



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD Y MARKETING EN LAS MICRO
Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO -
RUBRO FERRETERÍAS DEL CERCADO DE LA PROVINCIA
DE SATIPO, AÑO 2018.

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

ASTO CLEMENTE LINCOL MAEL

ORCID: 0000-0003-8970-5629

ASESOR

LINO ELÍAS FERNÁNDEZ BONILLA

ORCID: 0000-0002-9796-2745

SATIPO – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Asto Clemente, Lincol Mael

ORCID: 0000-0003-8970-5629

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

ASESOR

Fernández Bonilla, Lino Elías

ORCID: 0000-0002-9796-2745

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

JURADO

Meza Salinas, José Luis

ORCID: 0000-0003-2735-8259

Lozano Ruiz, Roger

ORCID: 0000-0002-8007-0265

Saenz Villaverde, Marleni Felicita

ORCID: 0000-0001-8173-701

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mg. MEZA SALINAS JOSE LUIS

ORCID: 0000-0003-2735-8259

PRESIDENTE

Mg. LOZANO RUIZ ROGER

ORCID: 0000-0002-8007-0265

MIEMBRO

Mg. SAENZ VILLAVERDE MARLENI FELICITA

ORCID: 0000-0001-9818-7130

MIEMBRO

DR. LINO ELÍAS FERNÁNDEZ BONILLA

COD ORCI N° 0000-0002-9796-2745

DOCENTE TUTOR INVESTIGADOR

Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dedicado a mis padres, hermanos y familiares presentes quienes con su gran esfuerzo me brindan su apoyo incondicional, desde el momento que decidí hacerme profesional para cumplir mis objetivos y metas.

AGRADECIMIENTO

A nuestro creador:

Dios Jehová, por darme una vida incomparable, por medio de la cual nos es posible experimentar la inteligencia, el amor, la razón, la conciencia sensible, comprensión en los momentos en que lo necesitamos y sentimientos que están presentes en el desarrollo del presente proyecto.

A mis padres, familia:

A mis padres por haberme dado la vida, por todo el afecto que han dado y me sigue brindando, hermanos presentes por su apoyo permanente e incondicional, por la confianza y libertad que me han permitido para seguir adelante y que contribuyeron con mi persona en el desarrollo personal y profesional.

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “La gestión de calidad y marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, año 2018” tuvo como objetivo conocer la relación respecto a la gestión de calidad y marketing, cuya investigación es de tipo y nivel descriptivo, la población y muestra empleada fue de **14** dueños de las Mypes, la investigación tuvo como diseño la correlación asimismo tuvo un enfoque cuantitativo, la gestión la calidad es buena (50%), el 35.7% de los dueños o representantes legales de las Mypes tienen de 18 a 29 años y de 30 a 44 años respectivamente es decir son menores de 44 años, y el 71% de las Mypes son formales siendo los informales el 29%. La Gestión de la calidad respecto a la dimensión control, el 78,6% de los encuestados respondieron regular, el 14,3% respondió bueno, el 7,1% respondió Muy bueno. De acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de las MYPES consideran que al obtener su crédito, mejoro su rentabilidad eso nos dieron a conocer el 90% de los encuestados en el distrito de satipo y que los representantes legales consideran rentables en un 100% sus negocios y que actualmente se encuentran en el 11 al 20 % la rentabilidad de su negocio

Palabras claves: Aseguramiento, financiamiento, marketing, control, calidad, planificación, mejora continua.

Abstract

The present work of investigation titled "The management of quality and marketing in the micro and small companies of the sector commerce - rubro hardware stores of the fencing of the province of Satipo, year 2018" had like objective know the relation regarding the management of quality and marketing , whose research is of type and descriptive level, the population and sample employed was 14 owners of the Mypes, the research was designed as the correlation also had a quantitative approach, quality management is good (50%), 35.7% of the owners or legal representatives of Mypes are from 18 to 29 years old and from 30 to 44 years old respectively, that is, they are under 44 years old, and 71% of Mypes are formal, with 29% being informal. Quality Management with respect to the control dimension, 78.6% of respondents answered regularly, 14.3% answered good, 7.1% answered Very good. According to the data obtained most of the MYPES consider that when obtaining their credit, their profitability improved that 90% of the respondents in the satipo district informed us and that the legal representatives consider their businesses to be 100% profitable and that currently are in the 11 to 20% profitability of your business

Keywords: Insurance, financing, marketing, control, quality, planning, continuous improvement.

Índice de Contenido

	Pp
Título de la tesis	i
Hoja de firma del jurado asesor	iii
Dedicatoria	iv
Hoja de agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Contenido	viii
Índice de tablas	xv
Índice de figuras	x
I. Introducción	01
II. Revisión de literatura	06
III. Hipótesis	35
IV. Metodología	36
4.1 Diseño de la investigación	37
4.2 Población y Muestra	39
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	40
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
4.5 Plan de análisis	46
4.6 Matriz de consistencia	47
4.7 Principios éticos	50
V. Resultados	51
5.1 Análisis	51
5.2 Análisis de Resultados	70
VI. Conclusiones	75
Aspectos Complementarios	77
Referencias bibliográficas	78
Anexos	80

Índice de Tablas

	Pp
Tabla N° 01.	li
Características generales del representante de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la Provincia de Satipo, 2018	
Tabla N° 02.	lii
Características de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, 2018	
ii	
Tabla N° 03	liii
Gestión de la calidad de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, 2018	
Tabla N° 04.	liv
Marketing de los representantes de las Mypes del sector comercio Rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, 2018	

Índice de figuras

Figura N° 01 Edad de los representantes legal de las Mypes	88
Figura N° 02 Sexo de los representantes legal de las Mypes	88
Figura N° 03 Grado de instrucción de los representantes legal de las Mypes	89
Figura N° 04 Estado civil de los representantes legales de las Mypes	89
Figura N° 05 Profesión y ocupación de los representantes legal de las Mypes	90
Figura N° 06. Tiempo en que se encuentra en el sector o rubro	90
Figura N° 07. Fuente. Tipo de empresa	91
Figura N° 08. Número de trabajadores permanentes	91
Figura N° 09. Número de trabajadores eventuales	92
Figura N° 10. Su empresa se creó para obtener ganancias	92
Figura N° 11 Gestión de la calidad de la dimensión planificación en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.	93
Figura N° 12 Gestión de la calidad de la dimensión Control en las micro y pequeñas empresas del sector Rubro Ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018	93
Figura N° 13 Gestión de la calidad de la dimensión Aseguramiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018	94
Figura N° 14 Gestión de la calidad de la dimensión Mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018	94
Figura N° 15 Variable Gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018	95
Figura N° 16 Marketing y competitividad de la dimensión cooperativismo en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018	96
Figura N° 17 Marketing y Competitividad de la dimensión uso de la tecnología de la información y la comunicación de la Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018	96

Figura N° 18 Variable Marketing y competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 97

INTRODUCCION

Las empresas a nivel mundial están inmersas en la competencia, así como con la calidad de atención a los clientes. Los términos de calidad y calidad total, se vienen utilizando en todas las actividades empresariales en la actualidad a nivel mundial, sin embargo, el hombre ha sentido la inquietud de utilizar a lo largo del tiempo, si podría decir del principio de los tiempos.

La mayoría de los países de América Latina se encuentran afectados por problemas sociales, como los de extrema pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentran en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas empresas representan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región.

Sin embargo, solo un pequeño porcentaje de estas microempresas tiene acceso a servicios financieros institucionalizados; cabe señalarse que la posibilidad de lograr estos y otros tipos de apoyo limita su crecimiento y no permite que desarrollen una gran parte de su potencial, siendo éste un gran desafío para las microempresas.

Las micro y pequeñas empresas son fabricantes, proveedoras de servicios y minoristas que constituyen una parte integral de la economía, como compradores y vendedores. No solo generan empleos, sino que además contribuyen al crecimiento económico de América Latina.

A nivel nacional las empresas que generan mayor movimiento son más de la mitad del total de las empresas que son conocidas como las micro y pequeñas empresas Mypes, estas Mypes se encuentran distribuidos a lo largo de nuestro territorio de diferentes rubros, así como ventas de boticas, calzados, **ferreterías**, medicamentos, hoteles, compra y venta de productos perecibles, entre otras, estas Mypes generan movimiento económico y le dan un sustento a las pequeñas y medianas empresas, posiblemente las Mypes en el Perú en la gran mayoría no están constituidas, marchan en la informalidad pero a pesar de todo generan empleo en nuestro país.

En nuestra localidad de Satipo existen Mypes algunas de ellas están trabajando de manera informal; pero la gran mayoría son formales. Los representantes legales o dueños de las

Mypes son familiares y tienen varios Mypes, pero con un solo representante o dueño; hay muchas Mypes de diferentes rubros por ende generan una competencia y sobreviven aquellos que poseen una buena administración.

La gestión de calidad es muy importante para el sostenimiento de las Mypes por ello me motivo a desarrollar la presente investigación con las dimensiones de planificación, control, aseguramiento y mejora continua siendo el trabajo de investigación de tipo y nivel descriptivo y transversal. Con estas primicias se planteó el problema de investigación.

Con estas proposiciones se formuló el siguiente problema general

¿Cuáles son las características, y como se relaciona la gestión de calidad y marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?; desagregando el problema principal para su administración de la construcción del instrumento se planteó los problemas específicos.

¿Cuáles son las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?

¿Cuáles son las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?

¿Qué relación existe entre la planificación y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?

¿Cómo se relaciona el control y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?

¿Cómo se relaciona la mejora continua y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?

¿Cómo se relaciona la gestión de calidad y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?

¿Cómo se relaciona la gestión de calidad y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018? de esto se deriva los problemas específicos como ¿Qué relación existe entre la planificación y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018? ¿Cómo se relaciona el control y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?

¿Cómo se relaciona la mejora continua y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018? ¿Cómo se relaciona la gestión de calidad y el marketing en la micro y pequeña empresa del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?.

En la investigación se planteó los siguientes objetivos con la finalidad de orientar el proceso de investigación siendo el objetivo general:

Determinar las características, y la relación entre la gestión de calidad y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, siendo los objetivos específicos.

Describir las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Establecer la relación que existe entre la planificación y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Establecer qué relación existe el control y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Establecer qué relación existe entre la mejora continua y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Establecer qué relación existe entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Basado estos problemas se dio una respuesta tentativa siendo la hipótesis general

Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, siendo las hipótesis las siguientes.

Las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 es adecuada por que poseen edad, sexo, grado de instrucción y estado civil.

Las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 es adecuada porque, la mayoría se encuentran laborando formalmente.

Existe entre la planificación y el marketing una relación positiva de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Existe una relación directa entre el control y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

La mejora continua y el marketing se relaciona directamente con la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Existe una relación entre la gestión de calidad y el marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

La investigación se justifica porque dicha tesis tiene aportes que contribuyen a abordar temas sobre la calidad, competitividad y trabajos seleccionados bajo la problemática real de las

Mypes, que contribuye al desarrollo empresarial de los representantes legales y de la comunidad.

En el campo teórico, se recopilaron y sistematizaron los conocimientos científicos y teorías respecto a las Mypes, se utilizó las definiciones de las principales características de las Mypes y sirvió para tener un conocimiento y saber las características de las Mypes razón por la cual la presente investigación es importante.

En lo metodológico; la presente investigación se ha desarrollado teniendo en cuenta la estructura para redactar la investigación anexo 05 y a su vez es importante porque el conocimiento metodológico de la investigación cuantitativa permitió organizar para dar la cientificidad necesaria a la investigación.

II.- REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Velecela (2013). En su trabajo de investigación denominado: Análisis de las fuentes de financiamiento para las Mypes, realizado en la ciudad de Cuenca – Ecuador, cuyo objetivo general fue: Determinar las fuentes de financiamiento para las Mypes. Su metodología de investigación fue cualitativa-descriptiva, para el recojo de la información utilizó el método de revisión bibliográfica documental y el instrumento un cuestionario. Llegó a los siguientes resultados: No existe una oferta estructurada de financiamiento para las Mypes; recién en los últimos años se han creado entidades financieras especializadas para estas empresas; pero el empresario por su falta de cultura financiera no toma estas opciones, las dificultades de obtener un crédito no se relaciona únicamente con el hecho de que las Mypes no estén en posibilidad de acceder a fondos mediante un procedimiento financiero, las auténticas dificultades suceden en ocasiones en las que un proyecto rentable a la tasa de interés no se efectiviza porque el empresario no consigue 17 fondos del mercado, más aún porque desconoce las variadas opciones de financiamiento para las Mypes, pues sus propietarios no las utilizan porque desconocen sobre su existencia, consideran que los procesos para ello son tediosos

Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA),(2009), en su investigación del programa de desarrollo social llegó a la conclusión. Estados unidos el 99% de todas las empresas son pequeñas, y representa el 99.7% de todos los empleadores y emplea al 50.1% de la fuerza laboral privada. Es por ello que en Estados Unidos uno de los programas de financiamiento a las Mypes que más éxito a tenido es el FCR (Fondo de capital de capital de riesgo). Así pues, por cada proyecto aprobado por una sociedad de riesgo Small Bussines

Investment Companies (SBUC), se evalúan de 200 a 250 ideas o propuestas. También, en Estados Unidos el poder de la pequeña empresa se basa en los 25 millones de estas firmas en todo su territorio. De acuerdo con cifras de la Small Business Administración (SBA), estas unidades sostienen 99% de todos los empleos y anualmente generan 75% de los nuevos puestos de trabajo. Así mismo, Estados Unidos también ha promovido una política de apoyo a las PyME, esto se refleja en la creación de programas que benefician el crecimiento de la pequeña empresa, como el programa de Compañías de Inversión en Pequeños Negocios (SBIC, por sus siglas en inglés), Programa de Micro Préstamos, Programa de Préstamos a Empresas Certificadas de Desarrollo. Las cuales resultan favorables en el desarrollo de las Small Business (Pequeñas Empresas) los programas antes mencionados también brindan capacitación a la pequeña empresa para garantizar el éxito, teniendo como resultado que las pequeñas empresas aportan el 50% del PBI no agrícola; emplean al 39% de los profesionales High Tech (como científicos, ingenieros, expertos en computación y sistemas) y además representan el 97% de todos los exportadores y contribuyen con el 29% de las exportaciones Banco Estado Encuentro nacional de la Microempresa Sofofa, Junio de (2003) En la investigación llegó al siguiente resultado; en América Latina más del 90% de las empresas entran en la categoría de micro y/o pequeñas empresas, definidas como aquellas que dan empleo a un máximo de 20 personas. En un reciente estudio del Banco Interamericano de Desarrollo muestra la existencia de pequeños negocios poco productivos, este estudio demuestra que los países latinoamericanos suelen olvidar la división del trabajo, la capacitación y el financiamiento como elementos clave para el desarrollo

Gonzales, (2014) presentado su tesis “la gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá “con el único objetivo de identificar y

caracterizar aquellas variables de la gestión financiera y su asociación con el acceso a financiamiento en las pequeñas y medianas Empresas (Pymes) del sector comercio en la ciudad de Bogotá. Se busca indagar en algunas organizaciones como está estructurada la gestión financiera con el propósito de establecer una posible correlación con el acceso a financiamiento considerando esta como una de las variables que contribuye en la generación de mejores oportunidades de crecimiento y distribución del ingreso en la sociedad. (Sánchez et al, 2003; OCDE, 2013; Meléndez, 2011). De igual forma se busca caracterizar algunas variables clave dentro de la gestión financiera que podrían constituirse como marco de referencia para ser utilizadas por las Pymes de manera que contribuya a una mejor gestión de sus recursos financieros y sus oportunidades de crecimiento. Para desarrollar los propósitos de esta investigación se ha seleccionado una población de 1465 Pymes que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades de 2008 a 2013; el tipo de investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, no experimental, longitudinal, exploratorio y correlacionar. La investigación parte en primer lugar de una revisión el estado del arte sobre las variables de estudio: gestión financiera y el financiamiento, en segundo lugar se realiza una exploración de la gestión financiera dentro de las organizaciones y finalmente se analiza la evidencia recolectada para determinar una relación entre la gestión financiera y el acceso al financiamiento con el propósito de proponer a las Pymes lineamientos de mejora en los procesos de gestión financiera. Zapata (2004), investigó “cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas” En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa. Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas

empresas y 4 medianas empresas. Llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la filosofía de una de las empresas en la que expresa: “somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante tienes que estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionará. Por lo que colige el investigador en lo siguiente: en la PYMES debe existir una cultura organizativa abierta, es decir, que permita al director general alentar a los empleados a compartir su conocimiento y que facilite la comunicación entre los miembros de la empresa como fuente de creación interna de conocimiento. Otra de las conclusiones fue que el único atributo del conocimiento que facilita sus transferencias es la facilidad de enseñanza, es decir un entrenamiento, capacitación y monitoreo constante.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Cifuentes A. (2011) En su tesis “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– rubro ferreterías, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010”, trabajo de investigación descriptiva con cuyo objetivo Describir la caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– rubro ferreteria, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010, trabajó de investigación llegó a la siguiente conclusión:

70% (7) de los representantes legales encuestados, su edad fluctúa entre 26 y 60 años, y el 30% (3) entre 18 y 25 años.

El 70% (7) manifestó que financia su actividad productiva, con financiamiento propio, y el 30% (3) con financiamiento de terceros.

El 57% (4)* manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante entidades bancarias y el 43% (3) mediante entidades no bancarias.

Rios (2017) En su tesis titulado caracterización del financiamiento y la capacitación en la Mype con el problema ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación en las Mype rubro restaurantes y como Objetivo describir las características del financiamiento y la capacitación en la Mype; rubro ferreterías de la ciudad de Sullana, año 2016. Determinar las fuentes del financiamiento de la Mype.; Tipo de investigación descriptiva; Nivel cuantitativo.; Diseño no experimental; Población 14 propietarios y 70 trabajadores; Muestra 14; Técnica encuesta; instrumento cuestionario; llegando a la siguiente conclusión: las fuentes del financiamiento de las Mype, de rubro ferreterías de la ciudad de Sullana, en su mayoría son los Bancos y en su minoría son las cajas; lo que significa que financian su actividad productiva con los recursos financieros externos.

La tasa de interés del financiamiento de las Mype, del rubro ferreterías de la ciudad de Sullana, se da entre los rangos del 21% al 30%; enfrentándose dichas Mype a altos costos de financiamiento, donde su ventaja sería depender mucho de su inversión y el ahorro, obteniéndose de esta manera el desarrollo esperado.

Tapia (2016) en su Tesis titulada caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Chorrillos-Lima. con el objetivo en determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad y la rentabilidad de las Micro y pequeña empresa del sector comercio;. tipo de investigación

descriptiva exhaustiva; nivel descriptivo; siendo el diseño no experimental; con una población que estuvo conformado por 10 propietarios o representantes legales, así mismo la muestra estuvo conformado por el 100% que equivale a 10 propietarios, la técnica utilizada en la presente investigación fue la encuesta con el instrumento del cuestionario; llegando a la siguiente conclusión.

Al determinar las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - Panadería y Pastelería de la Av. Defensores del Morro (Cuadra 1-25) del distrito de Chorrillos, Provincia y Departamento de Lima, periodo 2014-2015. (Tapia, 2016, p.111).

Chambi (2016) Tesis titulado , la formalización de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial y su influencia en la rentabilidad del periodo, por lo tanto el problema es lo siguiente: ¿Cuál es el efecto de la formalización en la rentabilidad de las empresas de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial de Villa El Salvador? , con el objetivo de determinar el efecto de la formalización en la rentabilidad de las empresas de las Mypes de fabricación de muebles del parque industrial de Villa El Salvador, tipo de investigación y presente trabajo es una investigación aplicada, se ha utilizado la metodología existente para el análisis objetivo del tema, siendo el diseño una investigación por objetivos, conforme al esquema presentado, con su población constituida por 28 Mypes dedicadas a la fabricación de muebles, y su muestra de 28 propietarios, la técnica fue observación, entrevista, encuesta, con el instrumento un cuestionario, gráficos y cuadros, llegando a la conclusión

Ugaz (2012) en su tesis titulado “Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2008 aplicado a una empresa de fabricación

de leídas” el objetivo del trabajo es analizar la situación actual de la empresa y mediante ello diseñar e implementar el Sistema de Gestión de Calidad, demostrando que a través del desarrollo, implementación y mantenimiento del mismo, le permitirá mejorar la competitividad y lograr un alto grado de satisfacción del cliente, las conclusiones a los que se arribó el autor fue:

1. La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad mejorará la imagen corporativa de la empresa y fortalecerá los vínculos de confianza y fidelidad de los clientes con la organización.

2. El manual de calidad confeccionado servirá como guía para orientar a los trabajadores de la empresa sobre los pasos a seguir en cada una de las etapas del proceso productivo para asegurar que el producto final cumpla de manera exitosa todos los estándares de calidad solicitados por el cliente, las normas vigentes y de seguridad interna.

3. La creación de una nueva perspectiva del negocio bajo una política de calidad, objetivos, indicadores de desempeño y un mapa de procesos, le permitirá a la empresa analizar periódicamente sus actividades y realizar una toma de decisiones, asegurando una planeación Agencia de Promoción (2017) en su investigación “Análisis estratégico de 10 casos Mype” La educación formal de los promotores, sus estudios superiores o la capacitación o asesoría recibida sobre la Calidad en la Administración durante el desarrollo de su negocio, es reconocida por los microempresarios como un factor imprescindible para el fortalecimiento y la consolidación de sus empresas, llegó a la siguiente conclusión.

La principal conclusión es que, a pesar de que muchas de estas empresas empezaron por necesidades personales de sus propietarios, prácticamente sin capital físico y con muy pocos conocimientos sobre negocios, sus promotores han demostrado una dosis inmensa de sentido común, y también una gran dedicación hacia su negocio y, en especial, hacia sus clientes.

Cabe destacar la flexibilidad para adaptarse a situaciones cambiantes, y la confianza en sí mismos para resolver cada problema según se presente y no dejar nunca que las dificultades los paralicen.

Santiago (2000) en su tesis titulado “La Calidad de Servicio Bancario: Entre La Fidelidad Y La Ruptura” La metodología de esta fase se corresponde a una investigación exploratoria, de tipo cualitativo, consistente en la realización de cuatro Reuniones de Grupo No Dirigidas, con clientes de entidades bancarias de la Comunidad de Madrid que cubrían un amplio espectro no sólo en cuanto a nivel cultural, económico, clientes de diferentes entidades y diferente nivel de bancarización, así como clientes que habían adoptado recientemente algún comportamientos de ruptura total o parcial con entidades y clientes tradicionalmente fieles a su entidad habitual. Llegando a la conclusión.

La escala de Calidad de Servicio Bancario que proponemos no sólo utiliza ítems que describen características de calidad de servicio, sino otros relativos al producto, al precio y a la imagen de la entidad bancaria, con la pretensión de que proporcione mayor poder explicativo sobre la realidad del servicio bancario y mayor poder predictivo sobre la fidelidad”. (Santiago, 2000, p.514)

Ortiz (2005) en su tesis “Propuesta de mejoras del Servicio al Cliente en las Entidades Financieras” la investigación tuvo como objetivo diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad en el servicio al cliente en Bancolombia S.A., Buenavista, que permita aumentar la participación en el mercado financiero por la preferencia y reconocimiento entre las entidades financieras del sector; logrando diferenciación entre las instituciones financieras por el excelente servicio brindado al cliente. Como problema ¿Cómo lograr fidelizar y atraer nuevos clientes que adquieran los servicios que ofrece Bancolombia S.A., Buenavista, Córdoba?, el tipo de investigación fue cualitativa. Conclusión.

“A través de la anterior investigación pudo hacerse entender que un excelente servicio al cliente influye en una elevada satisfacción del cliente, por lo que puede afirmarse que los objetivos de esta investigación se lograron. A partir de esta investigación se dejó clara la verdadera importancia que tiene el servicio al cliente en las entidades financieras, dejando claro que el servicio al cliente es un producto más de estas entidades, puesto que es una característica que da competitividad y un diferencial en contra de otras entidades del sector”. (Ortiz, 2005, p.32)

“Aun cuando algunos resultados son satisfactorios, en el estudio de casos se evidenció que los aspectos que presentan mayor porcentaje de calificación negativa en la oficina Bancolombia de Buenavista, Córdoba, son los tiempos de espera, la agilidad en la atención, seguido de la calidad de las respuestas”. (Ortiz, 2005, p.32)

“Pese a ello, al implementar una propuesta con enfoque al servicio al cliente, los tiempos de espera en atención por asesorías e información solicitada mejoraron en un 10%, mientras que la agilidad de los empleados en un 15%. Por otra parte, se ha reportado el incremento en el uso de los canales electrónicos”. (Ortiz, 2005, p.32)

Díaz (2015) en su tesis “ La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de Caja Piura- Agencia Chocope en el año 2015” con el objetivo la finalidad de determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de Caja Piura – Agencia Chocope, Cuya hipótesis es: La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de créditos pyme de Caja Piura – Agencia Chocope, destacando como variables de estudio la variable independiente: Calidad de servicio; y la variable dependiente: Satisfacción de los cliente de Caja Piura – Agencia Chocope. Se utilizará el diseño No experimental Transversal e investigación de tipo descriptivo correlacional, así como los siguientes métodos: Inductivo y estadístico. La población objeto de estudio estuvo conformada por 1099

clientes de Caja Piura – Agencia Chocope, a partir del cual se estableció una muestra representativa de 285 clientes de Caja Piura – Agencia Chocope utilizando el método probabilístico; dicha investigación concluyó.

La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de crédito Pyme de la Caja Piura _ Agencia Chocope, por que el 73,10% de los clientes afirma estar satisfecho y muy satisfecho además la satisfacción de los clientes de créditos pyme es calificada como buena, puesto que la agencia ha logrado satisfacer las expectativas de los mismos.

La calidad de servicio es percibida con un valor significativo para los clientes de créditos pyme de Caja Piura-agencia de Chocope en las dimensiones de tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía.

Los clientes perciben, en general, como un servicio de calidad, donde asaltan indicadores como calidad en la apariencia de los empleados, calidad de las instalaciones, calidad en la comunicación al mostrar un lenguaje claro y comprensible, calidad en el tiempo de atención, amabilidad y en general buen trato de los empleados con los clientes.

Peñaloza (2015) en su tesis titulado “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el Banco de la Nación Puno, 2015”. La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar el grado de relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación Puno en los meses de abril-junio del año 2015. La investigación es de tipo descriptiva correlacional, con diseño transversal, la muestra estuvo conformada por 32 empleados y 382 clientes. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario para la calidad de servicio y otro para satisfacción del cliente. El análisis de los datos se realizó con la estadística descriptiva porcentual y la comprobación de la hipótesis con la prueba Coeficiente de correlación de Pearson. Los resultados a los que arribó el estudio fueron:

“El 53.1% de los empleados brindan un servicio de regular calidad y el 46.9% servicio de alta calidad. Respecto a los principios de la calidad, el 68.8% de los empleados perciben que la delegación es eventual, así como el seguimiento en el 37%; mientras el 84.4% manifestó que siempre se trabaja en equipo, 50% casi siempre en la auditoria permanente y el 56.3% manifestó casi siempre en la prevención. Sobre el nivel de satisfacción del cliente, el 56.5% de los clientes se encuentran medianamente satisfechos, 24.6% satisfecho y 18.8% insatisfecho, en las dimensiones, encontramos, al 40.8% de los clientes satisfechos con los elementos tangibles, 35.0% algo satisfecho con la fiabilidad, 32.7% con capacidad de respuesta; pero el 40.8% es indiferente con la seguridad, así como el 43.2% con la empatía. Se concluye que, la calidad del servicio tiene relación significativa ($r= 0.490$) con la satisfacción de los clientes del banco de la Nación Puno”. (Peñaloza 2015, p. 96).

Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA), (2009), en su investigación del programa de desarrollo social llegó a la conclusión. Estados Unidos el 99% de todas las empresas son pequeñas, y representa el 99.7% de todos los empleadores y emplea al 50.1% de la fuerza laboral privada. Es por ello que en Estados Unidos uno de los programas de financiamiento a las Mypes que más éxito a tenido es el FCR (Fondo de capital de capital de riesgo). Así pues, por cada proyecto aprobado por una sociedad de riesgo Small Business Investment Companies (SBUC), se evalúan de 200 a 250 ideas o propuestas. También, en Estados Unidos el poder de la pequeña empresa se basa en los 25 millones de estas firmas en todo su territorio. De acuerdo con cifras de la Small Business Administration (SBA), estas unidades sostienen 99% de todos los empleos y anualmente generan 75% de los nuevos puestos de trabajo. Así mismo, Estados Unidos también ha promovido una política de apoyo a las PyME, esto se refleja en la creación de programas que benefician el crecimiento de la pequeña empresa, como el programa de Compañías de Inversión en Pequeños Negocios

(SBIC, por sus siglas en inglés), Programa de Micro Préstamos, Programa de Préstamos a Empresas Certificadas de Desarrollo. Las cuales resultan favorables en el desarrollo de las Small Business (Pequeñas Empresas) los programas antes mencionados también brindan capacitación a la pequeña empresa para garantizar el éxito, teniendo como resultado que las pequeñas empresas aportan el 50% del PBI no agrícola; emplean al 39% de los profesionales High Tech (como científicos, ingenieros, expertos en computación y sistemas) y además representan el 97% de todos los exportadores y contribuyen con el 29% de las exportaciones Banco Estado Encuentro nacional de la Microempresa Sofofa, Junio de (2003) En la investigación llegó al siguiente resultado; en América Latina más del 90% de las empresas entran en la categoría de micro y/o pequeñas empresas, definidas como aquellas que dan empleo a un máximo de 20 personas. En un reciente estudio del Banco Interamericano de Desarrollo muestra la existencia de pequeños negocios poco productivos, este estudio demuestra que los países latinoamericanos suelen olvidar la división del trabajo, la capacitación y el financiamiento como elementos clave para el desarrollo

Gonzales, (2014) presentado su tesis “la gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá” con el único objetivo de identificar y caracterizar aquellas variables de la gestión financiera y su asociación con el acceso a financiamiento en las pequeñas y medianas Empresas (Pymes) del sector comercio en la ciudad de Bogotá. Se busca indagar en algunas organizaciones como está estructurada la gestión financiera con el propósito de establecer una posible correlación con el acceso a financiamiento considerando esta como una de las variables que contribuye en la generación de mejores oportunidades de crecimiento y distribución del ingreso en la sociedad. (Sánchez et al, 2003; OCDE, 2013; Meléndez, 2011). De igual forma se busca caracterizar algunas

variables clave dentro de la gestión financiera que podrían constituirse como marco de referencia para ser utilizadas por las Pymes de manera que contribuya a una mejor gestión de sus recursos financieros y sus oportunidades de crecimiento. Para desarrollar los propósitos de esta investigación se ha seleccionado una población de 1465 Pymes que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades de 2008 a 2013; el tipo de investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, no experimental, longitudinal, exploratorio y correlacionar. La investigación parte en primer lugar de una revisión el estado del arte sobre las variables de estudio: gestión financiera y el financiamiento, en segundo lugar se realiza una exploración de la gestión financiera dentro de las organizaciones y finalmente se analiza la evidencia recolectada para determinar una relación entre la gestión financiera y el acceso al financiamiento con el propósito de proponer a las Pymes lineamientos de mejora en los procesos de gestión financiera. Zapata (2004), investigó “cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas” En una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa. Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas empresas y 4 medianas empresas. Llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la filosofía de una de las empresas en la que expresa: “somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante tienes que estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionará. Por lo que colige el

investigador en lo siguiente: en la PYMES debe existir una cultura organizativa abierta, es decir, que permita al director general alentar a los empleados a compartir su conocimiento y que facilite la comunicación entre los miembros de la empresa como fuente de creación interna de conocimiento. Otra de las conclusiones fue que el único atributo del conocimiento que facilita sus transferencias es la facilidad de enseñanza, es decir un entrenamiento, capacitación y monitoreo constante.

Martínez (2010) en su investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial-rubro compra-venta de café del distrito del Cercado de la provincia de Satipo de la región Junín, periodo 2009- 2010” con el objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector industrial - rubro compra-venta de café del distrito del Cercado, provincia de Satipo de la región Junín, periodo 2009-2010. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 60% de los microempresarios su edad fluctúa entre 45 a 64 años; el 70% manifestaron que son de sexo masculino y el 60% manifestaron que tienen grado de instrucción universitaria. Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: en el año 2010 y 2011, el 40% y 50% manifestaron que recibieron más de S/. 10,000.00 nuevos soles; el 60% solicitaron crédito de la entidad no bancaria; el 80% invirtieron los créditos recibidos en capital de trabajo y el 100% de los encuestados manifestaron que el microcrédito financiero que obtuvieron contribuyó al incremento de la rentabilidad anual de sus empresas. Respecto a la

capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: El 80% no recibió capacitación previa para la administración del crédito financiero; el 50% tuvieron capacitación en manejo empresarial y el 60% manifestaron que la capacitación si mejoró la competitividad de su empresa. Respecto a la capacitación de las Mypes: Así mismo, las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: El 30% manifestaron que tienen más de tres años en el rubro empresarial; el 90% poseen de dos a siete trabajadores dentro de sus empresas; el 67% tienen más de tres cursos de capacitación; el 60% manifestaron que la capacitación si es relevante para sus empresas y el 60% manifestaron que la capacitación si mejoró la rentabilidad de sus empresas. Respecto a la rentabilidad: El 70% manifestaron que la rentabilidad de sus empresas si ha mejorado en los dos últimos años.

Respecto a los empresarios Del 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados: el 70% la edad fluctúa entre los 26 a 60 años, el 80% son del sexo femenino y el 90% tienen grado de instrucción superior no universitario completa.

Respecto a las características de las Mypes Las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: el 40% tienen dos años en el rubro, el 70% posee dos trabajadores permanentes, el 75% manifestó que posee dos trabajadores eventuales dentro de su negocio y el 100% de los encuestados manifestaron que la formación de las Mypes para obtención de ganancias.

Respecto al financiamiento Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento, sus Mypes tienen las siguientes características: el 70% manifestó que el tipo de financiamiento que obtuvieron fue propio, el 57% manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante las entidades bancarias, en el año 2009, el 43% dijeron que dichos créditos fueron a corto plazo, en el año 2010, el 86% manifestaron que los créditos fueron

otorgados a corto plazo y el 14% no precisa y en los años 2009 y 2010, el 71% invirtieron sus créditos en capital de trabajo.

Respecto a la capacitación Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus Mypes son: el 90% no recibieron capacitación al otorgamiento del crédito, el 20% que recibieron una capacitación, el 40% se capacito en manejo empresarial, el 50% manifestaron que su personal si ha recibido capacitación, el 80% declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión y el 90% declaró que sí considera que la capacitación es relevante 64 para sus empresas.

Respecto a la competitividad Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la competitividad de sus Mypes son: el 100% de los encuestados ha mejorado su proceso de compra y venta, el 100% de los encuestados si a mejorado sus servicios de atención al cliente en los dos últimos años, el 100% de los encuestados manifestaron que si se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, el 100% de los encuestados manifestaron que si se ha preocupado por dar un mejor servicio que el de sus competidores y el 40% manifestaron que sus clientes compran en su establecimiento por los bajos precios de sus productos.

Respecto a la rentabilidad El 100% de los representantes legales encuestados manifestó que el financiamiento sí mejoró la rentabilidad de la empresa, el 90% manifestó que la capacitación si mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 100% de los representantes legales encuestados manifestó que la rentabilidad de sus empresas si mejoró su rentabilidad en los dos últimos años.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión de la calidad

Calidad.

Cuatrecasas (2017) sostiene “el sistema define el sistema de calidad como un conjunto de la estructura de organización, de responsabilidades, de procedimientos, de procesos y de recursos, que se establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad”.

Trata de que el sistema de calidad es un conjunto de organizaciones que tiene cala uno de los elementos dentro de una gestión.

James (2000) “el sistema de calidad está diseñado para proporcionar el apoyo y el mecanismo necesarios para la conducción eficaz de las actividades relacionadas con la calidad en una organización”.

Joseph (1990) “menciona en su libro que una definición sencilla de calidad es adecuación al uso, pero que dicha definición hay que ampliarla rápidamente porque existen muchos usos y usuarios”. “Esto lo expone por medio de una espiral de progreso de la calidad que muestra de manera conveniente los diferentes usos y usuarios de un producto durante su trazabilidad”.

La definición de calidad del diccionario es interesante, pero realmente no ayuda a estudiar el área, ya que es demasiado vaga. Esto quizás encaja con la percepción general de calidad que a menudo confunde calidad con especificación. De acuerdo con esta definición, podría estar tentado a creer que un automóvil de alta especificación (por ejemplo, un Rolls Royce) es, inherentemente de mayor calidad que un vehículo de especificación inferior (como un Volkswagen Beetle). La simple definición de calidad de Juran, por otro lado, sugiere que si ambos vehículos satisfacen el propósito para el que fueron comprados, ambos pueden ser

productos de calidad, y una diferenciación en la calidad no puede evaluarse simplemente en términos de las características que un producto disfruta sobre el otro

La definición de calidad de Feigenbaum es interesante porque tiene en cuenta otros departamentos además de la fabricación que contribuyen a la calidad del producto y servicio brindado por la empresa para cumplir con las expectativas del cliente.

Quizás valga la pena considerar si cumplir con las expectativas del cliente es un nivel más alto de logros que proporcionar un producto o servicio adecuado para su propósito. Las expectativas de los clientes incluirían razonablemente un producto o servicio que cumple cualquier 'propósito' declarado; sin embargo, como veremos más adelante, puede haber cosas que el cliente no explícitamente, pero que sin embargo forman una parte legítima de sus expectativas. Podríamos pensar aquí sobre el estilo del producto o nivel de confiabilidad

La definición de Crosby puede contrastarse con la creencia frecuente de que un producto / servicio que cumple con las especificaciones puede considerarse como un artículo de calidad.

La conformidad con la especificación implica que la especificación, si se logra, cumplirá los requisitos del cliente. Está claro que, si la investigación de mercado es defectuosa o está desactualizada, los productos / servicios derivados de dicha información es poco probable que cumplan con los requisitos de los clientes sin importar cuán cerca se hayan producido según las especificaciones.

Para comprender las necesidades de los clientes, debemos ir más allá de las necesidades manifestadas y descubrir también las no manifestadas. Las percepciones de los clientes pueden parecerse “irracionales”, pero para los clientes son una realidad y, por tanto, tenemos tomarlas en serio.

2.2.2. Dimensiones de la gestión de calidad

Steiner (1983) “La alta calidad de los productos ya no constituye una excepción fruto del azar. Es, por el contrario, el resultado de programas de calidad total, sólidos y eficaces, fundados ellos mismos sobre algunos principios muy claros”.

La Gestión de Calidad Total ha sido uno de los elementos que ha concitado mayor interés en los últimos tiempos en el campo de la gestión empresarial. El interés despertado tiene su origen en los cambios producidos en el entorno, como son la globalización de la economía, una competencia creciente, la difusión de las innovaciones acompañada de una aceleración del progreso tecnológico, y un movimiento generalizado de los consumidores de productos y servicios en orden a demandar mayores niveles de calidad

2.2.2.1. Planificación

Ander (2010) “Una actividad racional que tiene por objeto decidir sobre la asignación de recursos escasos en el logro de objetivos múltiples, a través de medios adecuados para su obtención”.

Es el desarrollo de este apartado se abordarán los aspectos que sustentan el proceso de planificación y de programación retomando la metodología propuesta por Ezequiel Egg.

Hay muchas definiciones para el término "planificación", cada persona tiene sus propias ideas sobre el significado del término "planificación".

Entre las definiciones más comunes para este término están

- La planificación es el proceso por el cual un individuo organización decide de antemano sobre algún curso futuro de acción (Omran, 2002, p 68).
- La planificación es el proceso de determinar cómo la organización puede llegar adonde quiere ir (Certo, 2000, p.126).

- La planificación implica seleccionar entre un futuro alternativo usos de acción para la organización en su conjunto y para cada departamento o sección dentro de él. (Cook, Hunsaker, Coffey, 1999, p. 16).

La naturaleza de la planificación

La naturaleza esencial de la planificación puede ser destacada por los cuatro principales aspectos de la planificación: contribución al propósito y objetivo, primacía de planificación, omnipresencia de la planificación y eficiencia de los planes.

a) Contribución al Propósito y Objetivos: El propósito de cada plan y todos los planes derivados es facilitar la realización de fines y objetivos empresariales. Este principio deriva de la naturaleza de la empresa organizada, que existe para la realización del propósito del grupo a través de la cooperación deliberada. Esto fue enfatizado por Koontz cuando dijo: "Los planes solos no pueden hacer que una empresa tenga éxito. La acción es necesario; la empresa debe operar. Los planes pueden, sin embargo, enfocarse en propósitos. Pueden pronosticar qué acciones tenderán hacia el objetivo final, que tienden a desaparecer, lo que probablemente compensará uno otro, y que son meramente irrelevantes. La planificación gerencial busca para lograr una estructura de operaciones coherente y coordinada centrada en los fines deseados. Sin planes, la acción debe convertirse simplemente en azar actividad, produciendo nada más que caos "(Koontz et al., 1980, página 157)

b) primacía de la planificación:

La planificación es la función de gestión primaria, la que precede y es la base para la organización, influencia, dotación de personal, liderazgo y funciones de control de los gerentes

Aunque todas las funciones se entrelazan en la práctica como un sistema de acción, la planificación es única ya que establece los objetivos necesarios para todo el esfuerzo grupal. Además, se deben hacer planes para lograr estos objetivos antes de que el gerente sepa qué tipo de organización se requieren relaciones y calificaciones personales, a lo largo de las cuales los subordinados del curso deben ser dirigidos y dirigidos, y qué tipo de el control debe ser aplicado. Y, por supuesto, todos los demás gerentes las funciones deben planificarse para que sean efectivas.

c) Percepción de la planificación:

La planificación es una función de todos los gerentes, aunque el personaje y la amplitud de la planificación variará según su autoridad y con la naturaleza de políticas y planes descritos por sus superiores. Es virtualmente imposible circunscribir el área de elección donde pueden no ejerza discreción, y a menos que tengan alguna planificación responsabilidad, es dudoso que sean realmente gerentes

Un gerente, debido a su delegación de autoridad o cargo en la organización, puede hacer más planificación o más importante planificación que otra, o la planificación de una puede ser más básica y aplicable a una porción más grande de la empresa que la de otro.

Sin embargo, todos los gerentes, desde los presidentes hasta los supervisores, planean. Los supervisores de un plan de tripulación de fábrica en un área limitada bajo condiciones bastante estrictas reglas y procedimientos. Curiosamente, en estudios de satisfacciones de trabajo, un factor principal encontrado para explicar el éxito de los supervisores en el el nivel más bajo de organización ha sido su capacidad de planificar.

2.2.2.2. Control

Kuoru (2010) “El Control de Calidad, que da respuesta a los problemas detectados en los procesos de fabricación mediante la aplicación de los principios y métodos del análisis estadístico y de probabilidad. En esta etapa se considera la calidad orientada al proceso”.

2.2.2.3. Aseguramiento

Salazar (2012) El aseguramiento de la calidad es el desarrollo de un sistema interno que con el tiempo genera datos que indicarán que el producto ha sido fabricado según las especificaciones

2.2.2.4. Mejora continua

Emilio (2012) sostiene sobre la mejora continua e Innovación. “Existe una cultura de mejora continua. El aprendizaje continuo es la base para mejorar. Se fomenta el pensamiento creativo y la innovación. Las actividades de benchmarking se utilizan para apoyar la innovación y la mejora”.

2.2.2. Competitividad

Teoría de la Competitividad sistémica

De acuerdo con Laplane (1996) el desempeño competitivo de una compañía o industria, depende de un amplio conjunto de factores, que pueden subdividirse entre aquellos que son internos de la compañía, otros de naturaleza estructural, (particular de cada uno de los sectores dentro del complejo industrial) y aquellos de naturaleza sistémica.

Los factores sistémicos que determinan la competitividad son aquellos que constituyen factores externos, en sentido estricto para la empresa. También afectan el ambiente competitivo y pueden incidir significativamente sobre las ventajas competitivas que las

compañías de un país tienen o les falta en relación con sus rivales en los mercados internacionales

La competitividad sistémica es un concepto creado por un grupo de investigadores (Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner, Jörg Meyer-Stamer) del Instituto Alemán de Desarrollo (German Development Institute) a inicios de los noventa, y que luego ha sido ampliado por ellos mismos, así como por otros autores, como respuesta a las fallas encontradas al concepto de competitividad estructural a partir de la experiencia latinoamericana (Vázquez, 1999, p.41). Cabe resaltar que no se trata de conceptos mutuamente excluyentes, sino de una mayor precisión y adaptación a la realidad de los países en vías de desarrollo. La competitividad sistémica se refiere a un patrón en el que el estado y los actores de la sociedad civil crean, de forma deliberada, las condiciones para un desarrollo industrial exitoso. Este concepto distingue cuatro niveles: a) Nivel micro: empresas y redes de empresas; b) Nivel macro: condiciones económicas generales; c) Nivel meso: instituciones y políticas específicas; y, d) Nivel meta: variables de largo plazo, tales como las estructuras socioculturales, la orientación económica básica y la capacidad de los actores de la sociedad civil para formular estrategias.

La nueva concepción de ventajas competitivas sostiene que el desarrollo de procesos de innovación y aprendizaje –y por ende de competencias- no solo depende de las capacidades endógenas de las firmas para generar procesos de aprendizaje sino también de sus vinculaciones (interacciones) que permiten la circulación de conocimientos y la alimentación de procesos de aprendizaje de mayor complejidad de lo que las firmas pueden alcanzar en forma aislada o individual.

Asimismo, la competitividad es el elemento esencial en la consecución del éxito empresarial en la actualidad. Como afirma Porter (1988), la capacidad de una empresa para obtener un desempeño sobre el promedio de las empresas de un sector en el largo plazo, se basa en su capacidad para generar ventajas competitivas que surgen fundamentalmente de la creación de valor por la diferencia entre el precio que los consumidores están dispuestos a pagar y el coste que ha generado la empresa. El planteamiento de Porter sería posteriormente desarrollado por las teorías estratégicas que basan la capacidad de las empresas para obtener ventajas competitivas en los recursos, capacidades y habilidades de las organizaciones, en lugar de asociarla al poder de mercado. En la actualidad, la mayoría de las investigaciones sobre competitividad empresarial adoptan el enfoque denominado visión ex-ante, que consiste en la valoración de la competitividad empresarial mediante el estudio de los factores que determinan la capacidad para competir de las empresas. Esta orientación actual de las teorías sobre competitividad deja a un lado el enfoque clásico denominado visión ex-post, derivado de la concepción de la competitividad a nivel macroeconómico (Salas, 1992), y que se centraba en la consideración de la capacidad de competir de las empresas a través del análisis de resultados e indicadores económicos, al igual que la competitividad de una nación frente a otras se ha evaluado tradicionalmente a través de sus cuotas de comercio internacional.

Competitividad como capacidad para crear bienestar

La competitividad es un concepto que ha pasado del análisis de las empresas a ese de ubicaciones y países. Muchos especialistas argumentan que los estándares de vida son una medida significativa de la competitividad a nivel macroeconómico. La definición propuesta por los Informes Europeos de Competitividad (Comisión Europea) es la clave elemento para esta interpretación de la competitividad. En vista de la CE, la competitividad es entendido

como el alto y creciente nivel de vida de una nación o un grupo de naciones con el nivel más bajo posible de desempleo involuntario, de forma sostenible.

El nivel de vida se puede descomponer en empleo y productividad laboral actuaciones. A largo plazo, las mejoras en el desempeño laboral están ligadas por la tasa natural de empleo, dejando la carga de la vida en constante aumento estándares a la productividad

El interés por la competitividad aumenta particularmente en países y regiones que tienen un desempeño relativamente bajo en comparación con otras zonas geográficas (I.Grillo, G.J. Koopman, 2006). Esto sugiere un vínculo estrecho entre el significado de la competitividad y la capacidad de una economía para crear riqueza para sus ciudadanos en comparación con otras economías. El enfoque tradicional para medir esto es observar los cambios en el PIB per cápita en relación con los de otras economías. En los últimos años, los avances en el campo de la competitividad se han trasladado a este enfoque comparativo con respecto a la idea de que a través del crecimiento de la productividad y el comercio internacional todos los países pueden simultáneamente mejorar su PIB per cápita y su competitividad.

2.2.2.1. Cooperativismo interempresarial

Definición de la Alianza Cooperativa Internacional Una cooperativa es una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes mediante una empresa de propiedad conjunta y controlada democráticamente.

Interpretación académica

Las cooperativas son un tipo distinto de organización propiedad y controlada por sus miembros, que son los usuarios o los trabajadores, y están formados para cumplir con su común intereses y cumplir con los siete principios cooperativos.

Valores Las cooperativas se basan en los valores de autoayuda, auto responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. En la tradición de sus fundadores, los miembros de la cooperativa creen en los valores éticos de honestidad, apertura, responsabilidad social y cuidado de los demás.

Principios

Los principios cooperativos son pautas por las cuales las cooperativas ponen sus valores en práctica.

Primer principio: membresía voluntaria y abierta Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas que pueden usar sus servicios y dispuestos a aceptar las responsabilidades de membresía, sin género, discriminación social, racial, política o religiosa.

Segundo Principio: Control Demócrata Miembro Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, que participan activamente en establecer sus políticas y tomar decisiones. Hombres y las mujeres que sirven como representantes electas rinden cuentas a los miembros. En las cooperativas primarias, los miembros tienen los mismos derechos de voto (un miembro, uno voto) y las cooperativas en otros niveles también se organizan en una democracia manera

Tercer principio: participación económica de los miembros Los miembros contribuyen equitativamente y controlan democráticamente el capital de sus cooperativas.

Al menos parte de ese capital suele ser propiedad común de la cooperativa. Los miembros generalmente reciben una compensación limitada, en su caso, en capital suscrito como condición de membresía.

Los miembros asignan excedentes para cualquiera o todos los siguientes propósitos: desarrollar su cooperativa, posiblemente estableciendo reservas, parte de las cuales al menos serían indivisibles; beneficiando a los miembros en proporción a sus transacciones con la cooperativa; y apoyando a otras actividades aprobadas por la membresía. Cuarto Principio: Autonomía e Independencia

Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones, incluidos gobiernos, o recaudar capital de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguran el control democrático por parte de sus miembros y mantener su cooperativa autónoma

2.2.2.2. Uso de las tecnologías de la información y comunicación

Se han dado varias definiciones para explicar e interpretar el acrónimo ICT y el que se muestra a continuación parece ser el más cercano: “ICTs es un término genérico que se refiere a las tecnologías que se usan para recolectar, almacenar, editar y transmitir (comunicar) información en diversas formas”.

La definición anterior separa los distintos campos de las TIC y, al mismo tiempo, los enlaza para operar como una entidad. Ahora es un hecho, como lo demuestran los desarrollos de otros países, que las TIC como sector puede contribuir enormemente al PIB nacional de una nación y que las TIC, actuar como un facilitador, puede resultar en una mejor competitividad del mercado de una nación productos y servicios. Las TIC pueden tener un impacto positivo en la gobernanza y otros sectores de la economía. A su vez, las TIC pueden ayudar efectivamente a la economía internacional integración, mejorar los niveles de vida, reducir la brecha digital y mejorar utilización y manejo de la biodiversidad.

La brecha digital caracterizada por un acceso y uso altamente desigual de las TIC y se manifiesta a nivel nacional e internacional debe ser abordada por los responsables de las políticas nacionales. La brecha digital se puede reducir y la reducción de la pobreza se puede abordar mediante la utilización efectiva y focalizada de las TIC en sectores clave como la educación, la industria y la agricultura. La adopción de las TIC requiere un entorno empresarial que fomente la competencia abierta, la confianza y la seguridad, la interoperabilidad y la normalización, y los recursos financieros para las TIC. Esto requiere la implementación de medidas sostenibles para mejorar el acceso a Internet y la infraestructura de telecomunicaciones y aumentar la alfabetización en TIC, así como el desarrollo de contenido local basado en Internet. Los países africanos, como la mayoría de los países en desarrollo, todavía dependen del contenido desarrollado y administrado en el mundo desarrollado y, como resultado, se incurre en costos sustanciales al intentar acceder al contenido. Una de las causas que desalienta el acceso a la información digital es la cultura y las diferencias de idioma. Se deben hacer esfuerzos para que las TIC estén disponibles en los idiomas locales si los locales deben desmitificarlas, adoptarlas y utilizarlas

III.- HIPOTESIS

3.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Existe entre la planificación y la competitividad una relación positiva de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Existe una relación directa entre el control y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

La mejora continua y la competitividad se relaciona directamente con la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Existe una relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

IV.- METODOLOGIA

Para Hernández (1998), la investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables, el cual estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas, cuyo objetivo es explicar y describir casualmente, siendo el objeto de esta investigación hechos objetivos existentes y sometidos a leyes y patrones generales. El fenómeno que estudia este tipo de investigación es siempre observable, medible y replicable, con cuya variable gestión de la calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas.

Según Campbell (2005), la investigación es explicativa porque van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas. Las investigaciones explicativas son más estructuradas que las demás clases de estudios y de hecho implican los propósitos de ellas (exploración, descripción y correlación), además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia. Este tipo de estudio busca encontrar las razones o causas que provocan ciertos fenómenos.

Según Roberto Hernández Sampiere (19991) Nos dice que constituye el medio dispensable para canalizar u orientar una serie de herramientas teóricos – prácticas para la solución de problemas mediante el método científico. Estos conocimientos representan una actividad de racionalización del entorno académico y profesional fomentando el desarrollo intelectual a través de la investigación sistemática de la realidad.

4.1. Diseño de la Investigación

4.1.1. Tipo de investigación

El trabajo de investigación en estricto sentido es la producción de conocimientos científicos que se realiza aplicado el método específico, el método que más ha influido es el hipotético deductivo que según, Popper, constituye un proceso lógico de pensar. La presente investigación promovida por su afán de producir nuevos conocimientos y acercarse a la verdad se tipifica como básica.

a. El tipo de investigación, es de tipo básica, según Oseda y otros (2017, p.159) refiere que las investigaciones básicas o puras buscan se encuentran en búsqueda de nuevos acontecimientos teóricos para el progreso de una ciencia, destinadas al conocimiento de algún aspecto de la realidad o a la verificación de hipótesis.

Por ello el trabajo de investigación es considerado como, descriptivo, tipo transversal, científico y teórico.

A sí mismo el presente trabajo de investigación según me MIMI es descriptiva “Estudia fenómenos en cuanto sus componentes midiendo conceptos y definen variables” (Domínguez, 2016, p.64).

b. Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo, porque describe la relación que tienen las variables en estudio (Bunge, M. 2009).

4.1.2. Diseño de investigación.

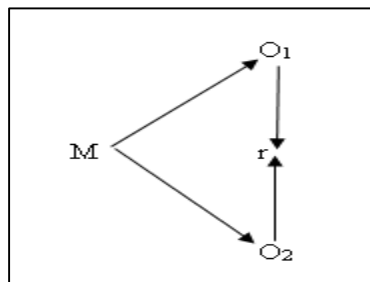
El diseño de investigación es correlacional.

Hernández, Fernández y Baptista, (2010) señalan que, estos diseños tienen la particularidad de permitir al investigador, analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de la

realidad (variables), para conocer su nivel de influencia o ausencia de ellas, buscan determinar el grado de relación entre las variables que se estudia.

El diseño de estudios transversales se define como el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características (variables), en un momento dado. La información de un estudio transversal se recolecta en el presente y, en ocasiones, a partir de características pasadas o de conductas o experiencias de los individuos; por ello en la investigación se ha utilizado este diseño.

El esquema es lo siguiente.



DONDE:

M= Muestra de estudio.

O1 = representa a la variable: gestión de calidad

O2 = representa a la variable: competitividad.

r= Hace mención a la posible relación existente entre las variables estudiadas.

4.2. Población y Muestra

4.2.1. Población

La población se entiende como el conjunto de elementos que tienen la misma característica.

Para Tamayo (1997), la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Barreto (2016) sostiene “Es el conjunto de todos los individuos, objetos u observaciones que poseen alguna característica observable común”

En el presente trabajo de investigación se consideró una población de 14 estudiantes que a continuación se detalla

Figura N° 01

Distribución de frecuencias de 14 representantes legales de las micro y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro de ferreterías, 2018

N°	Representantes legales	Frecuencia
01	Masculino	08
02	Femenino	06
Total		14

Fuente: elaboración propia

4.2.2. Muestra

Siguiendo a Hernández, Fernández y Baptista (2007) la muestra es un sub grupo de la población de interés (sobre la cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión), este debió ser representativo de la población

Barreto (2016) sostiene “Es una parte o sub conjunto representativo de la población y al proceso de obtener la muestra se llama muestreo”

En la investigación que se está realizando se utilizó una muestra censal es decir como los datos son finitos y pequeños es conveniente realizar una encuesta censal porque abarca toda la población de estudio.

Por lo tanto, se considera una muestra censal es de 14 representantes legales de la Mypes

Figura N° 02

Distribución de frecuencias de 14 representantes legales de las micro y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro de ferreterías, 2018

N°	Representantes legales	Frecuencia
01	Masculino	08
02	Femenino	06
Total		14

Fuente: elaboración propia.

4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES (1)

Gestión de la calidad

- Planificación
- Control
- Aseguramiento
- Mejora continua

VARIABLES (2)

Competitividad

- Cooperativismo inter empresarial
- Uso de las tecnologías de la información y la comunicación

SUB VARIABLES

Perfil de los propietarios y/o gerentes de las Mypes

OPERACIONALIZACIÓN DE LA SUB VARIABLE PERFIL DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES

Sub variable o dimensión	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición	Nivel de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las Mypes	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las Mypes	Edad	Razón: Años	Nominal
		Sexo	Nominal: Masculino Femenino	
		Grado de instrucción	Ordinal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad	
		Estado civil	Nominal Soltero Casado Conviviente Divorciado	
		Ocupación	Nominal Dueño Administrador Gerente	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA SUB VARIABLE DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

Sub variable o dimensión	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición	Técnica
Perfil de las Mypes	Son algunas características de las Mypes.	Giro del negocio de las Mypes	Nominal: Especificar	Encuesta
		Antigüedad de las Mypes	Razón Un año Dos años Tres años Más de tres años	

		Número de trabajadores	Razón:01-05,06-10,11-15,16 – 20, Más de 20
		Objetivo de las Mypes	Nominal: Maximizar ganancias Dar empleo a la familia Generar ingresos para la familia

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Nivel de medición
Gestión de calidad	Se refiere a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad	• Planificación	<ul style="list-style-type: none"> Seguimiento y medición de objetivos. Desarrollo de un plan de Formación. Planificación de estudios para conocer la satisfacción de clientes. Periodos de seguimiento de indicadores (seguimiento y medición de procesos) Planificación del seguimiento y medición del Producto (inspecciones) Planificación de las Acciones correctivas y Preventivas (plazos, responsables, seguimiento....) 	Cuestionario de encuesta	4:= Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo
		• Control	<ul style="list-style-type: none"> Medición de los resultados en relación a las metas objetivos propuestos Toma de decisión. Evaluación 	Cuestionario de encuesta	
		• Aseguramiento	<ul style="list-style-type: none"> Inversión del tiempo. Recursos valiosos en la recolección de data Presentación de resultados, 	Cuestionario de encuesta	

			<ul style="list-style-type: none"> • Acumulación de información 		
		<ul style="list-style-type: none"> • Mejora continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de los instrumentos de gestión • Sensibilización • Estrategias de mejora • Organización adecuada • Orientación a los trabajadores 	Cuestionario de encuesta	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Nivel de medición
Competitividad	La competitividad es la capacidad de una organización pública o privada de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico	Cooperativismo interempresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de sus productos y servicios • Los productos que se encuentran en la ferretería son acorde al bolsillo del cliente • La Mype de rubro ferretería incrementa sus ofertas permanentemente • La Mype está en capacidad de acceder a nuevos mercados • Mejorar la calidad de sus productos. • Las utilidades de sus ventas forman parte de su capital • El personal de la Mype se encuentra 	Cuestionario de encuesta	<p>4:= Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.</p> <p>4:= Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.</p>

			<p>capacitado para afrontar la competencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • El espacio que tiene las Mype es adecuado • Constantemente realiza las acciones correctivas para mejorar el servicio. 		
		<p>Uso de las tecnologías de la información y la comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Mype cuenta con la tecnología móvil empresarial • La empresa debe contar para su seguridad con la realización de las transacciones electrónicas • Ausencia de una estrategia orientada a la oferta de actividades es superadas oportunamente • Medios electrónicos • La Mypes utiliza los medios de comunicación para la difusión de sus productos • La Mype cuenta con un control electrónico para almacenar sus datos. 	<p>Cuestionario de encuesta</p>	

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnica

Para Sandín (2003) “Las técnicas de investigación vienen a ser la manera de recorrer el camino que se delinea en el método; son las estrategias empleadas para recabar la información requerida y así construir el conocimiento de lo que se investiga, mientras que el procedimiento alude a las condiciones de ejecución de la técnica”

En la presente investigación se ha utilizado la técnica de la observación.

Técnica de la observación. La observación es una técnica que utilizamos constantemente en nuestra vida diaria adquirir conocimientos. Continuamente observamos, pero rara vez lo hacemos metódica y premeditadamente. Como afirma Ander-Egg, la observación es el procedimiento empírico por excelencia. Todo conocimiento científico proviene de la observación, ya sea directa o indirecta.

Por ello se ha utilizado la técnica de la observación.

- El diseño previo de un conjunto de categorías definidas previamente y que constituyen los aspectos a observar en la realidad objeto de estudio.
- El establecimiento de un conjunto de reglas de observación y codificación de la información.
- La recogida de información en una forma estandarizada de registros.

Siendo el proceso de la observación independiente del cuál sea su tipo.

4.4.2. Instrumento

En la presente investigación se aplicó la ficha de observación al respecto:

Sandín E. (2003) sostiene que, “los instrumentos de recolección de datos vienen a ser recursos de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información”. De este modo el instrumento sintetiza en si toda la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y por lo tanto a las variables o conceptos utilizados.

Bunge (2017) “La observación estructurada se la realiza a través del establecimiento de un sistema que guíe la observación, paso a paso, y relacionándola con el conjunto de la investigación que se lleva a cabo”.

En la presente investigación se ha utilizado la técnica de la observación para las variables Gestión de calidad y expresión oral.

4.5. Plan de Análisis

El procedimiento que se seguirá para analizar los datos es el que a continuación se detalla la competitividad

- a) Conteo: Se elaboró una base de datos en SPSS para ordenar las respuestas que han dado los informantes en cada instrumento.
- b) Procesamiento: Se realizaron los cálculos o agrupamientos de variables, según se requiera para la organización de resultados.
- c) Tabulación: Se elaboraron tablas para presentar los resultados estadísticos obtenidos.

d) Graficación: Se graficó con instrumentos de columna o lineales para representar los resultados estadísticos.

e) Análisis estadístico: se realizó el análisis estadístico utilizando medidas de estadística descriptiva. Prueba de hipótesis inferencial

4.6. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuáles son las características, y como se relaciona la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p> <p>PROBLEMA ESPECIFICO</p> <p>¿Cuáles son las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar las características, y la relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>OBJETIVO ESPECIFICO</p> <p>Describir las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>HIPÓTESIS ESPECIFICA</p> <p>Las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 es adecuada por</p>	<p>VARIABLE (X1)</p> <p>Gestión de la calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Control • Aseguramiento • Mejora continua <p>VARIABLE (X2)</p> <p>Competitividad</p> <p>SUB VARIABLE</p> <p>Características de los representantes de las Mypes</p> <p>Características de las Mypes</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>Descriptiva</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Nivel de investigación descriptiva</p> <p>Diseño</p> <p>correlacional</p> <p>Población y muestra</p> <p>Población</p> <p>La población estará constituida por 14 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro en ferreterías.</p> <p>Muestra</p> <p>N= 14 ferreterías</p>

<p>provincia de Satipo, periodo 2018?</p>	<p>Satipo, periodo 2018.</p>	<p>que poseen edad, sexo, grado de instrucción y estado civil.</p>		
<p>¿Cuáles son las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p>	<p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>	<p>Las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 es adecuada porque, la mayoría se encuentran laborando formalmente.</p>		
<p>¿Qué relación existe entre la planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p>	<p>Establecer la relación que existe entre la planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>	<p>Existe entre la planificación y la competitividad una relación positiva de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de</p>		
<p>¿Cómo se relaciona el control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p>	<p>Establecer qué relación existe el control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.</p>	<p>Existe entre la planificación y la competitividad una relación positiva de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de</p>		

<p>¿Cómo se relaciona la mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p>	<p>Establecer qué relación existe entre la mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>	<p>Satipo, periodo 2018</p> <p>Existe una relación directa entre el control y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>		
<p>¿Cómo se relaciona la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p>	<p>Establecer qué relación existe entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>	<p>La mejora continua y la competitividad se relaciona directamente con la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>		
		<p>Existe una relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretería</p>		

		del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018		
--	--	---	--	--

4.7. Principios éticos

- a. La redacción de las citas bibliográficas he desarrollado y desarrollaré teniendo en cuenta las Normas APA.
- b. El presente trabajo de investigación es auténtico, no se ha desarrollado anteriormente ninguna institución.
- c. Con respecto a las similitudes estoy dispuesto a la evaluación correspondiente con el programa Turnitin
- d. Los datos de la instrumentalización se evidenciarán con sus respectivos documentos.

V.- RESULTADOS

5.1. Descripción de los resultados

5.1.1. Estadísticos descriptivos

Tabla N° 01. Características generales del representante de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

Edad en años	fi	fi%
De 18 a 29 años	5	35.7%
De 30 a 44 años	5	35.7%
De 45 a 60 años	2	14.3%
Más de 65 años	2	14.3%
Total	14	100.0%
Sexo	fi	fi%
Masculino	9	64.3%
Femenino	5	35.7%
Total	14	100.0%
Grados de instrucción	fi	fi%
Ninguno	1	7.1%
Primaria incompleta	1	7.1%
Primaria completa	4	28.6%
Secundaria incompleta	1	7.1%
Secundaria completa	1	7.1%
Superior No universitaria incompleta	3	21.4%
Superior No universitaria completa	2	14.3%
Superior universitaria completa	1	7.1%
Total	14	100.0%
Estado civil	fi	fi%
Soltero	1	7.1%
Casado	6	42.9%
Conviviente	1	7.1%
Divorciado	2	14.3%
Otros	4	28.6%
Total	14	100%
Cargo que ocupa	fi	fi%
Dueño	6	42.9%
Administrador	5	35.7%
Gerente	3	21.4%
Total	14	100.0%
Tiempo que se desempeña en el cargo	fi	fi%

De 1 a 3 años	8	57.1%
De 4 a 6 años	4	28.6%
De 7 a más años	2	14.3%
Total	14	100.0%

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia de Satipo

Tabla N° 02. Características de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

Tiempo en que se encuentra en el sector o rubro	fi	fi%
De 01 año	2	14.3%
De 02 años	4	28.6%
De 03 años	2	14.3%
De 04 años	4	28.6%
Más de 5 años	2	14.3%
Total	14	100.0%
La empresa es	fi	fi%
Formal	10	71.4%
Informal	4	28.6%
Total	14	100.0%
Número de trabajadores permanentes	fi	fi%
0 a 2 trabajadores	5	35.7%
3 a 4 trabajadores	3	21.4%
5 a 6 trabajadores	2	14.3%
7 a 8 trabajadores	1	7.1%
8 a 10 trabajadores	2	14.3%
Más de 10 trabajadores	1	7.1%
Total	14	100.0%
Número de trabajadores eventuales	fi	fi%
0 a 2 trabajadores	4	28.6%
3 a 4 trabajadores	3	21.4%
5 a 6 trabajadores	4	28.6%
7 a 8 trabajadores	1	7.1%
8 a 10 trabajadores	1	7.1%
más de 10 trabajadores	1	7.1%
Total	14	100.0%
Su empresa se creó para obtener ganancias	fi	fi%
Si	10	71.4%
No	4	28.6%
Total	14	100.0%

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia de Satipo

Tabla N° 03 Gestión de la calidad de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

Variable gestión de la calidad	fi	fi%
Regular	6	42,9
Bueno	7	50,0
Muy bueno	1	7,1
Total	14	100,0
Dimensión Planificación	fi	fi%
Regular	7	50,0
Bueno	6	42,9
Muy bueno	1	7,1
Total	14	100,0
Dimensión Control	fi	fi%
Regular	11	78,6
Bueno	2	14,3
Muy bueno	1	7,1
Total	14	100,0
Dimensión Aseguramiento	fi	fi%
Regular	6	42,9
Bueno	7	50,0
Muy bueno	1	7,1
Total	14	100,0
Dimensión Mejora continua	fi	fi%
Regular	10	71,4
Bueno	3	21,4
Muy bueno	1	7,1
Total	14	100,0

Fuente: encuesta realizado a los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018.

Tabla N° 04. Competitividad de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018.

Variable gestión de la calidad	fi	fi%
Regular	7	50,0
Bueno	5	35,7
Muy bueno	2	14,3
Total	14	100,0
Dimensión cooperativismo	fi	fi%
Regular	9	64,3
Bueno	3	21,4
Muy bueno	2	14,3
Total	14	100,0
Dimensión Uso de la Tic	fi	fi%
Malo	1	7,1
Regular	6	42,9
Bueno	4	28,6
Muy bueno	3	21,4
Total	14	100,0

Fuente: encuesta realizado a los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018.

En la Tabla N° 01. Características generales del representante de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, año 2018

Con respecto a **la edad** de los representantes legales de las Mypes, el 35.7% de los encuestados son de 18 a 29 años de edad, el 35.7% de los encuestados son de 30 a 44 años, el 14.3% de los representantes de las Mypes son de 45 a 60 años, y el 14.3% de los encuestados tienen más de 65 años. El mayor porcentaje de los representantes legales de las Mypes son de 30 a 44 años de edad.

Con respecto al **sexo**, el 64.3% de los representantes legales de las Mypes son de sexo Masculino, el 35.7% de los representantes de las Mypes son femeninos; finalmente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo prevalecen ligeramente los de sexo masculino.

Grado de **instrucción**; en este ítem, el 7.1% de los representantes legales de las Mypes en estudio no tienen ningún estudio regular y primaria incompleta respectivamente, el 7.1% de los encuestados cuentan con primaria incompleta, ya que así dirigen a la micro y pequeña empresa, el 28.6% de los encuestados cuentan con primaria completa, el 7.1% de los encuestados tiene estudios de secundaria completa, el 21.4% de los representantes de las Mypes tienen superior no universitaria incompleta, el 14.3% tienen superior no universitaria completa, superior universitaria completa respectivamente, Por lo tanto, el mayor porcentaje de los representantes legales de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo tienen estudios de primaria completa.

Estado civil.

El 7.1% de los representantes legales de Mypes en estudio son solteros, el 42.9% de los representantes legales son casados, el 7.1% de los encuestados son conviviente, también el 14.3% son divorciados y el 28.6% no mencionan su estado civil. De ahí se deduce que la mayoría de los representantes legales de las Mypes del sector comercio, rubro ferreterías son casados.

Respecto al cargo que ocupa, el 42.9% de los encuestados son dueños, el 35.7% son administradores, el 21.4% son gerentes respectivamente. Esto quiere decir que las Mypes en estudio está dirigido por los mismos propietarios.

Respecto que **desempeña como cargo**, el 57.1% de los representantes legales o dueños vienen desempeñándose e 1 a 3 años. el 28.6% de los representantes legales vienen desempeñándose de 4 a 6 años y el 14.3% de 7 a más.

En la Tabla N° 02. Características generales del representante de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

Respecto el tiempo que se encuentra en el servicio y rubro, el 14.3% de los representantes cuentan con un año de servicio, el 28.6% de las Mypes tienen una antigüedad de dos años, el 14.3% de los representantes legales de las Mypes tiene una antigüedad de 3 años, el 28.6% de las Mypes tienen una antigüedad de 4 años y el 14.3% de las Mypes tienen más de 5 años de antigüedad, La mayoría de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo tienen una antigüedad de 2 y 4 años respectivamente.

La Formalidad de las Mypes.

El 71.4% de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo son formales y el 28.6% son informales. Por ende, la gran mayoría de las Mypes en estudio son formales necesitando el apoyo de los profesionales que se involucran en el estudio.

Número de trabajadores permanentes; el 35.7% de las Mypes tienen de 0 a 2 trabajadores, el 21.4% cuentan con de 3 a 4 trabajadores, el 14.3% cuentan con 5 a 6 trabajadores permanentes, el 7.1% cuentan de 7 a 8 trabajadores y el 14.3% cuentan de 8 a 10 trabajadores, y solo el 7.1% cuentan con más de 10 trabajadores. La mayoría de las Mypes cuentan de 0 a 2 trabajadores.

Número de trabajadores eventuales. el 28.6% de los trabajadores cuentan de 0 a 2 trabajadores, el 21.4% de las Mypes cuentan de tres a 4 trabajadores, el 28.6% de las Mypes cuentan de 5 a 6 trabajadores, y el 7.1% de las Mypes cuentan de 7 a 8 trabajadores y el 7.1% cuentan con 8 a 10 a más trabajadores. La mayoría de las Mypes tienen en estudio tienen de 5 a 6 trabajadores eventuales.

Las Mypes se formó para obtener ganancias, el 71.4% de los representantes legales respondieron si su empresa se creó para obtener ganancias mientras el 28.6% respondieron que no. En consecuencia, la mayoría de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo se creó para obtener ganancias.

Tabla N° 03 Gestión de la calidad de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

Respecto a la gestión de la calidad en su dimensión gestión de la calidad, el 50% de los encuestados respondieron bueno, el 42.9% respondió regular, el 7,1% respondió Muy bueno. Por lo tanto, la dimensión de la gestión de la calidad es bueno en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Con respecto a la variable gestión de la calidad de la dimensión Planificación el 50,0% de los encuestados respondieron regular, el 42.9% respondió bueno, el 7,1% respondió Muy bueno. Con los resultados de las observaciones de los datos de las tablas y gráficas se concluye que la mayoría respondieron regular en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Gestión de la calidad de la dimensión Control en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Gestión de la calidad respecto a la dimensión control, el 78,6% de los encuestados respondieron regular, el 14,3% respondió bueno, el 7,1% respondió Muy bueno. Por lo tanto, la dimensión del control de la gestión de la calidad es regular en las micro y pequeñas

empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Respecto a la dimensión Aseguramiento, el 42,9% de los encuestados respondieron regular, el 50% respondió bueno, el 7,1% respondió Muy bueno. En consecuencia, a través de la estadística descriptiva se afirma que la mayoría respondieron el nivel bueno respecto a la dimensión en estudio.

Respecto a la dimensión mejora continua, el 71,4% de los encuestados respondieron regular, el 21,4% respondió bueno, el 7,1% respondió Muy bueno. Por lo tanto, la dimensión mejora continua regular en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Tabla N° 04. Competitividad de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018.

Respecto a la dimensión cooperativismo, el 64,3% de los encuestados respondieron regular, el 21,4% respondió bueno, el 14,3% respondió Muy bueno. Por lo tanto, la dimensión cooperativismo es regular en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Respecto a la dimensión uso de tecnologías de información, el 42,9% de los encuestados respondieron regular, el 28,6% respondió bueno, el 21% respondió Muy bueno, el 7,1 % respondió malo. Por lo tanto la dimensión uso de tecnologías es regular en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Respecto a la variable competitividad, el 50% de los encuestados respondieron regular, el 35,7% respondió bueno, el 14,3% respondió Muy bueno. Por lo tanto la variable

competitividad es regular en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Prueba de hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H0) y la Hipótesis Alternativa (H1):

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Hipótesis Alternativa (H1):

Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Correlaciones

		Gestión de la calidad (agrupado)	Competitividad (agrupado)
Tau_b Kendall	de Gestión de la calidad (agrupado)	1,000	,527*
	Coeficiente de correlación	.	,041
	Sig. (bilateral)	14	14
	de Competitividad (agrupado)	,527*	1,000
	Coeficiente de correlación	,041	.
	Sig. (bilateral)	14	14

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Valor de “Tau-b” calculado = 0.525

Valor de P = 0.000

Si el valor de $p < 0.05$; Entonces se rechaza la H_0 y se acepta H_1

Interpretación: En la presente tabla se concluye que existe correlación entre la percepción entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 5: Interpretar el valor de “Tau – b”

Intervalos	Categorías
De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.50	Moderada correlación

De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

Como el coeficiente del “Tau_b” =0. 525 se encuentra en entre los intervalos de 0.40 y 0.50 este resultado nos indica que entre la precepción entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 tiene una moderada correlación.

Paso 6: Decisión:

Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, Con Tau_b= 0.525.

Hipótesis específica 01

Existe entre la planificación y la competitividad una relación positiva de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H0) y la Hipótesis Alternativa (H1):

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación entre la dimensión planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Hipótesis Alternativa (H1):

Existe relación entre la dimensión planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Correlaciones

		Planificación(agrupado)	Competitividad (agrupado)
Tau_b de Kendall	Planificación(agrupado) Coeficiente de correlación	1,000	,316
	Sig. (bilateral)	.	,221
	N	14	14
Competitividad (agrupado)	Planificación(agrupado) Coeficiente de correlación	,316	1,000
	Sig. (bilateral)	,221	.
	N	14	14

Valor de "Tau-b" calculado = 0.316

Valor de P = 0.221

Si el valor de $p < 0.05$; no se cumple Entonces se acepta H_1

Interpretación:

No existe relación entre la dimensión planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Hipótesis específica 02

Existe una relación directa entre el control y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H0) y la Hipótesis Alternativa (H1):

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación entre la dimensión control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Hipótesis Alternativa (H1):

Existe relación entre la dimensión control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Correlaciones

			Control (agrupado)	Competitividad (agrupado)
Tau_b Kendall	deControl (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,000
		Sig. (bilateral)	.	1,000
		N	14	14
	Competitividad (agrupado)	Coeficiente de correlación	,000	1,000
		Sig. (bilateral)	1,000	.
		N	14	14

Valor de “Tau-b” calculado = 0.000

Valor de P = 0.000

Si el valor de $p < 0.05$; N existe y se acepta H_1

.

Paso 6: Decisión:

No existe relación entre la dimensión control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Hipótesis específica 03

La mejora continúa y la competitividad se relaciona directamente con la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H0) y la Hipótesis Alternativa (H1):

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación entre la dimensión aseguramiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Hipótesis Alternativa (H1):

Existe relación entre la dimensión aseguramiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de Kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Correlaciones

	Aseguramiento (agrupado)	Competitividad (agrupado)
--	-----------------------------	------------------------------

Tau_b Kendall	deAseguramiento (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,527*
		Sig. (bilateral)	.	,041
		N	14	14
	Competitividad (agrupado)	Coefficiente de correlación	,527*	1,000
		Sig. (bilateral)	,041	.
		N	14	14

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Valor de “Tau-b” calculado = 0.527

Valor de P = 0.041

Si el valor de $p < 0.05$; Entonces se rechaza la H_0 y se acepta H_1

Interpretación: En la presente tabla se concluye que existe correlación entre la dimensión aseguramiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 5: Interpretar el valor de “Tau – b”

Intervalos	Categorías
De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.50	Moderada correlación
De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

Como el coeficiente del “Tau_b” =0. 525 se encuentra en entre los intervalos de 0.40 y 0.50 este resultado nos indica que entre la dimensión de aseguramiento y la competitividad en las

micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 tiene una moderada correlación.

Paso 6: Decisión:

Existe relación entre la dimensión aseguramiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, Con $Tau_b = 0.527$.

Hipótesis específica 04

Existe una relación entre la dimensión mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H0) y la Hipótesis Alternativa (H1):

Hipótesis Nula (H0):

No existe relación entre la dimensión mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Hipótesis Alternativa (H1):

Existe relación entre la dimensión mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Correlaciones

		Mejora (agrupado)	Competitividad (agrupado)
Tau_b Kendall	de Mejora (agrupado)	de 1,000	,676
		Sig. (bilateral)	,036
	N	14	14
	Competitividad (agrupado)	de ,476	1,000
		Sig. (bilateral)	,036
	N	14	14

Valor de “Tau-b” calculado = 0.676

Valor de P = 0.036

Si el valor de $p < 0.05$; Entonces se rechaza la H_0 y se acepta H_1

Interpretación: En la presente tabla se concluye que existe correlación entre la percepción entre la dimensión y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Paso 5: Interpretar el valor de “Tau – b”

Intervalos	Categorías
De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación

De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.50	Moderada correlación
De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

Como el coeficiente del “Tau_b” =0. 676 se encuentra en entre los intervalos de 0.60 y 0.79 este resultado nos indica que entre la dimensión mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 tiene una moderada correlación.

Paso 6: Decisión:

Existe relación entre la dimensión mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, Con Tau_b= 0.676.

5.2.- ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, los resultados se analizarán teniendo en cuenta los objetivos

Describir las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

En la estadística descriptiva se observó que el 35.7% de los dueños o representantes legales de las Mypes tienen de 18 a 29 años y de 30 a 44 años respectivamente es decir son menores de 44 años; en cuanto al grado de estudios se encuentra sesgado teniendo el 28.6% tiene primaria incompleta y el 21.4 superior no universitaria incompleta siendo los dueños casados en un porcentaje de 42.9%, a su vez los dueños son los que ocupan la administración de su empresa corroborando las hipótesis.

Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Según la definición encontrada en la REMIPE la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas. Características de las MYPE a) Número de trabajadores: Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive. Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive. b) Ventas Anuales Microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Pequeña Empresa: hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Los resultados en lo que se observó que el 28:6% de las Mypes tienen una antigüedad en su negocio, el 71% de las Mypes son formales, el 35.7% cuentan hasta dos trabajadores permanentes y el 28.6% cuentan de 5 a 6 trabajadores eventuales en el sector comercio y rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo.

Determinar cómo se relaciona la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

En el trabajo de investigación Título: “Análisis estratégico de 10 casos MYPE” realizado por Pro inversión Agencia de Promoción de la Inversión Privada, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del año: 2006 con cuyo problema la educación formal de los promotores, sus estudios superiores o la capacitación o asesoría recibida sobre la Calidad en la Administración durante el desarrollo de su negocio, es reconocida por los microempresarios como un factor imprescindible para el fortalecimiento y la consolidación de sus empresas, llegando a concluir, a pesar de que muchas de estas empresas empezaron por necesidades personales de sus propietarios, prácticamente sin capital físico y con muy pocos conocimientos sobre negocios, sus promotores han demostrado una dosis inmensa de sentido común, y también una gran dedicación hacia su negocio y, en especial, hacia sus clientes. Cabe destacar la flexibilidad para adaptarse a situaciones cambiantes, y la confianza en sí mismos para resolver cada problema según se presente y no dejar nunca que las dificultades los paralicen.

Joseph (1990) “menciona en su libro que una definición sencilla de calidad es adecuación al uso, pero que dicha definición hay que ampliarla rápidamente porque existen muchos usos y

usuarios”. “Esto lo expone por medio de una espiral de progreso de la calidad que muestra de manera conveniente los diferentes usos y usuarios de un producto durante su trazabilidad”. Finalmente, en la práctica la investigación desarrollada llegó a la siguiente conclusión.

En la estadística inferencial se determinó que no existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 con un error de 0.005.

Establecer la relación que existe entre la planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

En la teoría sostiene Ander (2010) “Una actividad racional que tiene por objeto decidir sobre la asignación de recursos escasos en el logro de objetivos múltiples, a través de medios adecuados para su obtención”.

Corroborando la teoría con la práctica se estableció que existe relación entre la dimensión aseguramiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018,. Con $Tau_b = 0.527$.

Establecer qué relación existe el control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

La competitividad es un concepto que ha pasado del análisis de las empresas a ese de ubicaciones y países. Muchos especialistas argumentan que los estándares de vida son una medida significativa de la competitividad a nivel macroeconómico. La definición propuesta por los Informes Europeos de Competitividad (Comisión Europea) es la clave elemento para esta interpretación de la competitividad. En vista de la CE, la competitividad es entendido

como el alto y creciente nivel de vida de una nación o un grupo de naciones con el nivel más bajo posible de desempleo involuntario, de forma sostenible.

En mi caso en el trabajo de investigación es muy importante este concepto y a través de esta investigación se corroboró la hipótesis alterna como se indica

Se estableció la relación que no existe entre la planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 con un alfa de 0.05.

Establecer qué relación existe entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc.

Se estableció que existe relación entre la dimensión mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, Con $Tau_b = 0.676$

VI.- CONCLUSIONES

Respecto a los datos de los representantes de las Mypes

Se observó que el 35.7% de los dueños o representantes legales de las Mypes tienen de 18 a 29 años y de 30 a 44 años respectivamente es decir son menores de 44 años; en cuanto al grado de estudios se encuentra sesgado teniendo el 28.6% tiene primaria completa y el 21.4% superior no universitaria incompleta siendo los dueños casados en un porcentaje de 42.9%, a su vez los dueños son los que ocupan la administración de su empresa corroborando las hipótesis.

Respecto a las características de la Mypes

Los resultados de las características de las Mypes se observó que el 28.6% de las Mypes tienen una antigüedad en su negocio, el 71% de las Mypes son formales, el 35.7% cuentan hasta dos trabajadores permanentes y el 28.6% cuentan de 5 a 6 trabajadores eventuales en el sector comercio y rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo

Respecto a la gestión de calidad de las Mypes

Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018. Con $Tau_b = 0.525$.

No existe relación entre la dimensión planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 con un Alfa de 0.05.

No existe relación entre la dimensión control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Existe relación entre la dimensión aseguramiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, Con $Tau_b = 0.527$.

Existe relación entre la dimensión mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018, Con $Tau_b = 0.676$.

RECOMENDACIONES

Se sugiere a los representantes o dueños de las Mypes inscribirse en la REMYPE para tener acceso y facilidad en cuanto a las oportunidades que brinda las instituciones públicas para que participen en licitaciones públicas estatales y obtener beneficios de la Ley MYPE.

Se recomienda a los representantes capacitarse periódicamente para tener una mejor visión en lo que se refiere al liderazgo y administración. Así como también informarse constantemente sobre el sector competencia, clientes, proveedores y productividad para hacer frente a los nuevos cambios que puedan afectar la consecución de los objetivos.

Sugiero que las Mypes deben adecuarse al impacto y la intensidad de la velocidad de cómo están acelerando, los cambios fugazmente para tal efecto deberán demostrar una capacidad de respuesta, capaz de absorber la incertidumbre que dichos cambios pueden ocasionar para así neutralizar o minimizar los riesgos que ponga en peligro su existencia.

Sugiero que es necesario que los directivos de las Mypes deben organizarse para resolver conflictos situacionales y superar sus debilidades o amenazas, generar propuesta antes de que estas lo desestabilicen y tengan poca margen de adaptabilidad, flexibilidad o reacción para enfrentarlas.

Las Mypes deben obtener información básica veras y actualizada con la finalidad de involucrarse en los procesos productivos y de comercialización para así generar a la empresa contemporánea bajo un enfoque integral e interrelacionada.

La universidad debe sensibilizar a las micro y pequeños empresarios para que pueden formalizarse y estar registrado y así puedan ser competitivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ander Egg, E. (2010). *La planificación educativa*. Argentina. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de <http://www.mitrabajoessocial.com/20-libros-de-ezequiel-ander-egg-para-trabajadores-sociales-2/>
- Cuatrecasas, L. (s.f.). *Gestión integral de la calidad* (ediciones Gestión 2000 ed., Vol. 3ra edición). España. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=lesMDfTMTvkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Emilio Ureña, A. (2012). *Gestión de la calidad*. Tesis, universidad de Málaga, Departamento de economía y administración. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16279463.pdf>
- James, P. (2000). *Gestión de la Calidad Total: un texto introductorio* (4, ilustrada, reimpresión ed.). Pearson Educación. Recuperado el la gestión de la calidad total de diciembre de 2017, de https://books.google.com.pe/books/about/La_gesti%C3%B3n_de_la_calidad_total.html?id=Ug-mQQAACAAJ&redir_esc=y
- Joseph M., J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de https://books.google.com.pe/books/about/Juran_y_la_planificaci%C3%B3n_para_la_calida.html?id=4JAd6PBWfG0C&redir_esc=y
- Kuoru , I. (2010). *Control de calidad*. (1. Díaz de Santos, Ed.) ilustrada. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de <https://books.google.com.pe/books?id=GzNmAAAACAAJ&dq=El+Control+de+Calidad,+diaz+de+santos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjB1uTvhJLYAhXMKiYKH SzBAsoQ6AEIQzAF>

- Laplane, Mariano (1996). Estudio sobre Competitividad. En: Productividad, Competitividad e Internacionalización de la Economía. Colombia: Dane
- Moreno Angulo, S. (2010). *Calidad. Implantación de sistemas de gestión de la calidad en la construcción*. España. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de <https://www.iberlibro.com/buscar-libro/titulo/calidad-implantaci%F3n-sistemas-gesti%F3n-construcci%F3n/autor/sonia-moreno-angulo/>
- PORTER, M.E. (1988), Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. CECSA, México.
- Salazar Segers, J. M. (s.f.). *Modelos de aseguramiento de la calidad* (RIL editores, 2012 ed.). (j. M. Salazar Zegers, Trad.) Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=I_x1AQAACAAJ&dq=aseguramiento+de+la+calidad+jose&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjrrPTO-JHYAhWGLSYKHal7AksQ6AEIJTAA
- Steiner George, A. (1983). *Planeación estratégica*. Mexico, Mexico. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/san%20martin_ac/Cap2.PDF
- Ugaz Flores, L. A. (2012). *Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad en la norma ISO 9001; 2008 aplicando a una empresa de fabricación de lejías*. Ponteficia Universidad Católica de Perú, facultad de Ciencias e Ingeniería, lima. Recuperado el 17 de diciembre de 2017, de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1424/UGAZ_FLORES_LUIS_ISO_9001_2008.pdf?sequence=1

ANEXOS

N°	Actividades	ABRIL Semanas				MAYO Semanas				JUNIO Semanas				JULIO Semanas			
		1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°
01	Búsqueda de información de bases teóricas																
02	Redacción de bases teóricas																
03	Elaboración del cronograma para la recolección de datos																
04	Selección del instrumento para la recolección de datos																
05	Elaboración de preguntas para la recolección de datos, según variable																
06	Recolección de datos																
07	Procesamiento de la recolección de datos																
08	Presentación de los resultados de la investigación																
09	Corrección o levantamiento de errores																
10	Informe final del proyecto																

MATRIZ DE COHERENCIA

TÍTULO: LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERÍAS DEL CERCADO DE LA PROVINCIA DE SATIPO, PERIODO 2018.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuáles son las características, y como se relaciona la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p> <p>PROBLEMA ESPECIFICO ¿Cuáles son las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p> <p>¿Cuáles son las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre la planificación y la</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar las características, y la relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>OBJETIVO ESPECIFICO Describir las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.</p> <p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>Establecer la relación que existe entre la planificación y la competitividad en las micro y pequeñas empresas</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>HIPÓTESIS ESPECIFICA Las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 es adecuada por que poseen edad, sexo, grado de instrucción y estado civil.</p> <p>Las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018 es adecuada porque, la mayoría se encuentran laborando formalmente.</p> <p>Existe entre la planificación y la competitividad una</p>	<p>VARIABLE (X1) Gestión de la calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Control • Aseguramiento • Mejora continua <p>VARIABLE (X2) Competitividad</p> <p>SUB VARIABLE Características de los representantes de las Mypes</p> <p>Características de las Mypes</p>	<p>Tipo de investigación Descriptiva</p> <p>Nivel de investigación Nivel de investigación descriptiva</p> <p>Diseño correlacional</p> <p>Población y muestra Población La población estará constituida por 14 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro en ferreterías.</p> <p>Muestra N= 14 ferreterías</p>

<p>competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p> <p>¿Cómo se relaciona el control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p> <p>¿Cómo se relaciona la mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018?</p> <p>¿Cómo se relaciona la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018/?</p>	<p>del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>Establecer qué relación existe el control y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.</p> <p>Establecer qué relación existe entre la mejora continua y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>Establecer qué relación existe entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>	<p>relación positiva de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>Existe una relación directa entre el control y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>La mejora continua y la competitividad se relaciona directamente con la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p> <p>Existe una relación entre la gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018</p>		
--	--	---	--	--

OPERACIONALIZACIÓN DE LA SUB VARIABLE

Sub variable o dimensión	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición	Nivel de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las Mypes	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las Mypes	Edad	Razón: Años	Nominal
		Sexo	Nominal: Masculino Femenino	
		Grado de instrucción	Ordinal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad	
		Estado civil	Nominal Soltero Casado Conviviente Divorciado	
		Ocupación	Nominal Dueño Administrador Gerente	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA SUB VARIABLE DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

Sub variable o dimensión	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición	Técnica
Perfil de las Mypes	Son algunas características de las Mypes.	Giro del negocio de las Mypes	Nominal: Especificar	Encuesta
		Antigüedad de las Mypes	Razón Un año Dos años Tres años Más de tres años	
		Número de trabajadores	Razón:01-05,06-10,11-15,16 – 20, Más de 20	
		Objetivo de las Mypes	Nominal: Maximizar ganancias Dar empleo a la familia Generar ingresos para la familia Otros: especificar	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Nivel de medición
Gestión de calidad	Se refiere a la realización de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad	<ul style="list-style-type: none"> Planificación 	<ul style="list-style-type: none"> Seguimiento y medición de objetivos. Desarrollo de un plan de Formación. Planificación de estudios para conocer la satisfacción de clientes. Periodos de seguimiento de indicadores (seguimiento y medición de procesos) Planificación del seguimiento y medición del Producto (inspecciones) Planificación de las Acciones correctivas y Preventivas (plazos, responsables, seguimiento....) 	Cuestionario de encuesta	4: = Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.
		<ul style="list-style-type: none"> Control 	<ul style="list-style-type: none"> Medición de los resultados en relación a las metas objetivos propuestos Toma de decisión. Evaluación 	Cuestionario de encuesta	4: = Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.
		<ul style="list-style-type: none"> Aseguramiento 	<ul style="list-style-type: none"> Inversión del tiempo. Recursos valiosos en la recolección de data Presentación de resultados, 	Cuestionario de encuesta	4:= Totalmente de acuerdo

			<ul style="list-style-type: none"> • Acumulación de información 		3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.
		<ul style="list-style-type: none"> • Mejora continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de los instrumentos de gestión • Sensibilización • Estrategias de mejora • Organización adecuada • Orientación a los trabajadores 	Cuestionario de encuesta	4:= Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Nivel de medición
Competitividad	La competitividad es la capacidad de una organización pública o privada de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico	Cooperativismo interempresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de sus productos y servicios • Los productos que se encuentran en la ferretería son acorde al bolsillo del cliente • La Mype de rubro ferreterías incrementa sus ofertas permanentemente • La Mype está en capacidad de acceder a nuevos mercados • Mejorar la calidad de sus productos. • Las utilidades de sus ventas forman parte de su capital • El personal de la Mype se encuentra capacitado para afrontar la competencia • El espacio que tiene las Mype es adecuado • Constantemente realiza las acciones correctivas para mejorar el servicio. 	Cuestionario de encuesta	4: = Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.
		Uso de las tecnologías de la información y la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • La Mype cuenta con la tecnología móvil empresarial • La empresa debe contar para su seguridad con la realización de las transacciones electrónicas • Ausencia de una estrategia orientada a la oferta de actividades es superadas oportunamente • Medios electrónicos • La Mypes utiliza los medios de comunicación para la difusión de sus productos • La Mype cuenta con un control electrónico para almacenar sus datos. 	Cuestionario de encuesta	4:= Totalmente de acuerdo 3 = De acuerdo 2 = En desacuerdo 1 = Totalmente en desacuerdo.

Tabla N° 01. Características generales del representante de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

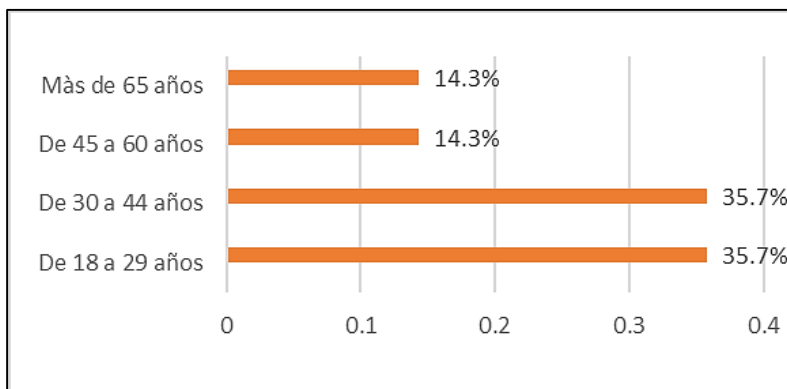


Figura N° 01 Edad de los representantes legal de las Mypes

Fuente: tabla 01

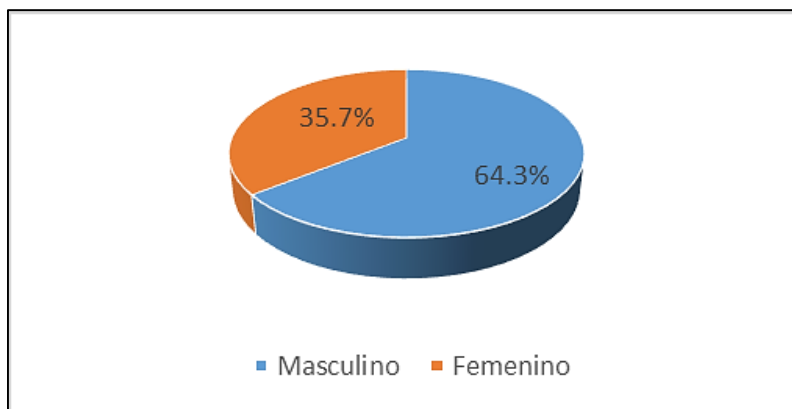


Figura N° 02 Sexo de los representantes legal de las Mypes

Fuente: tabla 01

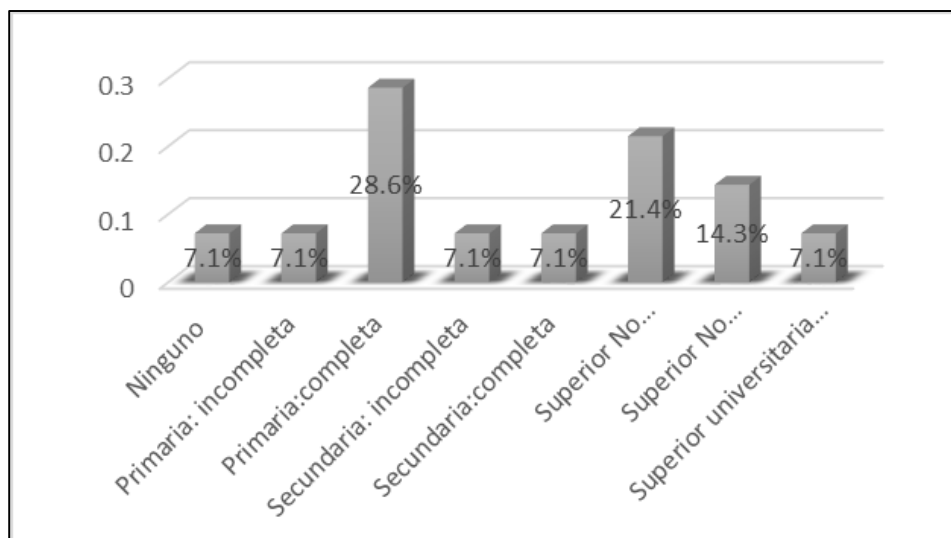


Figura N° 03 Grado de instrucción de los representantes legal de las Mypes
Fuente: tabla 01

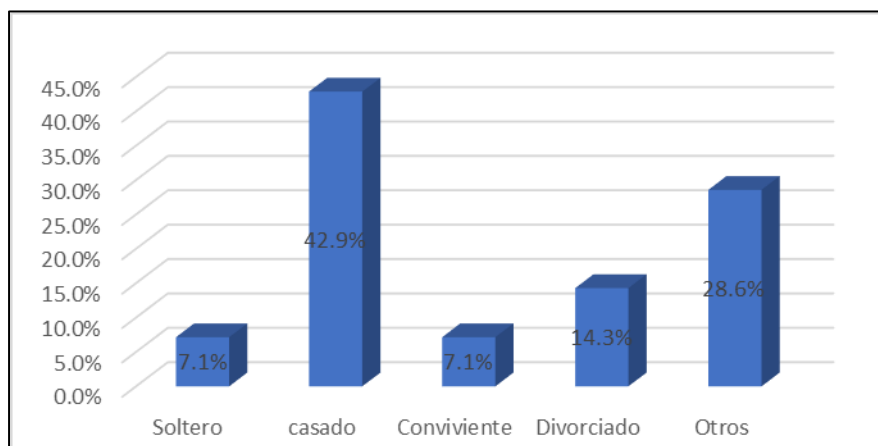


Figura N° 04 Estado civil de los representantes legales de las Mypes

Fuente: tabla 01



Figura N° 05 Profesión y ocupación de los representantes legal de las Mypes
Fuente: tabla 01

Tabla N° 02. Características de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del mercado de la provincia de Satipo, 2018

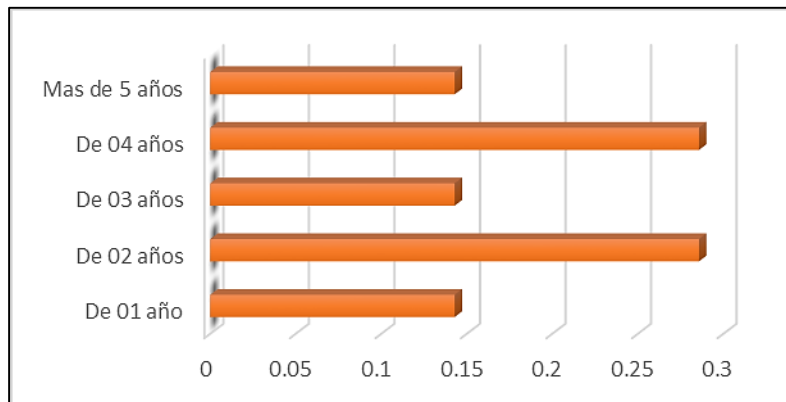


Figura N° 06. Tiempo en que se encuentra en el sector o rubro
Fuente: tabla 02

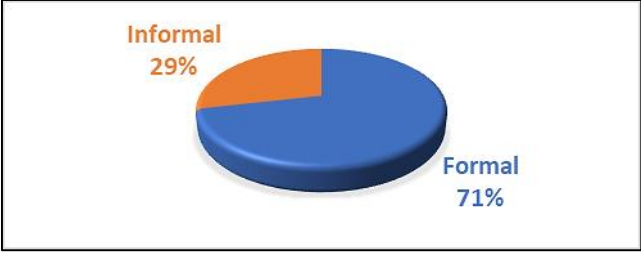


Figura N° 07. Fuente. Tipo de empresa

Fuente: tabla 02

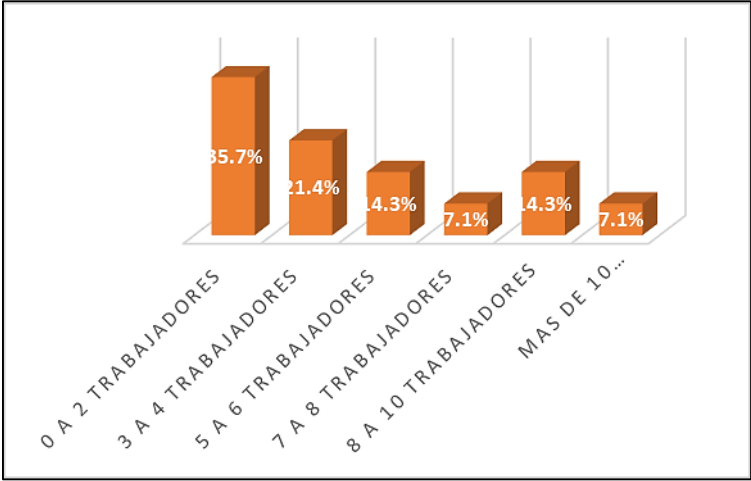


Figura N° 08. Número de trabajadores permanentes

Fuente: tabla 02

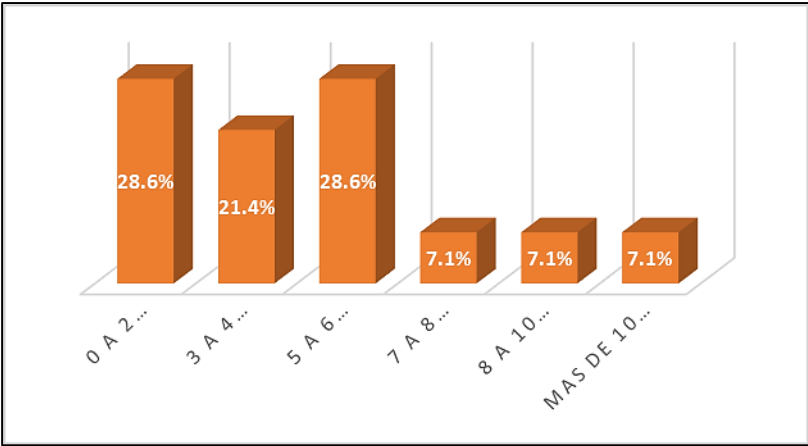


Figura N° 09. Número de trabajadores eventuales

Fuente: tabla 02

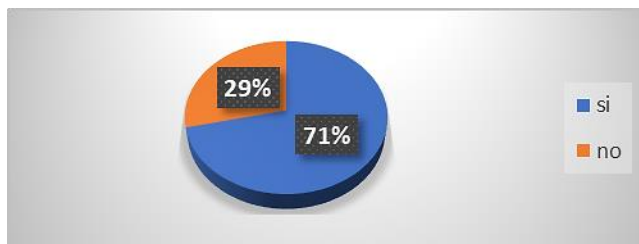


Figura N° 10. Su empresa se creó para obtener ganancias

Fuente: tabla 02

Tabla N° 03 Gestión de la calidad de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

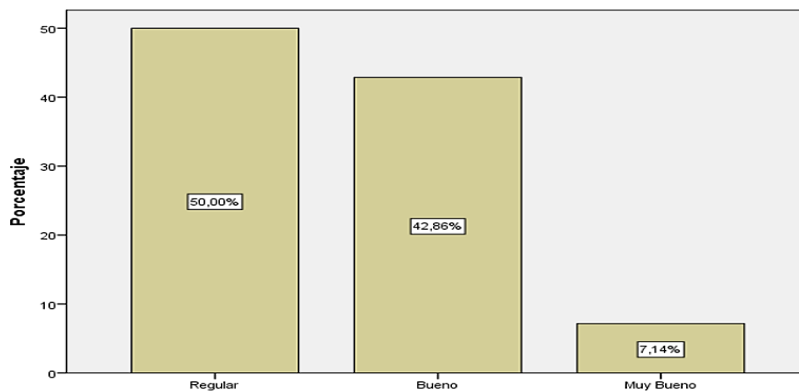


Figura N° 11 Gestión de la calidad de la dimensión planificación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018.

Fuente: tabla 03

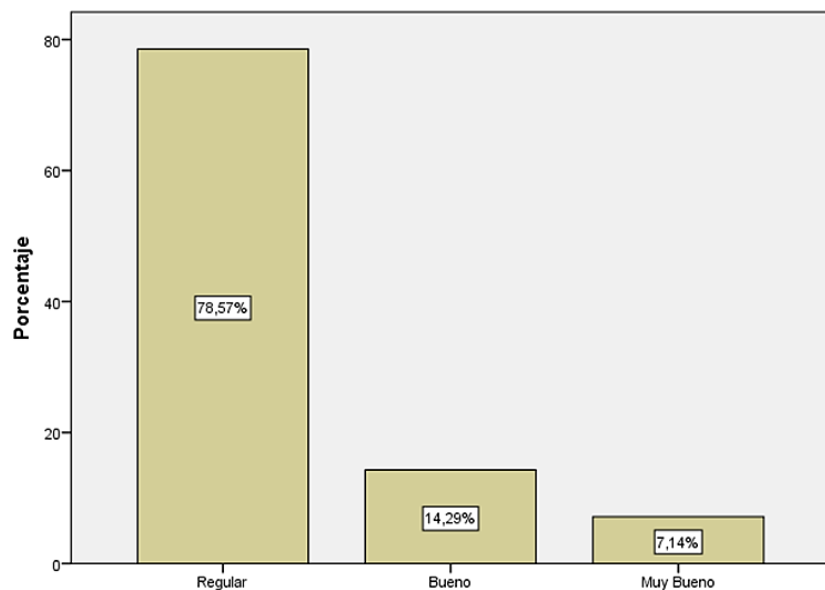


Figura N° 12 Gestión de la calidad de la dimensión Control en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Fuente: tabla 03

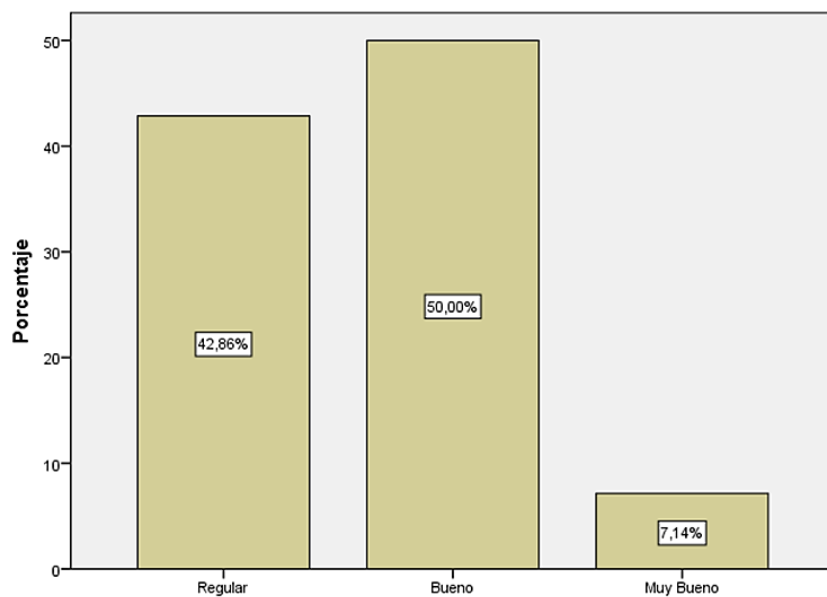


Figura N° 13 Gestión de la calidad de la dimensión Aseguramiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Fuente: tabla 03

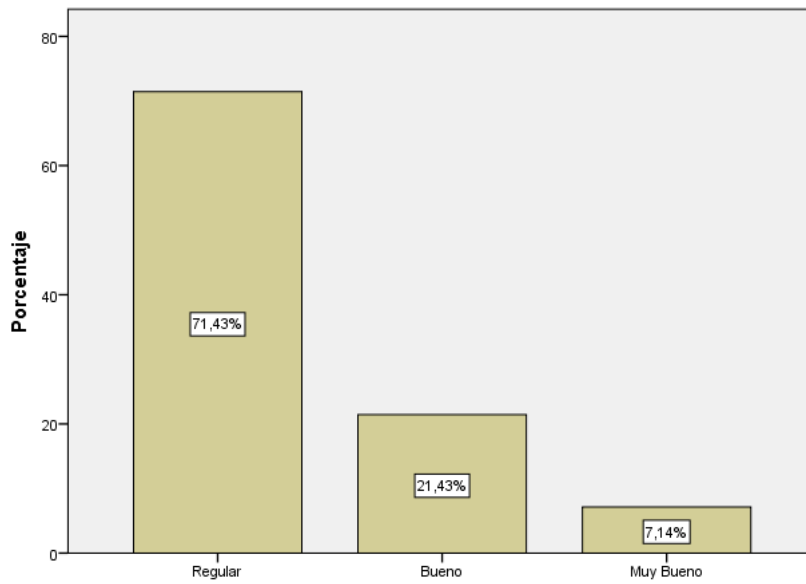


Figura N° 14 Gestión de la calidad de la dimensión Mejora continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Fuente: tabla 03

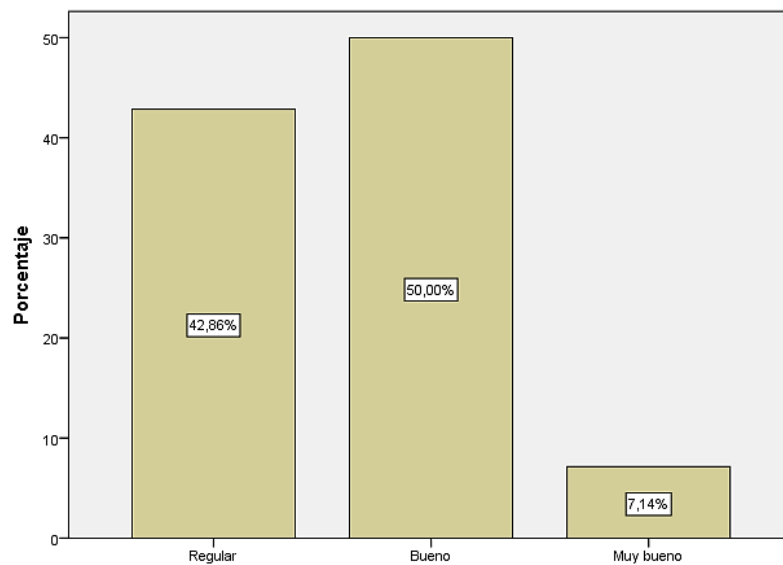


Figura N° 15 Variable Gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Fuente: tabla 03

Tabla N° 04. Competitividad de los representantes de las Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, 2018

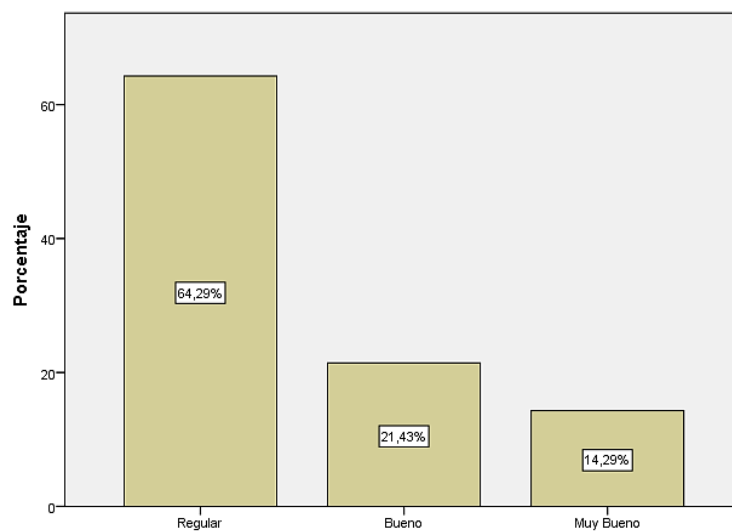


Figura N° 16 Competitividad de la dimensión cooperativismo en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Fuente: tabla 04

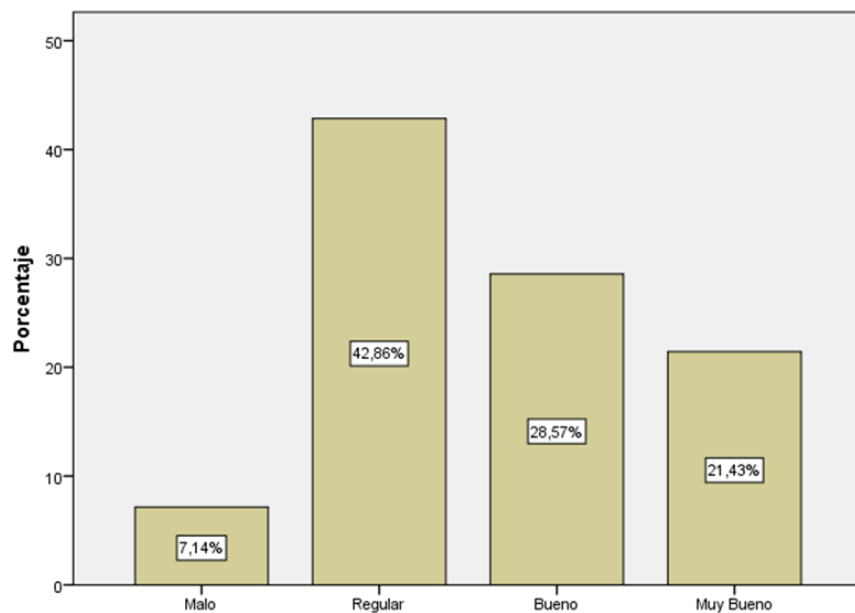


Figura N° 17 Competitividad de la dimensión uso de la tecnología de la información y la comunicación de la Mypes del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Fuente: tabla 04

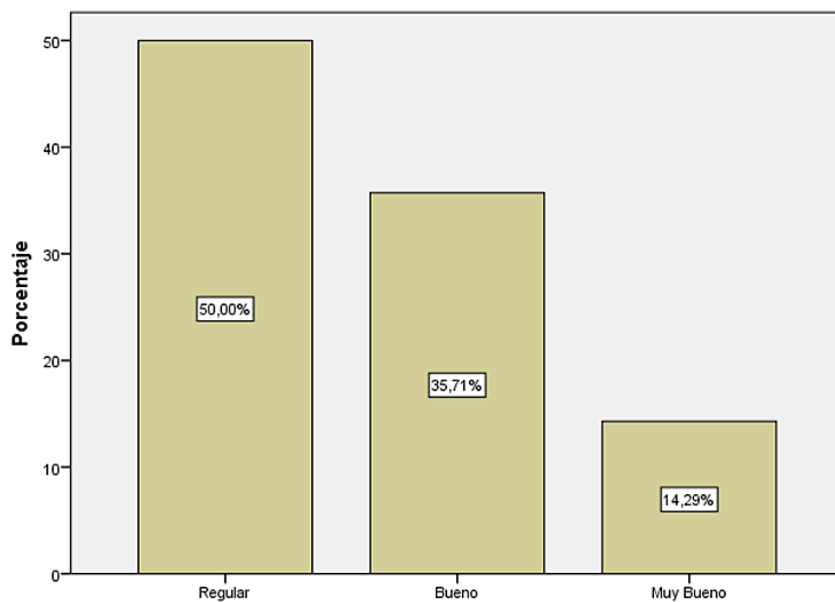


Figura N° 18 Variable Competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018

Fuente: tabla 04



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018”

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

.Encuestador (a):..... Fecha:/...../.....

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPE:

1.1 Edad del representante legal de la empresa:

1 (....) de 18 a 29 años

2 (....) de 30 a 44 años

3 (.....) de 45 a 60 años

4 (....) mas de 65 años

1.2 Sexo:

1() Masculino

2() Femenino

1.3 Grado de instrucción:

1.(....) Primaria completa

2.(....) Primaria Incompleta

3.(....) Secundaria completa

4.(....) Secundaria Incompleta

5.(....) Superior universitaria completa

6 (....) Superior universitaria incompleta

7 (....) Superior no Universitaria Completa

8 (....) Superior no Universitaria Incompleta

1.4 Estado Civil:

1. Soltero (....) Casado (....) Conviviente (....) Divorciado (....) Otros (....)

1.5 Profesión.....Ocupación.....

II. CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

2.1.- tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro

1 (....) 01 año

2 (....) 02 años

3 (....) 03 años

4 (....) 04 años

5 (....) 05 años

2.2.- la Mype es:

1 (....) formal

2 (....) informal

2.3.- numero de trabajadores permanentes:

1 (....) 0 a 2 trabajadores

2 (....) 3 a 4 trabajadores

3 (....) 5 a 6 trabajadores

4 (....) 7 a 8 trabajadores

5 (....) 8 a 10 trabajadores

6.(....) Mas de 10 trabajadores

2.4.- numero de trabajadores eventuales:

1 (....) 0 a 2 trabajadores

2 (....) 3 a 4 trabajadores

3 (....) 5 a 6 trabajadores

4 (....) 7 a 8 trabajadores

5 (....) 8 a 10 trabajadores

6.(....) Mas de 10 trabajadores

2.5.- la Mype se formo para obtener ganancias:

1 (....) Si

2 (....) No



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

CUESTIONARIO

(GESTIÓN DE LA CALIDAD)

Instrucciones: Estamos haciendo una encuesta como parte de la investigación sobre la Gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018. Usted ha sido seleccionado al azar. La naturaleza confidencial de todas sus respuestas será respetada.

Marca con un aspa (x) en la columna que más se adecua su respuesta, recuerde que los números son los códigos de las palabras mencionadas.

1	2	3	4	5
Nada de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo Totalmente de acuerdo

Planificación		1	2	3	4	5
1	¿Ud. Frecuentemente verifica los productos que se encuentran en los anaqueles?					
2	¿Desarrolla un plan de formación continuamente para su micro y pequeña empresa?					
3	¿Con que frecuencia capacita a sus empleados para mejorar el servicio?					
4	¿Realiza permanentemente el control de calidad de sus productos?					
5	¿Ud. está de acuerdo que su micro y pequeña empresa tenga un cronograma de atención ¿					
6	¿Cómo representante legal de su micro y pequeña empresa Ud. Desarrolla las actividades programadas?					
7	¿Ud. Cumple con su plan de trabajo?					
8	¿Las estrategias planteadas en tu plan de trabajo son viables?					
9	¿Constantemente realiza las acciones correctivas para mejorar el servicio?					
10	¿Prioriza los riesgos y oportunidades que pueden afectar a su micro y pequeña empresa?					
11	¿Las capacitaciones de los personales de su empresa ayudan a mejorar su rentabilidad?					

	Control				
1	¿Los objetivos trazados se cumplen en su micro y pequeña empresa?				
2	¿Los resultados que obtienen se cumplen de acuerdo a lo planificado?				
3	¿Evalúa el comportamiento de la calidad de su producto				
4	¿Comparar el comportamiento real con los objetivos de calidad?				
5	¿Aplica las herramientas básicas de control de calidad?				
6	¿Ud. Oportunamente toma una decisión a favor de su empresa?				
7	¿Los empleados de su empresa colaboran con el control de calidad?				
8	¿Las metas se cumplen en el tiempo programado?				
9	¿Los objetivos que nos planeamos siempre son alcanzados?				
10	¿Las metas que nos proporcionamos siempre son alcanzadas?				
	Aseguramiento				
1	¿Ud. Considera que la infraestructura es necesaria para conseguir una mejora de la calidad?				
2	¿Frecuentemente su micro y pequeña empresa brinda los servicios en los horarios establecidos?				
3	¿Los personales de la microempresa tienen un trato adecuado?				
4	¿La microempresa realiza campaña para segmentar el mercado?				
5	¿El financiamiento de la micro y pequeña empresa influye en la rentabilidad?				
6	¿La micro y pequeña empresa se encuentra acorde a la competencia?				
7	¿Los empleados se encuentran involucrados con la microempresa?				
8	¿la micro y pequeña empresa participa en las Remype?				
	Mejora continua				
1	¿La micro y pequeña empresa está siendo dotadas con tecnologías actuales?				
2	¿El representante legal de la Mype participa constante mente en las capacitaciones?				
3	¿El dueño de la Mype realiza jornadas de sensibilización con los clientes?				
4	¿Los empleados y representantes de las Mypes se encuentran organizados?				
5	¿Los incentivos económicos que les proporciona a los empleados son adecuados?				
6	¿El representante legal tiene el perfil adecuado para la dirección de rubro en estudio?				
7	¿Cómo empleado, mi trabajo bien hecho hace la diferencia?				
8	¿La mejora de la calidad está relacionada con la tecnología utilizada?				

9	¿El personal que labora en la Mype reconoce que la empresa tiene resultados superiores con respecto a otras Mypes?					
10	¿Los valores de la Mype son representadas y guían nuestra vida laboral?					
11	¿La preparación de los directivos de la Mypes es competente para llevar acabo sus actividades en forma óptima?					
12	¿Mis conocimientos y habilidades son suficientes para realizar mi trabajo?					



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**CUESTIONARIO
(COMPETITIVIDAD)**

Instrucciones: Estamos haciendo una encuesta como parte de la investigación sobre la Gestión de calidad y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del cercado de la provincia de Satipo, periodo 2018. Usted ha sido seleccionado al azar. La naturaleza confidencial de todas sus respuestas será respetada.

Marca con un aspa (x) en la columna que más se adecua su respuesta, recuerde que los números son los códigos de las palabras mencionadas.

1	2	3	4	5
Nada de acuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo Totalmente de acuerdo

Cooperativismo interempresarial		1	2	3	4	5
1	¿La calidad de sus productos y servicios son adecuados?					
2	¿Los productos y/o bienes que se encuentran en la ferreteria son acorde al bolsillo del cliente?					
3	¿La Mype de rubro ferreteria incrementa sus ofertas permanentemente?					
4	¿La Mype está en capacidad de acceder a nuevos mercados?					
5	¿Ud. está de acuerdo mejorar la calidad de sus productos?					
6	¿La utilidad de sus ventas forman parte de su capital?					
7	¿El personal de la Mype se encuentra capacitado para afrontar la competencia?					
8	¿El espacio que tiene las Mype es adecuado?					
9	¿Constantemente realiza las acciones correctivas para mejorar el servicio?					
10	¿Prioriza los riesgos y oportunidades que pueden afectar a su micro y pequeña empresa en el rubro ferreteria?					
Uso de las tecnologías de la información y la comunicación						
1	¿La Mype cuenta con la tecnología móvil empresarial?					

2	¿Cree Ud., que la empresa debe contar para su seguridad con la realización de las transacciones electrónicas?					
3	¿La ausencia de una estrategia orientada a la oferta de actividades es superadas oportunamente?					
4	¿Para mejorar su servicio la Mype utiliza los medios electrónicos?					
5	¿Los productos son distribuidos oportunamente?					
6	¿La Mypes utiliza los medios de comunicación para la difusión de sus productos?					
7	¿La Mype cuenta con un control electrónico para almacenar sus datos?					