar nuevos clientes, están descuidando la importancia de aquellas acciones o decisiones que benefician a los clientes, como por ejemplo realizar ofertas y promociones. Actualmente, han incrementado las tiendas de abarrotes y las exigencias de los clientes son cada vez mayores, por lo que los comerciantes no están evaluando si cada actividad que realizan en el proceso de atención al cliente contribuye satisfactoriamente en el logro de los objetivos. Y en caso de identificar resultados negativos, actuar inmediatamente a fin de evaluar y reformular las actividades para alcanzar los resultados esperados. Según Salazar (2016), haciendo referencia al ciclo sistemático de Deming, indica que la acción Actuar, implica asegurar que las mejoras no se deprecien, depende del estándar u

oficialización de las medidas correctivas. Primero se comprueba que las medidas han alcanzado los resultados esperados, además, debemos plantearnos siempre la posibilidad de seguir mejorando el objeto de análisis.

Las tiendas de abarrotes no aplican la metodología del Kaizen, ya que los propietarios solo se limitan a planificar sus objetivos como negocio e incluso coordinan las actividades a realizar con su personal, pero no ejecutan lo planeado, no verifican el cumplimiento de los objetivos y no promueven la participación de su personal, lo cual impide detectar fallas y errores que deben ser corregidos, así como desarrollar e implementar mejoras en los procesos. Este panorama, requiere de un cambio en la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todo el personal de las tiendas de abarrotes y a todo nivel.

5.2.2.2.Objetivo: (d) Describir la técnica 5S's del Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.

En la Tabla 40 y Figura 37, denominadas ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?, el 69,23% de los propietarios respondió si y el 30,77% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Moreno & Nuñez (2018), donde el 82,1% de los encuestados indican que no han encontrado productos con alguna avería o próximo a vencer, mientras que 17,9% sí.

En la Tabla 41 y Figura 38, denominadas ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?, el 38,46% de los propietarios respondió si y el 61,54% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Nole (2018), donde el 55% de los encuestados considera que la MYPE lleva un adecuado control de sus productos, el otro 30% a veces establece el control y mientras el 15% no cumple con el control de los productos.

De las tablas 40 y 41 relacionadas al indicador Seiri (descarte o selección), los propietarios de las tiendas de abarrotes separan lo que es útil de lo que no, evitan el desperdicio y eliminan lo que no es necesario en su negocio. Esta práctica les ha permitido a los comerciantes llevar a cabo una clasificación de los objetos, productos y elementos presentes en su lugar de trabajo, así como eliminar todo lo innecesario, liberando así espacio y ahorrando tiempo en el proceso de atención al cliente.

También ha evitado entregar productos vencidos o en mal estado a los clientes.

Piñero, Vivas & Flores De Valgaz (2018), citando la Técnica 5S's de Imai, señala que la herramienta Seiri consiste en separar los elementos que no serán utilizados en un proceso productivo o de servicios. Incluye eliminar objetos que no sean necesarios en el área de trabajo.

En la Tabla 42 y Figura 39, denominadas ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Yarlequé (2018), donde el 50% de los encuestados le es indiferente la ubicación de los productos; mientras que el 25% está de acuerdo y un 25% en desacuerdo.

En la Tabla 43 y Figura 40, denominadas ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?, el 30,77% de los propietarios respondió si y el 69,23% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Yarlequé (2018), donde se indica que el 100% de los encuestados, están totalmente de acuerdo en clasificar los productos con un orden establecido para mejorar el entorno de trabajo.

De las tablas 42 y 43 relacionadas al indicador Seiton (organización), los propietarios se preocupan por ordenar sus productos en los mostradores, para ser visualizados rápidamente por los clientes, así como para su fácil ubicación, mejorando

así la imagen del área ante los clientes. La organización de los productos de su negocio ha permitido identificar la falta de productos requeridos por los clientes.

Cabe señalar, que las tiendas de abarrotes no cuentan con un almacén organizado, que permita ubicar rápidamente los productos, así como verificar el stock de cada uno de ellos, productos deteriorados y/o vencidos.

Piñero, Vivas & Flores De Valgaz (2018), citando la Técnica 5S's de Imai, sostiene que en la herramienta Seiton (organización), los materiales, útiles y accesorios deben estar organizados en estanterías, anaqueles o gavetas, lo cual facilita su ubicación y ahorra tiempos.

En la Tabla 44 y Figura 41, denominadas ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)?, el 53,85% de los propietarios respondió si y el 46,15% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Yarlequé (2018), donde se indica que el 75% de los encuestados, están totalmente de acuerdo que eliminando los objetos innecesarios, se logrará mejorar la imagen del negocio; mientras que el 25% solo está de acuerdo.

En la Tabla 45 y Figura 42, denominadas ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?, el 76,92% de los propietarios respondió si y el 23,08% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Guerra (2015), donde se indica que el 80% del personal usa vestimenta adecuada: uniforme, guantes, calzado para el trabajo, y presenta un aspecto limpio y aseado, mientras un 20% no.

De las tablas 44 y 45 relacionadas al indicador Seiso (identificación), los propietarios de las tiendas de abarrotes integran la limpieza como parte del trabajo diario, ya que mantienen el ambiente de trabajo en condiciones de limpieza, evitando

accidentes de trabajo, la probabilidad de contraer enfermedades y la presencia de olores extraños, asegurando la calidad del producto para evitar pérdidas por suciedad y contaminación del producto y empaque. Asimismo, exigen que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes, promoviendo la buena imagen del negocio.

Piñero, Vivas & Flores De Valgaz (2018), citando la Técnica 5S's de Imai, señala que en la herramienta Seiso (identificación), se identifica dónde está el foco de suciedad. De tal manera que se protege la salud y se controla riesgos como posibles enfermedades de los operarios por contaminación. Un espacio de trabajo limpio es el mejor aliciente para el operario.

En la Tabla 46 y Figura 43, denominadas ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?, el 76,92% de los propietarios respondió si y el 23,08% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Ayala (2019), donde se indica que el 41.92% es muy eficiente y eficaz, mientras que el 37.46% considera que es solo eficaz, el 18.56% es regularmente eficaz y el 2.06% es poco eficaz, referente a que se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos del negocio.

En la Tabla 47 y Figura 44, denominadas ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?, el 84,62% de los propietarios respondió si y el 15,38% respondió no, lo que si coincide con la Tesis de Yarlequé (2018), donde se indica que el 75 % de los trabajadores está totalmente de acuerdo, que es importante que a diario se realicen procedimientos de inspección, mientras que el 25% está de acuerdo.

De las tablas 46 y 47 relacionadas al indicador Seiketsu (estandarización), los propietarios de las tiendas de abarrotes se reúnen con su personal y evalúan el cumplimiento de las responsabilidades asignadas a fin de verificar el logro de los objetivos de su negocio. Con esta práctica, los comerciantes aseguran que no surja el desorden y la falta de limpieza en su ambiente de trabajo. También influyen en las actitudes del personal, haciendo un hábito o rutina la selección, organización y limpieza en cada una de las actividades del proceso de atención a los clientes.

Piñero, Vivas & Flores De Valgaz (2018), citando la Técnica 5S's de Imai, indica que la herramienta Seiketsu (identificación), explica que cuando ya se han logrado los cambios, establecer niveles de medición en base a puntajes que corresponden a rendimientos óptimos, es requisito establecer reglamentos y controles para su sostenibilidad.

En la Tabla 48 y Figura 45, denominadas ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?, el 23,08% de los propietarios respondió si y el 76,92% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Yarlequé (2018), donde se indica que el 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo, que es importante que se establezcan normas de selección, orden y limpieza en el negocio.

En la Tabla 49 y Figura 46, denominadas ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?, el 38,46% de los propietarios respondió si y el 61,54% respondió no, lo que no coincide con la Tesis de Suluco (2016), donde se indica que el 100% de los propietarios está totalmente de acuerdo en que el personal se involucra en actividades de mejoramiento continuo.

De las tablas 48 y 49 relacionadas al indicador Shitsuke (disciplina), si bien es cierto los propietarios se reúnen con su personal a fin de evaluar el cumplimiento de actividades asignadas, se verifica que existe conformismo con los logros alcanzados debido a que el personal cumple sus labores, sin embargo, no aporta ideas innovadoras, y el propietario tampoco promueve su participación en la formulación de planes de mejora continua para eliminar problemas y defectos en los productos y ambiente de trabajo.

Piñero, Vivas & Flores De Valgaz (2018), citando la Técnica 5S's de Imai, indica que la herramienta Shitsuke (disciplina), realizar estrictamente lo indicado en el control, orden, limpieza, estandarización que se convierta en filosofía, estableciendo métodos y métricas para el equipo de la organización.

Las tiendas de abarrotes aplican las siguientes herramientas de la técnica 5S's del Kaizen: Seiso (limpieza) y Seiketsu (estandarización), ya que los propietarios exigen que su personal presente una imagen de aseo, orden y limpieza tanto personal como en el ambiente de trabajo. También, se reúnen con su personal a fin de verificar el cumplimiento de las responsabilidades asignadas. Sin embargo, no han incorporado en sus procesos las herramientas Seiri (selección), Seiton (organización) y Shitsuke (disciplina), generando demora en el proceso de atención al cliente, mayor probabilidad de accidentes de trabajo, baja en la productividad y falta de seguridad. Esta situación ocasiona molestia y quejas por parte de los clientes y el personal, y por ende se verá reflejado en la falta de crecimiento y desarrollo de las tiendas de abarrotes en el mercado.

## VI. CONCLUSIONES

El nivel de satisfacción del cliente está conformado no solo por el rendimiento percibido de los clientes sino también por las expectativas que éstos tienen sobre los productos. Respecto al rendimiento percibido, los clientes consideran que las tiendas de abarrotes no satisfacen plenamente sus necesidades, porque los propietarios no utilizan estrategias de negocio que mejoren la calidad del servicio y tampoco han contribuido a mejorar la calidad de vida de los clientes. En cuanto a las expectativas, los clientes consideran que existe demora en el proceso de atención, ya que esperan adquirir en el menor tiempo posible los productos en las tiendas. Por ello, se recomienda a los propietarios implementar herramientas innovadoras que mejoren y agilicen el proceso de atención al cliente, garantizando su plena satisfacción. Asimismo, utilizar estrategias de negocio que logren la fidelización de los clientes actuales y la captación de clientes nuevos, ya que esto fortalecerá su posición dentro del mercado.

Se describen las características de Liderazgo que poseen los propietarios de las tiendas de abarrotes: Manejan la complejidad, poseen mentalidad global y actúan estratégicamente, sin embargo, no promueven la innovación, no aprovechan las redes, no inspiran compromiso, no son flexibles y no son ágiles para aprender. Esta situación ha generado conformismo en los comerciantes, malestar en los clientes y falta de motivación y compromiso del personal, trayendo como consecuencia limitaciones en el crecimiento y desarrollo de las tiendas de abarrotes en el mercado. Se recomienda a los propietarios de las tiendas de abarrotes, realizar un autoanálisis que les permita identificar si las características que poseen corresponden a un verdadero líder. Para esto, debe contar con la opinión de los clientes y el personal que labora en las tiendas

de abarrotes. Si los comerciantes asumen su rol de Liderazgo, podrán influenciar a que su personal se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del negocio, de esta manera los resultados se verán reflejados en la satisfacción de los clientes y en el desarrollo de las tiendas de abarrotes en el mercado.

Se identificó que las tiendas de abarrotes no aplican la metodología del Kaizen en su totalidad, ya que los propietarios solo se limitan a planificar sus objetivos como negocio e incluso coordinan las actividades a realizar con su personal, pero no ejecutan lo planeado, no verifican el cumplimiento de los objetivos y no promueven la participación de su personal, lo cual impide detectar fallas y errores que deben ser corregidos, así como desarrollar e implementar mejoras en los procesos. Se recomienda a los propietarios realizar un cambio en la organización, definir su firme intención para el desarrollo de actividades de mejora continua, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todo el personal de las tiendas de abarrotes y a todo nivel. La siguiente etapa, consiste en un diseño instruccional para inculcar el espíritu Kaizen al personal desde la formación hasta convertirse en una filosofía de trabajo.

Se describen las siguientes herramientas de la técnica 5S's del Kaizen que las tiendas de abarrotes aplican en sus procesos y actividades: Seiso (limpieza) y Seiketsu (estandarización), ya que los propietarios exigen que su personal presente una imagen de aseo, orden y limpieza tanto personal como en el ambiente de trabajo. También, se reúnen con su personal a fin de verificar el cumplimiento de las responsabilidades asignadas. Sin embargo, no han incorporado en sus procesos las herramientas Seiri (selección), Seiton (organización) y Shitsuke (disciplina), generando demora en el proceso de atención al cliente, mayor probabilidad de accidentes de trabajo, baja en la

productividad y falta de seguridad. Esta situación ocasiona molestia y quejas por parte de los clientes y el personal, y por ende se verá reflejado en la falta de crecimiento y desarrollo de las tiendas de abarrotes en el mercado. Se recomienda a los propietarios de las tiendas de abarrotes, implementar en su totalidad la técnica 5S's, la cual ayuda a deshacer los materiales innecesarios, mantener todo ordenado e identificado, eliminar fuentes de suciedad y arreglar los desperfectos, apreciar a simple vista los recursos y productos sin necesidad de largas búsquedas y lograr que todo se mantenga y mejore constantemente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Bibliografía

- Asociación Alemana para la Calidad. (18 de Setiembre de 2017). *Glosario Logística*.  
Obtenido de Calidad:  
<http://angieramirezlog.blogspot.com/2017/09/calidad.html>
- Aular, M. (05 de Octubre de 2018). *El Kaizen en las organizaciones*. Obtenido de  
Emprencides: <https://www.emprendices.co/el-kaizen-en-las-organizaciones/>
- Ayala Ramos, C. E. (2019). *Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las MYPES del sector comercial, rubro abarrotes del Distrito de Sullana, año 2018*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11778>
- Benzaquen de las Casas, J. B. (2019). *La Dirección de la Calidad y la Administración*. México: Cengage Learning Editores. Obtenido de Cengage Learning Editores: <https://issuu.com/cengagelatam/docs/9786075267708>
- Buenaño Rodríguez, J. X. (2017). *Mejoramiento Continuo con miras a la Exportación de Productos de La Empresa Industrias Catedral S.A*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1881/1/76384.pdf>
- Calderon Palomino, D. M. (2019). *Gestión de calidad y estrategias de marketing en los minimarkets- Sullana, Año 2019*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14834>
- Carrasquedo Velásquez, K. S. (01 de Enero de 2017). *Gestiopolis*. Obtenido de Muestreo probabilístico y no probabilístico: <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-y-no-probabilistico/>
- Casanova Pretell, C. C. (2017). *La gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- venta de abarrotes en el mercado central de la ciudad de Casa Grande, año 2016*. Trujillo: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3161>

- Cornejo Catacora, M., & León Mamani, F. (2017). *Propuesta de mejora para la optimización del desempeño del almacén central de Franco Supermercados*. Arequipa: Universidad Católica San Pablo. Obtenido de [http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15441/1/CORNEJO\\_CATACORA\\_MEL\\_OPT.pdf](http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15441/1/CORNEJO_CATACORA_MEL_OPT.pdf)
- Diario El Peruano. (19 de Diciembre de 2018). Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables. *LEY N° 30884*, pág. 5. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/ley-que-regula-el-plastico-de-un-solo-uso-y-los-recipientes-ley-n-30884-1724734-1>
- Díaz, D. (14 de Agosto de 2019). *Gestión de la Calidad: Método Kaizen*. Obtenido de Educaditos: <https://www.educadictos.com/gestion-de-la-calidad-i-metodo-kaizen/>
- Dini , M., & Stumpo, G. (2018). *MIPYMES en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago: Naciones Unidas Cepal. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf)
- Escalante Ramos, E. (24 de Setiembre de 2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de Miempresapropia: <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Escuela Europea de Management. (20 de Mayo de 2016). *Concepto de liderazgo según los principales autores*. Obtenido de Escuela Europea de Management: <http://www.escuelamanagement.eu/habilidades-de-liderazgo-2/concepto-de-liderazgo-segun-los-principales-autores>
- García. (2015). *Caracterización del financiamiento y el kaizen en las Mype rubro bodegas del casco urbano Morropón (Piura), año 2015*. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3793/MYPE\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_RODRIGUEZ\\_CABANILLAS\\_ROSSANA\\_MARGARET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3793/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_RODRIGUEZ_CABANILLAS_ROSSANA_MARGARET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- García, J. (2017). *Diseño del Sistema de Gestión de Calidad Bajo la Norma ISO 9001:2015 al Supermercado Rapifacil de Bogotá*. Bogotá: Universidad de la Salle. Obtenido de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/24880/11131083\\_2017.pdf?seque](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/24880/11131083_2017.pdf?seque)
- Gobierno Regional de Piura. (15 de Mayo de 2019). *Noticias*. Obtenido de Gobierno Regional de Piura: <https://www.regionpiura.gob.pe/noticias/17636>
- Guerra Cabrera, A. (2015). *Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las Empresas Lácteas de la Ciudad de San Juan de Pasto, Departamento de Nariño*. San Juan de Pasto: Universidad de Nariño. Obtenido de <http://biblioteca.udenar.edu.co:8085/atenea/biblioteca/91223.pdf>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill. Obtenido de <https://www.abebooks.co.uk/Metodolog%C3%ADa-investigaci%C3%B3n-rutas-cuantitativa-cualitativa-mixta/30039131736/bd>
- Instituto Alemán para la Normalización. (18 de Setiembre de 2017). *Glosario Logística*. Obtenido de Calidad: <http://angieramirezlog.blogspot.com/2017/09/calidad.html>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Comportamiento de los Indicadores de Mercado Laboral a Nivel Nacional*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/empleo-nacionaljulagoset-2019.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Indicadores Económicos y Sociales*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-indicadores-n10-octubre-2019-2da-correcion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Producto Bruto Interno Trimestral*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/pbit\\_2019\\_iiit.PDF](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/pbit_2019_iiit.PDF)

- ISO 9001. (16 de Octubre de 2018). *¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad?* Obtenido de Nueva ISO : <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>
- La Organización Internacional de Normalización. (13 de Setiembre de 2016). *Desarrollo del concepto calidad*. Obtenido de ISO 9001: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Lingan Calderón, J. M. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de la MYPES del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2018*. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8199>
- Llontop Quiroz, J. L. (2017). *Aplicación del Método kaizen para mejorar la Productividad en el proceso de entrega de productos del área de Distribución de la empresa Backus & Johnston S.A.A, Ate – Vitarte 2017*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11209>
- Lugo, Z. (24 de Setiembre de 2018). *Población y muestra*. Obtenido de Diferenciador: <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>
- Maldonado, J. Á. (06 de Setiembre de 2015). *La metodología de la investigación*. Obtenido de Fundamentos: [https://www.academia.edu/15487793/METODOLOG%C3%8DA\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACI%C3%93N\\_Fundamentos\\_](https://www.academia.edu/15487793/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_Fundamentos_)
- Ministerio de la Producción. (2017). *Estadística MIPYME*. Lima: Ministerio de la Producción. Obtenido de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Ministerio de la Producción. (2017). *Estudio de la situación actual de las empresas peruanas*. Lima: Ministerio de la Producción. Obtenido de [http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publi81171136fe74561a7\\_79.pdf](http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publi81171136fe74561a7_79.pdf)
- Ministerio de la Producción. (07 de Noviembre de 2017). *PRODUCE*. Obtenido de Obtener asesoría para micro y pequeñas empresas: <https://www.gob.pe/563-obtener-asesoria-para-micro-y-pequenas-empresas>

- Ministerio de la Producción. (19 de Setiembre de 2019). *Comercio, Negocio y Emprendimiento*. Obtenido de Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE): <https://www.gob.pe/279-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa-remype>
- Ministerio de la Producción. (11 de Enero de 2019). *PRODUCE*. Obtenido de Ministerio de la Producción: <https://www.gob.pe/667-ministerio-de-la-produccion-que-hacemos>
- Moreno Zapata , H. E., & Nuñez Rincon, S. (2018). *Propuesta para implementación de un sistema de gestión de la calidad para la empresa Supermercados ECO SAS*. Bogotá: Universidad Agustiniana. Obtenido de <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/445>
- Nole Yacila , S. L. (2018). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del Negocio Ortiz del Distrito de Sullana, Año 2018*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10598>
- Orejuela Mendoza, A. C. (2016). *Diseño metodológico de las cinco S'S en la línea 6 de refrescos de fruta de gaseosas Lux Bogotá S.A*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/3810/1/OrjuelaMendozaAngelaCristina2016.pdf>
- Organización Internacional para la Estandarización . (16 de Octubre de 2018). *Gestión de Calidad*. Obtenido de ISO 9001: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>
- Organización Internacional para la Estandarización. (2015). *ISO 9001*. Ginebra: Organización Internacional para la Estandarización (ISO). Obtenido de <https://www.isotools.org/normas/calidad/iso-9001>
- Pacheco, J. (07 de Abril de 2019). *¿Qué es el círculo de Deming y cuáles con las etapas que lo conforman?* Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/circulo-de-deming/>
- Peiró, R. (10 de Noviembre de 2018). *Economipedia*. Obtenido de Satisfacción del cliente: <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>

- Pérez, E. (20 de Marzo de 2017). *Cuadro comparativo de aportes de maestros de la calidad*. Obtenido de Ideas Hoy: <http://ezekielperez.blogspot.com/2017/03/cuadro-comparativo-de-aportes-de.html>
- Pino Gotuzzo, R. (2018). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos. Obtenido de [https://www.academia.edu/15487793/METODOLOG%3%8DA\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACI%3%93N\\_Fundamentos\\_](https://www.academia.edu/15487793/METODOLOG%3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%3%93N_Fundamentos_)
- Pino Vergara, M. (27 de Octubre de 2016). *Tamaño de la muestra* . Obtenido de Población infinita: <https://prezi.com/c5lvkcpokdxu/tamano-de-la-muestra-poblacion-infinita/>
- Piñero, E. A., Vivas Vivas, F. E., & Flores De Valgaz, L. K. (01 de Abril de 2018). *Programa 5S's para el mejoramiento continuo de la calidad y la productividad en los puestos de trabajo*. Obtenido de Actualidad y nuevas tendencias: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/volvi-n20/art06.pdf>
- Poggi García, K. M. (2018). *Implementación de un plan de mejora continua para aumentar la satisfacción del cliente en la empresa Distribuidora Capistrano S.A.C., 2018*. Lima: Universidad Norbert Wiener. Obtenido de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2068>
- Poma Alejos, S. J. (2017). *Propuesta de implementación de la metodología de las 5 S' para la mejora de la gestión del almacén de suministros en la empresa Molitalia SA. Sede de Los Olivos - Lima, 2017*. Lima: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12638>
- Poma Burgos, A. (2019). *Calidad en la empresa* . Guayaquil: Academia EDU. Obtenido de [https://www.academia.edu/37905991/CALIDAD\\_EN\\_LA\\_EMPRESA](https://www.academia.edu/37905991/CALIDAD_EN_LA_EMPRESA)
- Proaño Villavicencio, D. X., Gisbert Soler, V., & Pérez Bernabeu, E. (2017). METODOLOGÍA PARA ELABORAR UN PLAN DE MEJORA CONTINUA. *3C Empresa*, 50-56. Obtenido de [https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art\\_6.pdf](https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_6.pdf)

- Raffino, M. E. (09 de Mayo de 2019). *Concepto*. Obtenido de Gestión de Calidad: <https://concepto.de/gestion-de-calidad/#ixzz6644XMmvX>
- Ramírez Varela, F. (17 de Marzo de 2015). *Manual de Investigador*. Obtenido de Técnicas de Investigación: La Encuesta: <https://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/03/tecnicas-de-investigacion-la-encuesta.html>
- Romero. (22 de Agosto de 2016). *Las 8 características de un buen líder según Harvard*. Obtenido de Emprendimiento: <https://www.pqs.com.pe/emprendimiento/caracteristicas-buen-lider-segun-harvard>
- Romero. (10 de Abril de 2018). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*. Obtenido de Mypes: por qué son importantes para la economía peruana: <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Roy, B. M. (09 de Octubre de 2017). *El Efecto de La Globalización Para Las Mypes Peruanas*. Obtenido de Desarrollo Empresarial: <https://es.scribd.com/document/361113591/5-de-El-Efecto-de-La-Globalizacion-Para-Las-Mypes-Peruanas>
- Saavedra Gutierrez, E. P. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio de abarrotes en el Distrito de Juanjui, Periodo 2015-2016*. Juanjuí: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1029>
- Salazar López, B. (2016). *Kaizen: Mejora Continua*. Cali: Ingeniería Industrial Online. Obtenido de Ingeniería Industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/gesti%C3%B3n-y-control-de-calidad/kaizen-mejora-continua/>
- Seminario Vásquez, R. (15 de Mayo de 2019). *Noticias*. Obtenido de Gobierno Regional de Piura: <https://www.regionpiura.gob.pe/noticias/17636>
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor*. Lima: Esan Ediciones.
- Sulucó Rosas, A. L. (2016). *Caracterización de la Competitividad y el Kaizen en las MYPE rubro restaurantes, de la Urbanización Los Rosales – Piura, Año 2016*.

- Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1033>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (19 de Febrero de 2019). *Emprender*. Obtenido de Iniciando mi Negocio: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (09 de Abril de 2018). *Emprender*. Obtenido de Régimen Mype Tributario- RMT: <http://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (19 de Febrero de 2019). *Emprender*. Obtenido de Iniciando mi negocio: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Thompson, I. (Julio de 2019). *La Satisfacción del Cliente*. Obtenido de Promonegocios: <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. (2016). *Código de ética para la investigación*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Valderrama Villanueva, S. (2015). *Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del Sector Comercio – Rubro Venta de Calzado para Damas del Distrito El Porvenir, Año 2014*. Trujillo: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8533>
- Vilela Lachira, C. (15 de Mayo de 2019). *Noticias*. Obtenido de Gobierno Regional de Piura: <https://www.regionpiura.gob.pe/noticias/17636>
- Yarlequé Fernández , G. M. (2018). *Propuesta de aplicación de la metodología de las 5S, en la Bodeguita Mi Jesús - CP Casagrande Distrito de la Arena*. Piura: Universidad Nacional de Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1689>

# **ANEXOS**

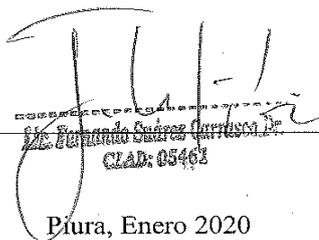
## Validación de Encuestas

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Fernando Suárez Corasco, identificado con DNI 02616283, **MAGÍSTER** en Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por DÁMARIS LISEHT MERINO GARCÍA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD Y EL KAIZEN EN LAS MYPE RUBRO ABARROTES DEL MERCADO MODELO DE TALARA, AÑO 2020", que se encuentra realizando.

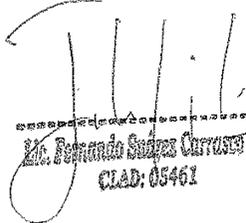
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda a la estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Fernando Suárez Corasco  
CIAD: 05468  
Piura, Enero 2020

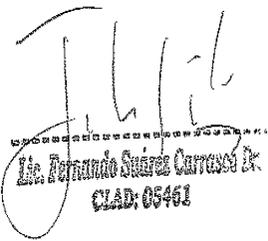
| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al cliente   | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|  | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 1. ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 2. ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 3. ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 4. ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 5. ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 6. ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?               | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 7. ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 8. ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?                                    | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 9. ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 M. Fernando Saez Carrasco D.  
 CLAB: 05461

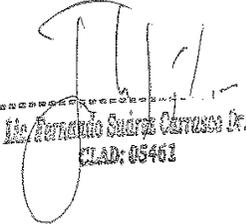
| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al personal  | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|  | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 1. ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 2. ¿Ante los graves problemas (Sunat, licencias, precios, competencia desleal) considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? | X                               |    | X                               |    |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 3. ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 4. ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 5. ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 6. ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 7. ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 8. ¿Se promueven nuevos productos de venta?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 .....  
 Lic. Fernando Suárez Carrasco E.  
 CLAD: 05461

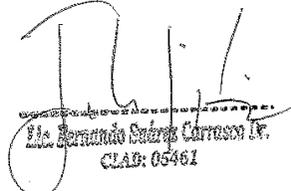
| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al personal  | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|  | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 9. ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?  | X                               |    | X                               |    |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 10. ¿Su jefe tiene comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?                     | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 11. ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 12. ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 13. ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 14. ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 15. ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 16. ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 Lic. Fernando Suárez Carrasco Jr.  
 CLAD: 05461

| Ítems relacionados con la variable Kaizen, dirigido al propietario  | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|   | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 1. ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 2. ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 3. ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 4. ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?          | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 5. Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?                      | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 6. ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 7. ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 8. ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?                         | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 9. ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 10. ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?                 | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 Lic. Fernando Suárez Carrasco Jr.  
 CLAD: 05463

| Ítems relacionados con la variable Kaizen, dirigido al propietario  | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|   | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 11. ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?                                 | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 12. ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 13. ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 14. ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 15. ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?                                   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 16. ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?                        | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 17. ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 18. ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?               | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 19. ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?          | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 E.L. Armando Suárez Carrasco I.R.  
 CLAB: 05461

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, David Noriega Saavedra, identificado con DNI  
02885104, **MAGÍSTER** en  
Administración.

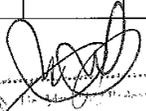
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por DÁMARIS LISEHT MERINO GARCÍA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD Y EL KAIZEN EN LAS MYPE RUBRO ABARROTES DEL MERCADO MODELO DE TALARA, AÑO 2020", que se encuentra realizando.

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

  
Lic. Adm. David Noriega Saavedra  
REG. UNIC/ DE COLEG. N° 909

Piura, Enero 2020

| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al cliente   | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|  | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 1. ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 2. ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 3. ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 4. ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 5. ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 6. ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?               | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 7. ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 8. ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?                                    | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 9. ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS  
 VENEZUELA  
 INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS  
 VENEZUELA

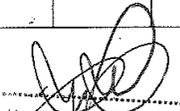
| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al personal  | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|  | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 1. ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 2. ¿Ante los graves problemas (Sunat, licencias, precios, competencia desleal) considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 3. ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 4. ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 5. ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 6. ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 7. ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 8. ¿Se promueven nuevos productos de venta?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 Lic. Adm. David Noriega Raveendra  
 REG. PROF. DE COLAB. N° 909

| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al personal  | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|  | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 9. ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 10. ¿Su jefe tiene comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?                     | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 11. ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 12. ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 13. ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 14. ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 15. ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 16. ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 L.C. Adm. David Noriega Saavedra  
 REG. UNIC. DE COLEG. Nº 809  
COLLEGE - PUNTA

| Ítems relacionados con la variable Kaizen, dirigido al propietario  | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿En tendenciosos, aquiescente? |    | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto? |
|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|--------------------------------|----|---|
|   | Si                              | No | Si                              | No | Si                             | No |   |
| 1. ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 2. ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 3. ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 4. ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?          | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 5. Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?                      | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 6. ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas? | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 7. ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?  | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 8. ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?                         | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 9. ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?   | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |
| 10. ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?                 | X                               |    |                                 | X  |                                | X  | Si ( )<br>No (X)                                |

  
 David Duriega Saavedra  
 C. O. C. DE COLEG. N° 909



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Orlando Anica Clavijo, identificado con DNI  
02486302, **MAGÍSTER** en  
DOCENCIA UNIVERSITARIA:

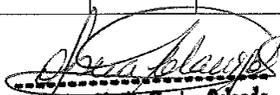
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos: QUESTIONARIO, elaborado por DÁMARIS LISEHT MERINO GARCÍA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD Y EL KAIZEN EN LAS MYPE RUBRO ABARROTES DEL MERCADO MODELO DE TALARA, AÑO 2020", que se encuentra realizando.

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

  
**Mg. Anica Clavijo Hector Orlando**  
DNI. 02786302  
CLAD 06246

Piura, Enero 2020

| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al cliente   | ¿Es pertinente con el concepto?     |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |                                     | ¿En tendencias, aquiescente? |                                     | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?      |
|--|-------------------------------------|----|---------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|--|
|  | Si                                  | No | Si                              | No                                  | Si                           | No                                  |  |
| 1. ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 2. ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes? | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 3. ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 4. ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 5. ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 6. ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?               | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 7. ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 8. ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?                                    | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 9. ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |

  
**Mg. Arica Clavijo Hector Orlando**  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al personal  | ¿Es pertinente con el concepto?     |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |                                     | ¿En tendenciosos, aquiescente? |                                     | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?      |
|--|-------------------------------------|----|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--|
|  | Si                                  | No | Si                              | No                                  | Si                             | No                                  |  |
| 1. ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 2. ¿Ante los graves problemas (Sunat, licencias, precios, competencia desleal) considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 3. ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 4. ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 5. ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 6. ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 7. ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 8. ¿Se promueven nuevos productos de venta?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |

  
 Mg. Arica Clavijo Hector Ortano  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

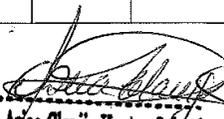
| Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad, dirigido al personal  | ¿Es pertinente con el concepto?     |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |                                     | ¿En tendencias, aquiescente? |                                     | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?      |
|--|-------------------------------------|----|---------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|--|
|  | Si                                  | No | Si                              | No                                  | Si                           | No                                  |  |
| 9. ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 10. ¿Su jefe tiene comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?                     | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 11. ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 12. ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 13. ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 14. ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 15. ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar? | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 16. ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |

  
**Mg. Arica Clavijo Hector Oplando**  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

| Ítems relacionados con la variable Kaizen, dirigido al propietario  | ¿Es pertinente con el concepto?     |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |                                     | ¿En tendenciosos, aquiescente? |                                     | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?      |
|---|-------------------------------------|----|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--|
|   | Si                                  | No | Si                              | No                                  | Si                             | No                                  |  |
| 1. ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 2. ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 3. ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 4. ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?          | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 5. Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?                      | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 6. ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas? | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 7. ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 8. ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?                         | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 9. ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 10. ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?                 | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |

  
**Mg. Arica Clavijo Hector Orlando**  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

| Ítems relacionados con la variable Kaizen, dirigido al propietario  | ¿Es pertinente con el concepto?     |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |                                     | ¿En tendencias, aquiescente? |                                     | ¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?      |
|---|-------------------------------------|----|---------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|--|
|   | Si                                  | No | Si                              | No                                  | Si                           | No                                  |  |
| 11. ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 12. ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 13. ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 14. ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)? | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 15. ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?                                   | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 16. ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?                        | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 17. ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?  | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 18. ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?               | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
| 19. ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?          | <input checked="" type="checkbox"/> |    |                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                              | <input checked="" type="checkbox"/> | Si ( )<br>No ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |

  
**Mg. Arica Clavijo Hector Orlando**  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

## Cuestionario dirigido al cliente



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

¡Buen día!, estoy realizando una investigación con el fin de identificar las características de la Gestión de calidad y el Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020. Por ello acudo a Ud. con el fin de conocer su respuesta a unas preguntas sencillas, marcando un aspa (X) en la respuesta que considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### Rendimiento percibido

1. ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

2. ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

3. ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### Expectativas

4. ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

5. ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

6. ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

**Nivel de Satisfacción**

7. ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

8. ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

9. ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

## Cuestionario dirigido al personal



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

¡Buen día!, estoy realizando una investigación con el fin de identificar las características de la Gestión de calidad y el Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020. Por ello acudo a Ud. con el fin de conocer su respuesta a unas preguntas sencillas, marcando un aspa (X) en la respuesta que considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### Manejan la complejidad

1. ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

2. Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### Mentalidad global

3. ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

4. ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### Actúan estratégicamente

5. ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

6. ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Promueven la innovación**

7. ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

8. ¿Se promueven nuevos productos de venta?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Aprovechan las redes**

9. ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

10. ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Inspiran compromiso**

11. ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

12. ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Flexibilidad**

13. ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?

| Si | No |
|----|----|
|    |    |

14. ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?

| Si | No |
|----|----|
|    |    |

### **Agilidad para aprender**

15. ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar?

| Si | No |
|----|----|
|    |    |

16. ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?

| Si | No |
|----|----|
|    |    |

## Cuestionario dirigido al propietario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

¡Buen día!, estoy realizando una investigación con el fin de identificar las características de la Gestión de calidad y el Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020. Por ello acudo a Ud. con el fin de conocer su respuesta a unas preguntas sencillas, marcando un aspa (X) en la respuesta que considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### Planificar

1. ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

2. ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### Hacer

3. ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

4. ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### Verificar

5. ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

6. ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Actuar**

7. ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

8. ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

9. ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Seiri**

10. ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

11. ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Seiton**

12. ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

13. ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Seiso**

14. ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

15. ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Seiketsu**

16. ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

17. ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### **Shitsuke**

18. ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

19. ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?

|    |    |
|----|----|
| Si | No |
|    |    |

### Matriz Indicador Pregunta

| PROBLEMA  | OBJETIVO   | VARIABLE                 | INDICADOR             | PREGUNTAS  | FUENTE  | PORCENTAJES |           |         |         |
|---|--|--------------------------|-----------------------|--|---|-------------|-----------|---------|---------|
|   |  |                          |                       |  |   | RESPUESTA   | SUMATORIA | TOTAL%  |         |
| ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020?, | Conocer el nivel de satisfacción del cliente de las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020. | Satisfacción del cliente | Rendimiento percibido | 1  | ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?  | Clientes    | SI        | 75.78%  | 100.00% |
|   |  |                          |                       |  |   |             | NO        | 24.22%  |         |
|   |  |                          |                       | 2  | ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes? |             | SI        | 21.35%  | 100.00% |
|   |  |                          |                       |  | NO  |             | 78.65%    |         |         |
|   |  |                          | 3                     | ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes? | SI  |             | 46.61%    | 100.00% |         |
|   |  |                          |                       |  | NO  |             | 53.39%    |         |         |
|   |  |                          | Expectativas          | 4  | ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?  |             | SI        | 34.64%  | 100.00% |
|   |  |                          |                       |  |   |             | NO        | 65.36%  |         |
|   |  |                          |                       | 5  | ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?   |             | SI        | 84.11%  | 100.00% |
|   |  |                          |                       |  | NO  |             | 15.89%    |         |         |
|   |  |                          | Nivel de satisfacción | 6  | ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?               |             | SI        | 26.56%  | 100.00% |
|   |  |                          |                       |  |   |             | NO        | 73.44%  |         |
| 7   | ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?                              | SI                       |                       | 77.60%   | 100.00%   |             |           |         |         |
|   |  | NO                       | 22.40%                |  |   |             |           |         |         |
| 8   | ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?                 | SI                       | 52.86%                | 100.00%  |   |             |           |         |         |
|   |  | NO                       | 47.14%                |  |   |             |           |         |         |

|  |                              |   |    |   |          |    |        |         |
|--|------------------------------|---|----|---|----------|----|--------|---------|
| Describir las características de liderazgo de los propietarios de las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020. | Características de Liderazgo | Manejan la complejidad  | 9  | ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?  | Personal | SI | 77.34% | 100.00% |
|  |                              |   | NO | 22.66%  |          |    |        |         |
|  |                              | Mentalidad global   | 1  | ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?  |          | SI | 81.25% | 100.00% |
|  |                              |   | 2  | Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? |          | NO | 18.75% |         |
|  |                              | Actúan estratégicamente   | 3  | ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?  |          | SI | 25.00% | 100.00% |
|  |                              |   | 4  | ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?   |          | NO | 75.00% |         |
|  |                              | Promueven la innovación   | 5  | ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?   |          | SI | 81.25% | 100.00% |
|  |                              |   | 6  | ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?   |          | NO | 18.75% |         |
|  |                              | Aprovechan las redes  | 7  | ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?   |          | SI | 31.25% | 100.00% |
|  |                              |   | 8  | ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?   |          | NO | 68.75% |         |
|  | 9                            | ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?                  | SI | 93.75%  | 100.00%  |    |        |         |
|  | 10                           | ¿Se promueven nuevos productos de venta?                        | NO | 6.25%   |          |    |        |         |
|  | 7                            | ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?                  | SI | 68.75%  | 100.00%  |    |        |         |
|  | 8                            | ¿Se promueven nuevos productos de venta?                        | NO | 31.25%  |          |    |        |         |
|  | 9                            | ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?                      | SI | 12.50%  | 100.00%  |    |        |         |
|  | 10                           | ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante | NO | 87.50%  |          |    |        |         |
|  | 9                            | ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?                      | SI | 81.25%  | 100.00%  |    |        |         |
|  | 10                           | ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante | NO | 18.75%  |          |    |        |         |
|  | 9                            | ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?                      | SI | 12.50%  | 100.00%  |    |        |         |
|  | 10                           | ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante | NO | 87.50%  |          |    |        |         |
|  | 9                            | ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?                      | SI | 6.25%   | 100.00%  |    |        |         |
|  | 10                           | ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante | NO | 93.75%  |          |    |        |         |

|   |   |                      |        |  |             |    |         |         |
|---|---|----------------------|--------|--|-------------|----|---------|---------|
|   |   |                      |        | Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?   |             |    |         |         |
|   |   | Inspiran compromiso  | 11     | ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?   |             | SI | 81.25%  | 100.00% |
|   |   |                      | 12     | ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?  |             | NO | 18.75%  |         |
|   |   | Flexibilidad         | 13     | ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?  |             | SI | 18.75%  | 100.00% |
|   |   |                      | 14     | ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?   |             | NO | 81.25%  |         |
|   |   | Ágiles para aprender | 15     | ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar? |             | SI | 81.25%  | 100.00% |
|   |   |                      | 16     | ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?   |             | NO | 18.75%  |         |
|   |   |                      |        |  |             | NO | 81.25%  | 100.00% |
|   |   |                      |        |  |             | SI | 37.50%  | 100.00% |
|   |   |                      |        |  |             | NO | 62.50%  |         |
|   |   |                      |        |  |             | SI | 68.75%  | 100.00% |
|   |   |                      |        |  |             | NO | 31.25%  |         |
| Identificar la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020. | Metodología del Kaizen  | Planificar           | 1      | ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?  | Propietario | SI | 100.00% | 100.00% |
|   |   |                      | 2      | ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?  |             | NO | 0.00%   |         |
|   |   | Hacer                | 3      | ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?  |             | SI | 84.62%  | 100.00% |
|   |   |                      | 4      | ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?                    |             | NO | 15.38%  |         |
|   |   |                      | 3      | ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?  |             | SI | 23.08%  | 100.00% |
|   |   |                      | 4      | ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?                    |             | NO | 76.92%  |         |
| 3   | ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?   | SI                   | 7.69%  | 100.00%  |             |    |         |         |
| 4   | ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos? | NO                   | 92.31% |  |             |    |         |         |

|  |                  |    |  |                         |   |    |   |         |        |         |
|--|------------------|----|--|-------------------------|---|----|---|---------|--------|---------|
|  |                  |    | Verificar  | 5                       | ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?                                | SI | 38.46%  | 100.00% |        |         |
|  |                  |    |  | 6                       | ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?            | NO | 61.54%  |         |        |         |
|  |                  |    | Actuar   | 7                       | ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?   | SI | 100.00%   | 100.00% |        |         |
|  |                  |    |  | 8                       | ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?                                    | NO | 0.00%   |         |        |         |
|  |                  |    |  | 9                       | ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?  | SI | 30.77%  |         |        |         |
|  |                  |    | Describir la técnica 5S's del Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020. | Técnica 5S's del Kaizen | Seiri (selección)   | 10 | ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles? | NO      | 69.23% | 100.00% |
|  |                  |    |  |                         |   | 11 | ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?     | SI      | 30.77% |         |
|  |                  |    |  |                         | Seiton (sistematización)  | 12 | ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?                    | SI      | 84.62% | 100.00% |
|  |                  |    |  |                         |   | 13 | ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?                  | NO      | 15.38% |         |
|  | Seiso (limpieza) | 14 |  |                         | ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)? | SI | 30.77%  | 100.00% |        |         |
|  |                  | 15 |  |                         |   | NO | 69.23%  |         |        |         |
|  |                  |    |  |                         |   | SI | 53.85%  | 100.00% |        |         |
|  |                  |    |  |                         |   | NO | 46.15%  |         |        |         |
|  |                  |    |  |                         |   | SI | 76.92%  | 100.00% |        |         |

|  |  |  |                              |   |   |  |        |         |
|--|--|--|------------------------------|---|---|--|--------|---------|
|  |  |  |                              | ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes? |   | NO   | 23.08% |         |
|  |  |  | Seiketsu<br>(normalización)  | 16  | ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?          | SI   | 76.92% | 100.00% |
|  |  |  |                              | 17  |   | ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?   | NO     |         |
|  |  |  | Shitsuke<br>(autodisciplina) | 18  | ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas? | SI   | 84.62% | 100.00% |
|  |  |  |                              | 19  |   | ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio? | NO     |         |
|  |  |  |                              |   |   | SI   | 23.08% | 100.00% |
|  |  |  |                              |   |   | NO   | 76.92% |         |
|  |  |  |                              |   |   | SI   | 38.46% | 100.00% |
|  |  |  |                              |   |   | NO   | 61.54% |         |

### Libro de Códigos

| <b>OE1: Conocer el nivel de satisfacción del cliente de las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020.</b> |    |                  |           |           |           |           |           |           |           |           |
|--|----|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>ENCUESTADOS</b>   |    | <b>PREGUNTAS</b> |           |           |           |           |           |           |           |           |
|  |    | <b>P1</b>        | <b>P2</b> | <b>P3</b> | <b>P4</b> | <b>P5</b> | <b>P6</b> | <b>P7</b> | <b>P8</b> | <b>P9</b> |
| 1  | SI | 1                | 1         |           | 1         | 1         |           | 1         |           | 1         |
|  | NO |                  |           | 2         |           |           | 2         |           | 2         |           |
| 2  | SI |                  |           |           |           | 1         |           |           |           |           |
|  | NO | 2                | 2         | 2         | 2         |           | 2         | 2         | 2         | 2         |
| 3  | SI | 1                |           | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         |
|  | NO |                  | 2         |           |           |           |           |           |           |           |
| 4  | SI | 1                | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         |
|  | NO |                  |           |           |           |           |           |           |           |           |
| 5  | SI | 1                |           |           |           | 1         |           | 1         |           | 1         |
|  | NO |                  | 2         | 2         | 2         |           | 2         |           | 2         |           |
| 6  | SI | 1                | 1         |           | 1         | 1         |           | 1         |           | 1         |
|  | NO |                  |           | 2         |           |           | 2         |           | 2         |           |
| 7  | SI | 1                | 1         |           | 1         | 1         | 1         |           | 1         |           |
|  | NO |                  |           | 2         |           |           |           | 2         |           | 2         |
| 8  | SI |                  |           |           |           | 1         |           |           |           |           |
|  | NO | 2                | 2         | 2         | 2         |           | 2         | 2         | 2         | 2         |
| 9  | SI | 1                |           |           |           | 1         |           | 1         |           | 1         |
|  | NO |                  | 2         | 2         | 2         |           | 2         |           | 2         |           |
| 10   | SI | 1                |           | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         |
|  | NO |                  | 2         |           |           |           |           |           |           |           |
| 11   | SI | 1                | 1         |           | 1         | 1         |           | 1         |           | 1         |
|  | NO |                  |           | 2         |           |           | 2         |           | 2         |           |
| 12   | SI | 1                |           | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         | 1         |

|    |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 13 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 14 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 15 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 16 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 17 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 18 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 19 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 20 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 21 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 22 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 23 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 24 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 25 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 26 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 27 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 28 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |

|    |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 29 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 30 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 31 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 32 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |
|    | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 |
| 33 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 34 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 35 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 36 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 37 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 38 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 39 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 40 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 41 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 42 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 43 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   |   |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   |
| 44 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

|    |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 45 | SI | 1 | 1 | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   |   |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   |
| 46 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 47 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |   |   | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   | 2 | 2 |   |
| 48 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 49 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 50 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 51 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 52 | SI |   | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 |
|    | NO | 2 |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   |   |
| 53 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 54 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 55 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 56 | SI |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |
| 57 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 58 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 59 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 60 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

|    |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 61 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 62 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 63 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 64 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 65 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 66 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 67 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 68 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 69 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 70 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 71 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   |
| 72 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 73 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 74 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 75 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 76 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

|    |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|    | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 77 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |
| 78 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 79 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 80 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |
| 81 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 82 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 83 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 84 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 85 | SI | 1 | 1 | 1 |   |   |   |   |   |   |
|    | NO |   |   |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 86 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 |
|    | NO |   |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |
| 87 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 88 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 89 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 90 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 91 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|    | NO |   |   |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 92 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |   |   | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   |   |   |   |   | 2 | 2 |   |   |
| 93  | SI | 1 | 1 |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 | 2 |   |   |   |   |
| 94  | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   |   |
| 95  | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 96  | SI |   | 1 | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   |   | 2 | 2 |   |   |   |   |
| 97  | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 98  | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   |   |   |   |   |
| 99  | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   |   |   |
| 100 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 101 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 102 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 103 | SI |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 104 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 105 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 106 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 107 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 108 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 109 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 110 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 111 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 112 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 113 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 114 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   |
|     | NO |   |   | 2 |   |   |   | 2 |   | 2 |
| 115 | SI |   | 1 |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   | 2 | 2 | 2 |   |   |   |   |
| 116 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 117 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 118 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 119 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 120 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 121 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 122 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 123 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 124 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 125 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 126 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |
| 127 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 128 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 129 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 130 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 131 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 132 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 133 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 134 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 135 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 136 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 137 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 138 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   |   | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 | 2 |   |   |
| 139 | SI | 1 |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |   |
| 140 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   |   |
| 141 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 142 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 143 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 144 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 145 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |   |   | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   | 2 | 2 |   |   |
| 146 | SI | 1 | 1 |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 | 2 |   |   |   |   |
| 147 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   |   |
| 148 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 149 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 150 | SI |   |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 151 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 152 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 153 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 154 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 155 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 156 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   |   |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 157 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 158 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 159 | SI |   | 1 |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   | 2 | 2 | 2 |   |   |   |   |
| 160 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   |   |
| 161 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 162 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   |   |
| 163 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 164 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 165 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 166 | SI | 1 | 1 |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |
| 167 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   |   |
| 168 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 169 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 170 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 171 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 172 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 173 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 174 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 175 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 176 | SI |   |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 177 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 178 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 179 | SI | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   |
| 180 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 181 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 182 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 183 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 184 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 185 | SI | 1 |   |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |
| 186 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 187 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 188 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 189 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 190 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 191 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 192 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 193 | SI |   |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 194 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 195 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 196 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 197 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 198 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 199 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 200 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 201 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 202 | SI | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   |
| 203 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 204 | SI |   |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 205 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 206 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 207 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 208 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |
| 209 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 210 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 211 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 212 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 213 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 214 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 215 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 216 | SI |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 217 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 218 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 219 | SI |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 220 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 221 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 222 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 223 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 224 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 225 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 226 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 227 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 228 | SI |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 229 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 230 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 231 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 232 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 233 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 234 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 235 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 236 | SI |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 237 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 238 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 239 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 240 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 241 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 242 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 243 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 244 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 245 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 246 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 247 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 248 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 249 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 250 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 251 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 252 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 253 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 254 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 255 | SI |   |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 256 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 257 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 258 | SI | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   |
| 259 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 260 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 261 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 262 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 263 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 264 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |
| 265 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 266 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 267 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 268 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 269 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 270 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 271 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 272 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 273 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 274 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 275 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 276 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 277 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 278 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 279 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 280 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 281 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 282 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 283 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 284 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 285 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 286 | SI |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 287 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 288 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 289 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 290 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 291 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 292 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 293 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 294 | SI |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 295 | SI | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 296 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 297 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 298 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 299 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 300 | SI | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 301 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 302 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 303 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 304 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 305 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |
| 306 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 307 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 308 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |
| 309 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 310 | SI |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 |   |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 311 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 312 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 313 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 314 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 315 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 316 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 317 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 318 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 319 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 320 | SI | 1 |   |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |
| 321 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 322 | SI |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 |   |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 323 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 324 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 325 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 326 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 327 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 328 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 329 | SI |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 330 | SI | 1 |   |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |
| 331 | SI |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 332 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 333 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 334 | SI |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 |   |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 335 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 336 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 337 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 338 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 339 | SI |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 340 | SI | 1 |   |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |
| 341 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 342 | SI | 1 |   |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |
| 343 | SI |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |
| 344 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 345 | SI |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 346 | SI |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 347 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 348 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 349 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 350 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 351 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 352 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 353 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 354 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 355 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 356 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 357 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 358 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 359 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 360 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 361 | SI |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 362 | SI |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 363 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 364 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |

|     |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 365 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   |   | 1 |   |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |
| 366 | SI |   |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |   |
| 367 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 368 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 369 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 370 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 371 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   |   |   |   |   |
| 372 | SI |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO | 2 |   |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 373 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 374 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |
| 375 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |   |
| 376 | SI | 1 |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |
|     | NO |   | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   |
| 377 | SI |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |
|     | NO | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 378 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   |   |   |   |   |
| 379 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 | 1 |
|     | NO |   | 2 |   |   |   | 2 |   |   |   |
| 380 | SI | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |

|              |    |                                 |                                 |                                  |                                  |                                 |                                  |                                 |                                  |                                 |
|--------------|----|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
|              | NO |                                 | 2                               | 2                                | 2                                |                                 | 2                                |                                 | 2                                |                                 |
| 381          | SI | 1                               |                                 |                                  | 1                                | 1                               |                                  | 1                               |                                  | 1                               |
|              | NO |                                 | 2                               | 2                                |                                  |                                 | 2                                |                                 | 2                                |                                 |
| 382          | SI | 1                               |                                 | 1                                |                                  | 1                               | 1                                | 1                               | 1                                | 1                               |
|              | NO |                                 | 2                               |                                  | 2                                |                                 |                                  |                                 |                                  |                                 |
| 383          | SI |                                 |                                 |                                  |                                  |                                 |                                  | 1                               | 1                                | 1                               |
|              | NO | 2                               | 2                               | 2                                | 2                                | 2                               | 2                                |                                 |                                  |                                 |
| 384          | SI | 1                               |                                 | 1                                | 1                                | 1                               |                                  | 1                               | 1                                | 1                               |
|              | NO |                                 | 2                               |                                  |                                  |                                 | 2                                |                                 |                                  |                                 |
| <b>TOTAL</b> |    | <b>SI: 291</b><br><b>NO: 93</b> | <b>SI: 82</b><br><b>NO: 302</b> | <b>SI: 179</b><br><b>NO: 205</b> | <b>SI: 133</b><br><b>NO: 251</b> | <b>SI: 323</b><br><b>NO: 61</b> | <b>SI: 102</b><br><b>NO: 282</b> | <b>SI: 298</b><br><b>NO: 86</b> | <b>SI: 203</b><br><b>NO: 181</b> | <b>SI: 297</b><br><b>NO: 87</b> |

**OE2: Describir las características de liderazgo de los propietarios de las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020.**

| ENCUESTADOS |    | PREGUNTAS |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
|-------------|----|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|             |    | P1        | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 |
| 1           | SI | 1         |    | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |    |     |     |     | 1   | 1   |     | 1   |
|             | NO |           | 2  |    |    |    |    |    |    | 2  | 2   | 2   | 2   |     |     | 2   |     |
| 2           | SI | 1         |    | 1  |    | 1  | 1  | 1  | 1  |    |     | 1   | 1   |     |     |     |     |
|             | NO |           | 2  |    | 2  |    |    |    |    | 2  | 2   |     |     | 2   | 2   | 2   | 2   |
| 3           | SI | 1         | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |    | 1  |    |     |     |     |     |     |     |     |
|             | NO |           |    |    |    |    |    | 2  |    | 2  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   |
| 4           | SI | 1         |    | 1  |    |    | 1  |    | 1  | 1  |     | 1   |     | 1   |     |     | 1   |
|             | NO |           | 2  |    | 2  | 2  |    | 2  |    |    | 2   |     | 2   |     | 2   | 2   |     |
| 5           | SI | 1         |    | 1  | 1  | 1  |    |    |    |    |     | 1   |     | 1   |     |     | 1   |
|             | NO |           | 2  |    |    |    | 2  | 2  | 2  | 2  | 2   |     | 2   |     | 2   | 2   |     |
| 6           | SI | 1         |    | 1  |    | 1  |    |    | 1  | 1  |     | 1   | 1   | 1   |     |     | 1   |
|             | NO |           | 2  |    | 2  |    | 2  | 2  |    |    | 2   |     |     |     | 2   | 2   |     |
| 7           | SI |           | 1  | 1  |    | 1  |    |    | 1  |    |     | 1   | 1   |     |     | 1   |     |
|             | NO | 2         |    |    | 2  |    | 2  | 2  |    | 2  | 2   |     |     | 2   | 2   |     | 2   |
| 8           | SI | 1         | 1  | 1  |    | 1  |    |    | 1  |    |     | 1   | 1   |     |     | 1   | 1   |
|             | NO |           |    |    | 2  |    | 2  | 2  |    | 2  | 2   |     |     | 2   | 2   |     |     |
| 9           | SI |           |    | 1  |    |    |    |    |    |    |     | 1   |     | 1   |     | 1   | 1   |
|             | NO | 2         | 2  |    | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2   |     | 2   |     | 2   |     |     |
| 10          | SI | 1         |    | 1  | 1  | 1  | 1  |    | 1  |    |     | 1   |     | 1   |     |     | 1   |
|             | NO |           | 2  |    |    |    |    | 2  |    | 2  | 2   |     | 2   |     | 2   | 2   |     |
| 11          | SI |           |    |    | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |    |     | 1   |     | 1   | 1   |     | 1   |
|             | NO | 2         | 2  | 2  |    |    |    |    |    | 2  | 2   |     | 2   |     |     | 2   |     |
| 12          | SI | 1         |    | 1  |    | 1  |    |    | 1  |    |     | 1   |     | 1   |     | 1   | 1   |
|             | NO |           | 2  |    | 2  |    | 2  | 2  |    | 2  | 2   |     | 2   |     | 2   |     |     |
| 13          | SI |           | 1  | 1  | 1  | 1  |    | 1  | 1  |    |     |     |     | 1   |     |     |     |
|             | NO | 2         |    |    |    |    | 2  |    |    | 2  | 2   | 2   | 2   |     | 2   | 2   | 2   |

|    |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 14 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 15 | SI |   |   | 1 |   | 1 |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |
|    | NO | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   |
| 16 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |   | 1 |   |   | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 | 2 |   |
| 17 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   |   |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 18 | SI |   |   |   | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |
|    | NO | 2 | 2 | 2 |   |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |
| 19 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   |   |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |
| 20 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   |
| 21 | SI | 1 | 1 |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   | 1 |   | 1 | 1 |   |   |
|    | NO |   |   | 2 | 2 |   |   | 2 | 2 | 2 | 2 |   | 2 |   |   | 2 | 2 |
| 22 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 | 2 |
| 23 | SI | 1 |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   |   |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |
| 24 | SI | 1 |   |   |   | 1 | 1 |   |   |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 |   | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   |   | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |   |   | 2 |   |
| 25 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   | 1 |   |   |   |
|    | NO |   |   |   | 2 |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 | 2 |
| 26 | SI | 1 |   |   |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 | 2 | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 |   |   |
| 27 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   |
| 28 | SI | 1 | 1 | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   | 1 |   | 1 |   |   | 1 |
|    | NO |   |   |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 |   | 2 |   | 2 | 2 |   |
| 29 | SI | 1 |   | 1 |   | 1 | 1 |   | 1 |   |   |   |   |   |   | 1 | 1 |
|    | NO |   | 2 |   | 2 |   |   | 2 |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |   |

|              |    |                         |                         |                         |                          |                         |                          |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                          |                          |
|--------------|----|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 30           | SI | 1                       |                         | 1                       |                          | 1                       | 1                        |                         | 1                       |                         |                         | 1                       |                         | 1                       |                         | 1                        | 1                        |
|              | NO |                         | 2                       |                         | 2                        |                         |                          | 2                       |                         | 2                       | 2                       |                         | 2                       |                         | 2                       |                          |                          |
| 31           | SI | 1                       | 1                       |                         |                          | 1                       | 1                        |                         | 1                       |                         |                         | 1                       |                         | 1                       |                         | 1                        |                          |
|              | NO |                         |                         | 2                       | 2                        |                         |                          | 2                       |                         | 2                       | 2                       |                         | 2                       |                         | 2                       |                          | 2                        |
| 32           | SI | 1                       |                         | 1                       |                          | 1                       | 1                        |                         | 1                       |                         |                         |                         |                         |                         | 1                       | 1                        | 1                        |
|              | NO |                         | 2                       |                         | 2                        |                         |                          | 2                       |                         | 2                       | 2                       | 2                       | 2                       | 2                       |                         |                          |                          |
| <b>TOTAL</b> |    | <b>SI: 26<br/>NO: 6</b> | <b>SI: 8<br/>NO: 24</b> | <b>SI: 26<br/>NO: 6</b> | <b>SI: 10<br/>NO: 22</b> | <b>SI: 30<br/>NO: 2</b> | <b>SI: 22<br/>NO: 10</b> | <b>SI: 4<br/>NO: 28</b> | <b>SI: 26<br/>NO: 6</b> | <b>SI: 4<br/>NO: 28</b> | <b>SI: 2<br/>NO: 30</b> | <b>SI: 26<br/>NO: 6</b> | <b>SI: 6<br/>NO: 26</b> | <b>SI: 26<br/>NO: 6</b> | <b>SI: 6<br/>NO: 26</b> | <b>SI: 12<br/>NO: 20</b> | <b>SI: 22<br/>NO: 10</b> |

| <b>OE3: Identificar la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.</b> |    |                         |                         |                         |                         |                        |                         |                        |                        |                         |
|---|----|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| <b>ENCUESTADOS</b>  |    | <b>PREGUNTAS</b>        |                         |                         |                         |                        |                         |                        |                        |                         |
|   |    | <b>P1</b>               | <b>P2</b>               | <b>P3</b>               | <b>P4</b>               | <b>P5</b>              | <b>P6</b>               | <b>P7</b>              | <b>P8</b>              | <b>P9</b>               |
| 1   | SI | 1                       | 1                       | 1                       |                         |                        | 1                       |                        | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         |                         | 2                       | 2                      |                         | 2                      |                        |                         |
| 2   | SI | 1                       | 1                       |                         |                         |                        | 1                       |                        |                        |                         |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       | 2                      |                         | 2                      | 2                      | 2                       |
| 3   | SI | 1                       | 1                       | 1                       | 1                       | 1                      | 1                       | 1                      | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         |                         |                         |                        |                         |                        |                        |                         |
| 4   | SI | 1                       | 1                       |                         |                         | 1                      | 1                       | 1                      | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       |                        |                         |                        |                        |                         |
| 5   | SI | 1                       | 1                       |                         |                         |                        | 1                       |                        | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       | 2                      |                         | 2                      |                        |                         |
| 6   | SI | 1                       | 1                       |                         |                         | 1                      | 1                       | 1                      | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       |                        |                         |                        |                        |                         |
| 7   | SI | 1                       | 1                       | 1                       |                         |                        | 1                       |                        | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         |                         | 2                       | 2                      |                         | 2                      |                        |                         |
| 8   | SI | 1                       |                         |                         |                         |                        | 1                       |                        |                        |                         |
|   | NO |                         | 2                       | 2                       | 2                       | 2                      |                         | 2                      | 2                      | 2                       |
| 9   | SI | 1                       | 1                       |                         |                         |                        | 1                       |                        |                        | 1                       |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       | 2                      |                         | 2                      | 2                      |                         |
| 10  | SI | 1                       | 1                       |                         |                         | 1                      | 1                       |                        | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       |                        |                         | 2                      |                        |                         |
| 11  | SI | 1                       | 1                       |                         |                         |                        | 1                       |                        | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       | 2                      |                         | 2                      |                        |                         |
| 12  | SI | 1                       | 1                       |                         |                         | 1                      | 1                       | 1                      | 1                      | 1                       |
|   | NO |                         |                         | 2                       | 2                       |                        |                         |                        |                        |                         |
| 13  | SI | 1                       |                         |                         |                         |                        | 1                       |                        |                        | 1                       |
|   | NO |                         | 2                       | 2                       | 2                       | 2                      |                         | 2                      | 2                      |                         |
| <b>TOTAL</b>  |    | <b>SI: 13<br/>NO: 0</b> | <b>SI: 11<br/>NO: 2</b> | <b>SI: 3<br/>NO: 10</b> | <b>SI: 1<br/>NO: 12</b> | <b>SI: 5<br/>NO: 8</b> | <b>SI: 13<br/>NO: 0</b> | <b>SI: 4<br/>NO: 9</b> | <b>SI: 9<br/>NO: 4</b> | <b>SI: 11<br/>NO: 2</b> |

| <b>OE4: Describir la técnica 5S's del Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020.</b> |    |                        |                        |                         |                        |                        |                         |                         |                         |                         |                        |
|--|----|------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|
| <b>ENCUESTADOS</b>   |    | <b>PREGUNTAS</b>       |                        |                         |                        |                        |                         |                         |                         |                         |                        |
|  |    | <b>P10</b>             | <b>P11</b>             | <b>P12</b>              | <b>P13</b>             | <b>P14</b>             | <b>P15</b>              | <b>P16</b>              | <b>P17</b>              | <b>P18</b>              | <b>P19</b>             |
| 1  | SI | 1                      | 1                      | 1                       | 1                      |                        | 1                       | 1                       | 1                       | 1                       |                        |
|  | NO |                        |                        |                         |                        | 2                      |                         |                         |                         |                         | 2                      |
| 2  | SI |                        |                        |                         | 1                      | 1                      | 1                       | 1                       | 1                       |                         |                        |
|  | NO | 2                      | 2                      | 2                       |                        |                        |                         |                         |                         | 2                       | 2                      |
| 3  | SI | 1                      | 1                      | 1                       |                        |                        | 1                       | 1                       | 1                       |                         |                        |
|  | NO |                        |                        |                         | 2                      | 2                      |                         |                         |                         | 2                       | 2                      |
| 4  | SI | 1                      | 1                      | 1                       |                        |                        | 1                       | 1                       | 1                       |                         | 1                      |
|  | NO |                        |                        |                         | 2                      | 2                      |                         |                         |                         | 2                       |                        |
| 5  | SI | 1                      |                        | 1                       | 1                      | 1                      | 1                       | 1                       | 1                       | 1                       | 1                      |
|  | NO |                        | 2                      |                         |                        |                        |                         |                         |                         | 2                       |                        |
| 6  | SI | 1                      | 1                      | 1                       |                        | 1                      | 1                       | 1                       | 1                       |                         |                        |
|  | NO |                        |                        |                         | 2                      |                        |                         |                         |                         | 2                       | 2                      |
| 7  | SI | 1                      |                        | 1                       |                        |                        |                         | 1                       | 1                       | 1                       |                        |
|  | NO |                        | 2                      |                         | 2                      | 2                      | 2                       |                         |                         |                         | 2                      |
| 8  | SI |                        |                        |                         |                        | 1                      |                         |                         |                         |                         | 1                      |
|  | NO | 2                      | 2                      | 2                       | 2                      |                        | 2                       | 2                       | 2                       | 2                       |                        |
| 9  | SI |                        |                        | 1                       | 1                      |                        | 1                       | 1                       | 1                       |                         | 1                      |
|  | NO | 2                      | 2                      |                         |                        | 2                      |                         |                         |                         | 2                       |                        |
| 10   | SI | 1                      |                        | 1                       |                        | 1                      | 1                       |                         | 1                       |                         |                        |
|  | NO |                        | 2                      |                         | 2                      |                        |                         | 2                       |                         | 2                       | 2                      |
| 11   | SI | 1                      |                        | 1                       |                        |                        |                         | 1                       | 1                       |                         |                        |
|  | NO |                        | 2                      |                         | 2                      | 2                      | 2                       |                         |                         | 2                       | 2                      |
| 12   | SI | 1                      | 1                      | 1                       |                        | 1                      | 1                       | 1                       | 1                       | 1                       |                        |
|  | NO |                        |                        |                         | 2                      |                        |                         |                         |                         |                         | 2                      |
| 13   | SI |                        |                        | 1                       |                        | 1                      | 1                       |                         |                         |                         | 1                      |
|  | NO | 2                      | 2                      |                         | 2                      |                        |                         | 2                       | 2                       | 2                       |                        |
| <b>TOTAL</b>   |    | <b>SI: 9<br/>NO: 4</b> | <b>SI: 5<br/>NO: 8</b> | <b>SI: 11<br/>NO: 2</b> | <b>SI: 4<br/>NO: 9</b> | <b>SI: 7<br/>NO: 6</b> | <b>SI: 10<br/>NO: 3</b> | <b>SI: 10<br/>NO: 3</b> | <b>SI: 11<br/>NO: 2</b> | <b>SI: 3<br/>NO: 10</b> | <b>SI: 5<br/>NO: 8</b> |

### Resumen de Libro de Códigos

| DESCRIPCIÓN |   | RESPUESTA | FRECUENCIA |       | PORCENTAJE |         |
|-------------|---|-----------|------------|-------|------------|---------|
|             |   |           | PARCIAL    | TOTAL | SUMATORIA  | TOTAL%  |
| <b>OE 1</b> | <b>Conocer el nivel de satisfacción del cliente de las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020.</b>             |           |            |       |            |         |
| 1           | ¿Encuentra Ud. productos de acuerdo a sus necesidades en las tiendas de abarrotes?  | SI        | 291        | 384   | 75.78%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 93         |       | 24.22%     |         |
| 2           | ¿Considera Ud. que los propietarios de las tiendas de abarrotes utilizan estrategias de negocio para satisfacer a sus clientes? | SI        | 82         | 384   | 21.35%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 302        |       | 78.65%     |         |
| 3           | ¿Ud. ha mejorado su nivel de vida al adquirir productos de las tiendas de abarrotes?  | SI        | 179        | 384   | 46.61%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 205        |       | 53.39%     |         |
| 4           | ¿Cree Ud. que la atención del personal en las tiendas de abarrotes es buena?  | SI        | 133        | 384   | 34.64%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 251        |       | 65.36%     |         |
| 5           | ¿Cree Ud. que los precios de los productos se encuentran al alcance de su economía?   | SI        | 323        | 384   | 84.11%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 61         |       | 15.89%     |         |
| 6           | ¿Se siente Ud. satisfecho con la responsabilidad y puntualidad del personal al momento de entregar sus productos?               | SI        | 102        | 384   | 26.56%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 282        |       | 73.44%     |         |
| 7           | ¿Considera Ud. que las tiendas de abarrotes ofrecen productos de buena calidad?   | SI        | 298        | 384   | 77.60%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 86         |       | 22.40%     |         |
| 8           | ¿Se siente Ud. satisfecho con los productos y servicio que ofrecen las tiendas de abarrotes?                                    | SI        | 203        | 384   | 52.86%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 181        |       | 47.14%     |         |
| 9           | ¿Ud. recomendaría la tienda de abarrotes donde adquiere sus productos?  | SI        | 297        | 384   | 77.34%     | 100.00% |
|             |   | NO        | 87         |       | 22.66%     |         |

| <b>OE 2</b> | <b>Describir las características de liderazgo de los propietarios de las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020.</b>                         |    |    |    |        |         |
|-------------|---|----|----|----|--------|---------|
| 1           | ¿Considera Ud. que su jefe tiene una visión global de la realidad de su negocio?  | SI | 26 | 32 | 81.25% | 100.00% |
|             |   | NO | 6  |    | 18.75% |         |
| 2           | Cuando se presentan problemas relacionados a Sunat, licencias, precios y competencia desleal ¿Considera Ud. que su jefe tiene una solución rápida y efectiva? | SI | 8  | 32 | 25.00% | 100.00% |
|             |   | NO | 24 |    | 75.00% |         |
| 3           | ¿Su jefe conoce que la expansión de su negocio depende de los cambios en los mercados?  | SI | 26 | 32 | 81.25% | 100.00% |
|             |   | NO | 6  |    | 18.75% |         |
| 4           | ¿Su jefe está pendiente de las oportunidades y amenazas del entorno que rodea su negocio?   | SI | 10 | 32 | 31.25% | 100.00% |
|             |   | NO | 22 |    | 68.75% |         |
| 5           | ¿Considera Ud. que su jefe tiene visión de negocio a largo plazo?   | SI | 30 | 32 | 93.75% | 100.00% |
|             |   | NO | 2  |    | 6.25%  |         |
| 6           | ¿Considera Ud. que su jefe ha establecido los objetivos del negocio para los próximos años?   | SI | 22 | 32 | 68.75% | 100.00% |
|             |   | NO | 10 |    | 31.25% |         |
| 7           | ¿Su jefe promueve la innovación de las ventas?  | SI | 4  | 32 | 12.50% | 100.00% |
|             |   | NO | 28 |    | 87.50% |         |
| 8           | ¿Se promueven nuevos productos de venta?  | SI | 26 | 32 | 81.25% | 100.00% |
|             |   | NO | 6  |    | 18.75% |         |
| 9           | ¿Su jefe promueve el negocio vía internet?  | SI | 4  | 32 | 12.50% | 100.00% |
|             |   | NO | 28 |    | 87.50% |         |
| 10          | ¿Tiene su jefe comunicación con clientes, competidores mediante Facebook, correo electrónico y/o WhatsApp?  | SI | 2  | 32 | 6.25%  | 100.00% |
|             |   | NO | 30 |    | 93.75% |         |
| 11          | ¿Su jefe reconoce o incentiva sus años de servicio en la tienda?  | SI | 26 | 32 | 81.25% | 100.00% |
|             |   | NO | 6  |    | 18.75% |         |
| 12          | ¿Su jefe lo incentiva con capacitación y premios por su buen desempeño?   | SI | 6  | 32 | 18.75% | 100.00% |
|             |   | NO | 26 |    | 81.25% |         |
| 13          | ¿Su jefe acepta los cambios para mejorar la organización de su negocio?   | SI | 26 | 32 | 81.25% | 100.00% |
|             |   | NO | 6  |    | 18.75% |         |

|             |  |    |    |    |         |         |
|-------------|--|----|----|----|---------|---------|
| 14          | ¿Su jefe se preocupa por buscar innovaciones en beneficio de su negocio?   | SI | 6  | 32 | 18.75%  | 100.00% |
|             |  | NO | 26 |    | 81.25%  |         |
| 15          | ¿Considera Ud. que su jefe tiene agilidad de negocio y se preocupa para aprender nuevas teorías, ideas o métodos para mejorar?                       | SI | 12 | 32 | 37.50%  | 100.00% |
|             |  | NO | 20 |    | 62.50%  |         |
| 16          | ¿Reflexiona su jefe sobre sus éxitos y fracasos?   | SI | 22 | 32 | 68.75%  | 100.00% |
|             |  | NO | 10 |    | 31.25%  |         |
| <b>OE 3</b> | <b>Identificar la metodología del Kaizen, desde el enfoque del modelo de Deming, en las MYPE rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020.</b> |    |    |    |         |         |
| 1           | ¿Ud. desarrolla planes y objetivos para la mejora de calidad?  | SI | 13 | 13 | 100.00% | 100.00% |
|             |  | NO | 0  |    | 0.00%   |         |
| 2           | ¿Ud. coordina con su personal para cumplir las actividades planeadas?  | SI | 11 | 13 | 84.62%  | 100.00% |
|             |  | NO | 2  |    | 15.38%  |         |
| 3           | ¿Ud. prioriza las actividades en el proceso de atención al cliente?  | SI | 3  | 13 | 23.08%  | 100.00% |
|             |  | NO | 10 |    | 76.92%  |         |
| 4           | ¿Ud. ha incorporado nuevas tecnologías en su negocio a fin de mejorar y agilizar la venta de sus productos?  | SI | 1  | 13 | 7.69%   | 100.00% |
|             |  | NO | 12 |    | 92.31%  |         |
| 5           | ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los materiales?   | SI | 5  | 13 | 38.46%  | 100.00% |
|             |  | NO | 8  |    | 61.54%  |         |
| 6           | ¿Ud. lleva un registro y control de los ingresos y egresos de su negocio, a fin de evaluar sus ganancias o pérdidas?                                 | SI | 13 | 13 | 100.00% | 100.00% |
|             |  | NO | 0  |    | 0.00%   |         |
| 7           | ¿Ud. realiza ofertas y promociones a fin de retener a sus clientes?  | SI | 4  | 13 | 30.77%  | 100.00% |
|             |  | NO | 9  |    | 69.23%  |         |
| 8           | ¿Ud. motiva a su personal, a fin de que éstos brinden un servicio de calidad a los clientes?   | SI | 9  | 13 | 69.23%  | 100.00% |
|             |  | NO | 4  |    | 30.77%  |         |
| 9           | ¿Ud. se preocupa por captar clientes nuevos?   | SI | 11 | 13 | 84.62%  | 100.00% |
|             |  | NO | 2  |    | 15.38%  |         |

| <b>OE 4</b> | <b>Describir la técnica 5S's del Kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020.</b>                     |    |    |    |        |         |
|-------------|---|----|----|----|--------|---------|
| 10          | ¿Ud. selecciona y desecha los productos vencidos y/o deteriorados de las estanterías y/o anaqueles?                             | SI | 9  | 13 | 69.23% | 100.00% |
|             |   | NO | 4  |    | 30.77% |         |
| 11          | ¿Ud. controla el inventario para mantener, mejorar y reducir los desperdicios de los productos?                                 | SI | 5  | 13 | 38.46% | 100.00% |
|             |   | NO | 8  |    | 61.54% |         |
| 12          | ¿Ud. dispone que se organicen los productos para su rápida ubicación y despacho?  | SI | 11 | 13 | 84.62% | 100.00% |
|             |   | NO | 2  |    | 15.38% |         |
| 13          | ¿Tiene Ud. un almacén de productos debidamente identificados y de fácil ubicación?  | SI | 4  | 13 | 30.77% | 100.00% |
|             |   | NO | 9  |    | 69.23% |         |
| 14          | ¿Ud. procede a retirar y/o eliminar cualquier tipo de basura y suciedad acumulada (polvo, cajas, agua estancada, bolsas, etc.)? | SI | 7  | 13 | 53.85% | 100.00% |
|             |   | NO | 6  |    | 46.15% |         |
| 15          | ¿Ud. exige que su personal se encuentre aseado y presentable para la atención a los clientes?                                   | SI | 10 | 13 | 76.92% | 100.00% |
|             |   | NO | 3  |    | 23.08% |         |
| 16          | ¿Ud. se reúne periódicamente con su personal para evaluar sus responsabilidades en su puesto de trabajo?                        | SI | 10 | 13 | 76.92% | 100.00% |
|             |   | NO | 3  |    | 23.08% |         |
| 17          | ¿Ud. realiza inspecciones rutinarias en los ambientes de su negocio?  | SI | 11 | 13 | 84.62% | 100.00% |
|             |   | NO | 2  |    | 15.38% |         |
| 18          | ¿Ud. promueve el hábito de autocontrolar o reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas?               | SI | 3  | 13 | 23.08% | 100.00% |
|             |   | NO | 10 |    | 76.92% |         |
| 19          | ¿Ud. aplica la mejora continua en su lugar de trabajo e incentiva a su personal a dar ideas innovadoras para el negocio?        | SI | 5  | 13 | 38.46% | 100.00% |
|             |   | NO | 8  |    | 61.54% |         |

## Constancia de No Adeudo

### CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) MERINO GARCIA DAMARIS LISEHT, con código de matrícula 2811080015, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 31 DE ENERO DEL 2020.

  
UNIVERSIDAD CATOLICA  
LOS ANGELES - CHIMBOTE  
  
Wiliana Lisseth Moscol Carbajal

  
UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
FILIAL PIURA  
  
Sra. Ana Sylvia Chuyes Guevara  
ESPECIALISTA C.I.R

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (\*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA  
(\*)

(\*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

## Informe de Originalidad del Turnitin

### Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 25-ene.-2020 14:22 -05

Identificador: 1246287337

Número de palabras: 14287

Entregado: 1

informe final Por Merino Garcia

| Índice de similitud      |    |
|--------------------------|----|
| 0%                       |    |
| Similitud según fuente   |    |
| Internet Sources:        | 0% |
| Publicaciones:           | 0% |
| Trabajos del estudiante: | 0% |