



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA CULTURA
ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL RUBRO VENTA DE ABARROTÉS POR
MAYOR EN LOCAL EN EL DISTRITO DE HUARAZ, 2018.**

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

AUTORA

**EVARISTO CALDUA, LIZ YANETT
ORCID: 0000-0003-2522-5305**

ASESORA

**FIGUEROA QUITO, SILVIA ISABEL
ORCID: 0000-0003-2986-4809**

HUARAZ – PERÚ

2020

1. Título de la tesis

La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Evaristo Caldua, Liz Yanett

ORCID: 0000-0003-2522-5305

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

ASESORA

Figueroa Quito, Silvia Isabel

ORCID: 0000-0003-2986-4809

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

JURADO

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Norabuena Mendoza, César Hernán

ORCID: 0000-0001-9832-5126

Lázaro Díaz, Juan Renee

ORCID: 0000-0002-0604-785X

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio

Presidente

Mgtr. César Hernán Norabuena Mendoza

Miembro

Mgtr. Juan Renee Lázaro Díaz

Miembro

Mgtr. Silvia Isabel Figueroa Quito

Asesora

4. Agradecimiento

A Dios por hacer de mí la persona que soy ahora, guiándome por el camino de la verdad para poder llegar a lograr mis metas.

A mis padres con todo el amor que les tengo porque hicieron muchos sacrificios para apoyarme en mi formación profesional y por haber depositado toda su confianza en mí.

Dedicatoria

A mi familia por haberme inculcado a seguir en el camino de la superación y por el apoyo incondicional que me mostraron día a día.

A mi madre que estuvo para mí todo el tiempo que la necesitaba brindándome su apoyo y sus consejos para llegar hasta donde estoy, es el mejor regalo que Dios y la vida me pudo regalar porque sin ella sé que no lo hubiera logrado.

5. Resumen

La presente investigación ha tenido como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018; con el cual se da respuesta al siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018?. La Investigación es de nivel descriptivo, tipo cuantitativo no experimental–transversal; para la recopilación de los datos se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario conformado por 37 preguntas cerradas que son procesadas en el programa SPSS v21, la población está conformada por 30 gerentes. Obteniendo como resultado que el 30,00% de gerentes muy pocas veces hace uso de la libertad para tomar decisiones, el 36,67% casi siempre están dispuestos a brindar apoyo y el 36,67% manifiesta casi siempre se plantean soluciones para los problemas de gestión de calidad. Finalmente se concluye que en las empresas del rubro venta de abarrotes por mayor existe una cultura organizacional débil que prácticamente se condicionan al primer enfoque cultural y se resisten al cualquier cambio que se quiera realizar. Por otro lado, la gestión de calidad carece de herramientas que les impulse a mejorar continuamente en sus procesos y poder brindar un servicio de calidad.

Palabra clave: Cultura organizacional, gestión de calidad, Micro y pequeñas empresas, servicio de calidad y venta de abarrotes por mayor.

Abstract

The general objective of this research has been: To determine the main characteristics of quality management with the use of organizational culture in micro and small companies in the field of wholesale groceries in the district of Huaraz, 2018; with which the answer is given to the following statement: What are the main characteristics of quality management with the use of organizational culture in micro and small businesses in the field of wholesale groceries in the district of Huaraz, 2018 ?. The research is descriptive level, quantitative non-experimental-transversal type; For data collection, the survey technique was used and as an instrument the questionnaire made up of 37 closed questions that are processed in the SPSS v21 program, the population is made up of 30 managers. Obtaining as a result that 30.00% of managers very seldom make use of their freedom to make decisions, 36.67% are almost always willing to provide support and 36.67% say they almost always propose solutions to problems quality management. Finally, it is concluded that in companies in the wholesale grocery sector there is a weak organizational culture that is practically conditioned to the first cultural approach and resists any change that is wanted to be made. On the other hand, quality management lacks tools that drive them to continuously improve their processes and be able to provide a quality service.

Keyword: Organizational culture, quality management, Micro and small companies, quality service and wholesale grocery.

6. Contenido

1. Título de tesis.....	ii
2. Equipo de trabajo.....	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iv
4. Agradecimiento	v
5. Resumen y Abstract.....	vii
6. Contenido.....	ix
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	8
III. Hipótesis.....	30
IV. Metodología	31
4.1. Diseño de investigación.....	31
4.2. Población y Muestra.....	31
4.3. Definición y operacionalización de la investigación de variable e indicadores	25
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
4.5. Plan de análisis.....	26
4.6. Matriz de consistencia.....	27
4.7. Principios éticos.....	28
V. Resultados.....	30
5.1. Resultados	30
5.2. Análisis de resultados	36
VI. Conclusiones	41
Aspectos complementarios	44
Referencias bibliográficas.....	47
Anexos	54

7. Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Características de los representantes de las MYPES del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz 2018.</i>	305
Tabla 2. <i>Características de las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz 2018.</i>	26
Tabla 3. <i>Características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz 2018.</i> ..	27
Tabla 4. <i>Características de la cultura organizacional en las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz 2018.</i> ..	29

I. Introducción

La búsqueda de información acerca de la cultura organizacional para que las empresas puedan crecer y desarrollarse en su entorno les implica estar en constantes cambios. Por ello, deducimos que la cultura organizacional es la manera de ser, de actuar de una empresa donde cada una posee culturas diferentes al resto; buscando así, una ventaja competitiva. Existen dos tipos de cultura organizacional las débiles donde los directivos muestran poco interés por el crecimiento y superación de sus colaboradores y no se llega a lograr los objetivos planteados por la empresa y la fuerte que se caracteriza por tener colaboradores que se identifican y aceptan los valores de cada uno de sus colaboradores, el cual tienen un alto compromiso con el logro de la misión y los objetivos de la empresa. Por otro lado, las micro y pequeñas empresas son las principales fuerzas del desarrollo económico del país, ya que ofrecen empleos y dan un gran aporte al producto bruto interno (PBI) del País. Es considerado un factor importante aplicar herramientas de gestión de calidad en toda empresa para mejorar continuamente en la estructura y procesos que se aplican para brindar un servicio y producto de calidad; más aún si van de la mano (gestión de calidad con el uso de cultura organizacional) como una estrategia comercial para el crecimiento de la productividad y lograr cumplir las metas u objetivos trazadas por la empresa al plazo establecido. Una de las preocupaciones que se tiene por las micro y pequeñas empresas es que sean cada vez mejores y la ULADECH-CATOLICA ha impulsado a través de su carrera profesional de administración establecer como línea de investigación la gestión de calidad, dentro del cual se enmarcó el presente trabajo con el tema cultura organizacional.

En el artículo de cultura organizacional y gestión de calidad en una empresa del estado venezolano se realizó una investigación de campo con el único propósito de analizar las percepciones de los directivos a tres variables: filosofía de gestión, el estilo gerencial y la cultura organizacional. Abordando así de estos tres a la cultura organizacional como tema principal en nuestro proyecto, donde especifica que se hizo una investigación a las representaciones axiológicas de la organización obteniendo como resultado a las cualidades humanas que debe internalizar los principales actores de la cultura organizacional y alcanzar las exigencias que plantea el camino hacia la calidad normada por estándares internacionales que definen las características óptimas del proceso productivo (Salcedo y Romero, 2006).

En el Perú el 50% de los empresarios opinan tener problemas con sus trabajadores debido a que no se observa el compromiso por parte de ellos, duplicando de esta manera la cifra que se obtuvo el año pasado. En este siglo los representantes de las MYPES están forzando a sus trabajadores a cambiar sus expectativas e innovar, es importante que los representantes apliquen estrategias en la manera de gestionar a sus empleados por que en el estudio que se hizo a los líderes de recursos humanos a nivel nacional consideran que el 87% se debe a la falta de compromiso de los empleados lo que conlleva a un problema grave dentro de las empresas, el 60% no cuentan con un programa adecuado para la medición y el perfeccionamiento del compromiso laboral, el 12% afirma contar con un programa para el fortalecimiento de la cultura organizacional, el 7% cuenta con un nivel de capacidad para poder mejorar el compromiso laboral y la retención de sus trabajadores en las empresas (El Comercio, 2015).

Las empresas que laboran de forma individual consideran importantes a los líderes locales que cuentan con técnicas dinámicas e innovadoras, esto con el fin de obtener una ventaja imprescindible que garantice el acceso a mercados y nuevos conocimientos. Pero frente a estos tiempos tan cambiantes y cada vez más complejos la competitividad en el mediano y largo plazo requiere de una combinación de competencias y experiencias que solo pueden ser originadas por la acción colectiva de los colaboradores dentro de la empresa. Eso no es solo para los empresarios, vale también para las relaciones entre sindicatos de trabajadores, entre asociaciones empresariales, entre instituciones de educación y por qué no entre partidos políticos. Cuando la competencia se transforma en un esfuerzo por ser más eficiente que el otro o el intento por aniquilar al adversario en todos los niveles de convivencia civil, el tejido social del que puede surgir la competitividad de los sistemas económicos se rompe y el proceso de desarrollo colectivo se detiene. Lamentablemente este riesgo siempre está presente y preservar los equilibrios sociales es una tarea tan compleja como alcanzarlos. El estímulo que puede inducir a los actores locales a ese esfuerzo colectivo es que la cohesión social no es solo un bien en sí, sino además una herramienta de desarrollo competitivo que no parece tener igual, especialmente para aquellos sistemas productivos que se caracterizan por la presencia de muchas empresas de tamaño pequeño (Villaran, 2007).

Por lo anterior expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: determinar las principales características de la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

Para conseguir el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos: (a) Determinar las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018; (b) Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018; (c) Determinar las principales características de la Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018; (d) Determinar las principales características de cultura organizacional de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018; (e) Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

La presente investigación se justificada en base a la importancia de desarrollar una buena cultura organizacional en las MYPES de venta de abarrotes por mayor en local y conocer el comportamiento de los trabajadores para poder potenciar aspectos como la eficacia, eficiencia, innovación y adaptarse a cualquier cambio. Por lo que es labor de los gerentes poseer una cultura propia, un sistema de creencias, valores, normas compartidas que van ayudar a fortalecer diversos puntos débiles en cada área de la empresa, siendo así que los trabajadores van a poder identificarse y con la influencia

de la motivación llegar a ser más productivos y el incremento de la rentabilidad. Y por otro lado la línea de investigación se justifica porque permitirá mejorar la gestión de calidad con la aplicación de herramientas en la mejora continua en sus procesos, ofreciendo niveles altos de satisfacción por los clientes y estimulando la moral de los trabajadores

El sustento teórico del presente trabajo se basó en la variable de cultura organizacional según Robbins y Timothy (2009) quien nos menciona que el comportamiento organizacional investiga el efecto que van a tener los individuos en un grupo o estructura dentro de una organización con el único objetivo de mejorar la efectividad, esto debido a la existencia de las siguientes dimensiones: Autonomía individual, Estructura, Apoyo, Identidad, Desempeño- premio, Tolerancia al riesgo, Tolerancia al conflicto. Como línea de investigación la gestión de calidad de Deming (2009) quien menciona que la existencia de la gestión de calidad en las empresas es en base a una mejora continua en todos sus procesos y buscar la satisfacción de los clientes basado en las siguientes dimensiones: planificar, hacer, verificar, actuar.

Por último, se justifica que el trabajo de investigación será utilizado como referencia para las futuras investigaciones que buscan desarrollar con más precisión el tema de cultura organizacional, así como las MYPES generadoras del crecimiento económico del país.

En cuanto a la metodología a emplearse en este trabajo de investigación es de tipo cuantitativo porque se recogió los datos de acuerdo con la variable de estudio el cual nos dio a conocer la comparación de resultados realizadas en otras investigaciones de la misma línea y variable de estudio; el nivel es descriptivo porque describe las principales las características de la gestión de calidad con el uso de la cultura

organizacional en las MYPES del rubro venta de abarrotes por mayor en local y en cuanto al diseño de la investigación es no experimental - transversal, porque se observó los fenómenos tal cual se dieron en su estado único y en un tiempo determinado. La población de la investigación son los representantes, con 30 establecimientos dedicadas al rubro de venta de abarrotes por mayor en local, datos proporcionados por la SUNAT.

En cuanto a la técnica e instrumento de investigación se consideró la encuesta, utilizando como instrumentos un cuestionario con 37 preguntas cerradas, mediante la escala de Likert, luego se ingresaron al programa de cómputo SPSS v.23 para el procesamiento de datos y su posterior presentación en tablas y en análisis. Obteniendo como resultado que el 30,00% manifiesta que muy pocas veces dentro de la empresa hay libertad para tomar decisiones, el 36,67% manifiesta casi siempre los gerentes están dispuestos a brindar apoyo; así mismo, el 36,67% manifiestan que algunas veces la comunicación entre empleados es abierta y que están familiarizados con la estrategia de la empresa, en tanto que 36,67% manifiesta que casi siempre la empresa recoge información existente sobre los problemas y el 36,67% manifiesta que casi siempre la empresa plantea soluciones para los problemas identificados.

Finalmente, se concluye que en las empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en la ciudad de Huaraz poseen una cultura organizacional pero que carece de filosofía para poder influenciar en el comportamiento del personal dentro de la empresa, siendo esto una pieza fundamental en generar moral, satisfacción y motivación en los trabajadores y una estrategia comercial para permanecer en el mercado. De la misma manera no aplican como herramienta a la gestión de calidad,

factor importante en toda empresa para mejorar toda la estructura y procesos que se aplican para brindar un servicio y producto de calidad.

Se recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas generar una cultura organizacional favorable y herramientas de gestión de calidad adecuada para la mejora continua de sus procesos, de esta manera incrementar la participación en el mercado y crecimiento de la rentabilidad con trabajadores motivados para cada logro.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Nivel internacional

Gowlan (2012) en su tesis titulada “*Cultura Organizacional e Imagen : Caso Granix-2012*”, presentada en la Universidad Argentina para optar el título profesional de Licenciada en administración, se formuló como objetivo general verificar la relación existente entre la cultura organizacional y su imagen. La investigación es de nivel descriptiva, tipo cuantitativa y cualitativa, la población esta conformada por 50 personas de diferentes edades donde se les aplicó una encuesta objetiva de 22 preguntas donde se obtuvo como resultado que el 74% de los encuestados consumen productos granix y a su vez del 74 % de los consumidores son mujeres y el restante varones. Así mismo concluye que la cultura organizacional dentro de la empresa es un factor fundamental y determinante en la imagen de cualquier empresa; así mismo, que es de utilidad para mejorar y focalizar su desempeño, demostrando así que los valores y creencias organizacionales trascienden y terminan formando parte de la imagen del producto.

Mochcco y Quispe (2013) en su tesis titulada “*Plan de cultura organizacional para mejorar la satisfacción laboral de los empleados de la empresa INCMENA S.A.C. en el distrito de Villa el salvador, 2012*”, presentada en la universidad Autónoma del Perú para obtener el título profesional de Licenciado en Administración; se formuló como objetivo general dar a conocer la relación directa que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral de los empleados. La presente investigación fue de tipo descriptivo y diseño experimental, la población estuvo conformada por

40 trabajadores de la empresa INCMENA S.A.C., se aplicó un cuestionario de tipo likert, se usó el programa del SPSS v.23 para el procesamiento de los datos y obteniendo como resultados que el 70 % de los trabajadores calificó de regular la gestión administrativa, el 30% malo los valores de la empresa, en cuanto a la confianza y compromiso el 20% de los trabajadores se identifican con la empresa y el 45% no se encuentran identificados con la empresa. Así mismo, concluye que la investigación trajo consigo el logro del objetivo general, se comprobó los efectos positivos que trae aplicar un plan de cultura organizacional sobre la satisfacción laboral de los empleados y la mejora de todas las áreas en la empresa.

Nivel regional

Valdez (2015) "*Cultura organizacional y satisfacción del cliente en la empresa comercial plaza autoservicios de la ciudad de Huacho en el periodo 2015*", la misma que se presentó en la ULADECH - Universidad Católica los Angeles de Chimbote para obtener el título profesional de administración, se formuló como objetivo establecer en que nivel influye la cultura organizacional en los trabajadores y generar la satisfacción del cliente en la Empresa comercial Plaza Autoservicios de la ciudad de Huacho - 2015. El presente trabajo es de investigación correlacional debido a que determina el grado de relación que existe entre las variables, el diseño es transversal, la población estuvo conformada por 10 trabajadores de la empresa a los cuales se le aplicó una encuesta estructurada, obteniendo como resultado que el 70% de identifica siempre con la organización y el 77% considera que siempre el buen trato la cordialidad del personal en atención al cliente es el adecuado; así mismo, el 70% siempre tiene dificultad para dialogar con sus jefes y el 50% manifiesta que la comunicación es buena en su área. Se concluye que dentro de la

empresa el valor de la moral influye en el tiempo que el cliente espera y cuanto duraba ese tiempo de espera, la calidad que hay en la atención, por último la comunicación y la solución del problema incide en el tiempo de espera.

Carazas (2016) "*La relación que existe entre la cultura organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la Universidad Nacional de Trujillo, 2016*", presentada en la universidad Cesar Vallejo para obtener el título profesional de administración, formuló como objetivo general determinar la relación existente entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional de Trujillo, 2016. Así mismo, esta investigación fue de diseño no experimental, la población estuvo conformada por trabajadores administrativos nombrados de la Universidad Nacional de Trujillo, que es constituida por 473 personas de género masculino y femenino; además, la muestra esta conformada por 212 trabajadores a los cuales se le aplicó un cuestionario de 15 preguntas, obteniendo como resultado que el 70% afirma existir una cultura débil, y el 45 % no son impulsados a tomar riesgos e innovar. Finalmente, concluye que hay una relación directamente del 0,122 entre cultura organizacional y satisfacción laboral del personal administrativo nombrado de la Universidad Nacional de Trujillo.

Girón (2016) "*La cultura organizacional y el compromiso organizacional de los colaboradores de SODIMAC, Sullana 2015*", presentada en la universidad San Pedro para obtener el título profesional de licenciada en administración, se formuló como objetivo determinar la influencia de la cultura organizacional en los trabajadores de SODIMAC, Sullana 2015. Así mismo esta investigación fue de diseño no

experimental- transversal, se hizo uso del instrumento de la encuesta donde se aplicó un cuestionario estructurado a una muestra de la población de 150 trabajadores de SODIMAC Sullana que laboran desde el año 2015, fueron 43 trabajadores de quienes se recogió los datos generales y específicos considerados en el presente estudio. En los resultados obtenidos se apreció que el 93% confirma que existe el valor del respeto, el 83,7% señalaron que si reciben las indicaciones como una obligación que debe cumplir y de esta manera alcanzar las metas trazadas por la organización. Así mismo, concluye que es necesario promover un compromiso de identificación y motivación para los colaboradores, que permita que estos se identifiquen con la empresa y de la misma forma salgan beneficiados ambas partes.

Zerpa (2016) *“Cultura organizacional y la relación existente con el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Rázuri – Puerto Malabrigo, 2016”*, donde su objetivo general es identificar la relación que existe entre cultura organizacional y desempeño laboral en los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Razuri-Puerto Malabrigo. El diseño de investigación es no experimental- transversal, con una población conformada por 102 colaboradores de la Municipalidad Distrital de Razuri, de los cuales 15 están encargados de las diferentes áreas y se les conoce como jefes y 87 son servidores públicos a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas obteniendo como resultado que existe una correlación muy baja de 73% entre cultura organizacional y desempeño laboral debido a que a mayor cultura organizacional será mejor el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Rázuri, también se identificó que la cultura se encuentra en un nivel de 61% de cultura débil, mientras que el desempeño

de los trabajadores en un 50,95% representando un nivel regular. Así mismo, concluye que es importante aplicar o implementar un plan de difusión en la que se pueda promover la misión, objetivos, políticas que tiene la empresa para que se sientan comprometidos los trabajadores al logro de cada una de ellas.

Nivel local

Jimenez (2015) en su tesis "*Cultura organizacional y toma de decisiones en la empresa telefónica – Huaraz*", presentada en la universidad San Pedro-Huaraz, se formuló como objetivo determinar la influencia que tiene la Cultura Organizacional en la toma de decisiones de la empresa Telefonica - Huaraz. El presente trabajo de investigación es de tipo cuantitativo y diseño no experimental-transversal, la población estuvo constituida por 21 trabajadores a los cuales se le aplicó una encuesta con 27 preguntas, obteniendo como resultado que el 100% de los trabajadores encuestados consideran que la empresa maneja una cultura débil, los resultados de las decisiones son negativos porque este tipo de cultura no mantiene a sus trabajadores comprometidos con la empresa y que un 95.2% están de acuerdo en que las estrategias organizacionales son importantes al momento de tomar decisiones con un menor grado de riesgo. Concluye que se aportó nuevas ideas para mejorar su cultura organizacional y como efecto tomar mejores decisiones, se espera que sus debilidades internas se fortalezcan y se vea reflejado en lo externo.

Salvador (2013) en su tesis "*Caracterización de la cultura organizacional de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales (farmacias) de la ciudad de Huaraz- 2013*", presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para obtener el

título profesional de Licenciada en Administración, se formuló como objetivo describir las principales características de la cultura organizacional de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales de la ciudad de Huaraz, 2013. El presente trabajo fue de nivel descriptiva, tipo cuantitativo no experimental, la población estuvo conformada por 15 Mypes a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, obteniendo como resultados que el total de las Mypes encuestadas el 46,7% del rubro farmacéutico de la ciudad de Huaraz cuentan con una cultura organizacional débil y el 53,33 % de los gerentes encuestados opinó que evalúa al personal aplicando el método de la observación, en ese mismo porcentaje opinaron que el personal no se identifica con la organización. Concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas a quienes fueron encuestadas cuentan con una cultura organizacional débil donde no se refuerzan los lazos de amistad y compañerismo, se carece de los incentivos apropiados sean simbólicos o monetarios y prima una comunicación débil y superficial entre directivos y trabajadores.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Definiciones de gestión de calidad

Deming (2009) quien menciona que la existencia de la gestión de calidad en las empresas son los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes.

Camison, Cruz y Gonzales (2006) menciona que la gestión de calidad es utilizada para describir un sistema, que relaciona un conjunto de variables relevantes para

luego ser puesta en práctica en una serie de principios y técnicas para la mejora de la calidad de una organización.

Udaondo (1992) la gestión de calidad es el camino que debemos de seguir para conseguir la calidad de un producto o un servicio en una empresa, incorporando los procesos de administración y de este modo se estaría realizando una planificación dirigida hacia el futuro implantando estrategias que controlen los estándares de calidad para tener productos que estén respaldadas con calidad. También dice que la gestión de calidad es una herramienta para hacer prevalecer la comunicación entre las áreas de la empresa y lograr los objetivos.

Fundamentos de la gestión de calidad

Udaondo (1992) en su fundamento muestra una síntesis de la nueva concepción de calidad: a) Su meta es ser competitivos y mejorar continuamente. b) Pretender ayudar a las satisfacciones del cliente en todas sus necesidades. c) Los recursos humanos son considerados un elemento muy importante d) Es preciso trabajar en equipo para conseguirla. e) La comunicación, participación de todos los niveles jerárquicos son importantes. f) Implica fijar un plan B de los objetivos en mejora, para ello se debe hacer un seguimiento constante de los resultados que devengan de estos objetivos.

Ventajas de la gestión de calidad

- Ayuda al mejoramiento de la competitividad y productividad.
- Se fundamenta en hacer bien las cosas desde la primera vez.

- Consiste en darle al cliente lo que necesita.
- Se basa en un sentido común.
- No supone hacer mas de lo requerido.
- Todos los niveles dentro de la organización intervienen.
- Asegura el espiritu de equipo.

Dimensiones de la gestion de calidad

Según Deming (2009) muestra las siguientes dimensiones; a) Planificar. Se refiere a que la empresa debe establecer objetivos y estandarizar procesos para conseguir resultados de acuerdo a las expectativas de los clientes y las politicas de la organización; b) Hacer. Se basa en implementar procesos, ejecutar y aplicar las tareas tal cual hayan sido planificadas; c) Verificar. Realizar seguimiento y medición de los procesos y los productos, respecto a las politicas, objetivos y requisitos para el producto, luego informar los resultados obtenidos; d) Actuar. Lo último es tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los trabajadores en los procesos, si hay que modificar el modelo implicará realizar nuevamente la etapa de planificacion.

Según Camison, Cruz y Gonzales (2006) su enfoque se distingue por tres dimensiones, a) Principios. Son las que guian las acciones organizativas; b) Prácticas. Se basan en actividades que serán incorporadas para llevar a la práctica esos principios; c) Técnicas. Son las que hacen efectivas estas prácticas.

Principios de la gestion de calidad

Garcia (2011) los ocho principios utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño.

- Enfoque al cliente
- Liderazgo
- Compromiso de las personas
- Enfoque de procesos
- Se plantea una mejora continúa
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión
- Relaciones beneficiosas con el proveedor.

2.2.2. Cultura organizacional:

Definiciones de cultura organizacional

Robbins y Judge (2009) refiere a un conjunto de valores compartidos por los miembros de una empresa, características que la empresa debe valorar para diferenciarse de sus competencias. La cultura organizacional representa una percepción que existe entre los trabajadores y que se ve reflejado en el comportamiento. Es la convivencia que se da en una organización en todos sus aspectos, ideas, creencias, contumbres, reglas y técnicas que constituye la forma institucionalizada de pensar y actuar de los trabajadores y el grado de libertad y

autonomía en sus unidades, el grado de fidelidad, lealtad que los trabajadores sienten por la empresa.

Bateman y Snell (2005) son valores que los miembros de una organización comparten para lograr las metas propuestas, la misma que nos muestra que en algunos casos existe las culturas débiles y fuertes esto debió a la influencia del comportamiento de los trabajadores, en la cultura fuerte vemos que es una cultura donde los trabajadores son partes de la organización y se sienten parte de ella misma en el cumplimiento de sus metas, por otro lado en las culturas débiles es donde existe trabajadores que tienen muchas cosas diferentes y que no pueden llegar a comprenderse como un equipo; además, no saben cual es en sí las metas que persigue la organización; es como si trabajaran por tan solo ganar su sueldo como el hombre economicus.

Hellriegel y Slocum (2009) La cultura organizacional en una empresa refleja creencias, valores y actitudes que son compartidas entre los trabajadores y con el tiempo las culturas organizacionales van evolucionando, la cultura organizacional no está escrita en un papel simplemente son el alma de una organización debido a las tradiciones que operan las 24 horas y determinan la calidad de vida que hay en una organización. Algunas empresas tratan de imitar las culturas organizacionales de otras empresas, mientras que otras crean sus propias culturas para así incrementar su competitividad, productividad y rentabilidad.

Schein (2004) La cultura organizacional es un patrón de las premisas básicas que un determinado grupo va descubriendo a medida que resuelve los problemas y

que ha sido considerado muy importante para aquellos que se incorporen en la organización, ya que les ayuda mucho en su forma de pensar, sentir y de como percibir los problemas.

Barney (1986) son un conjunto de valores, creencias, suposiciones básicas y símbolos que definen la forma en que una empresa conduce a sus trabajadores hacía el futuro.

Características de cultura organizacional

Stephen y Timothy (2009) considera que existen siete características dentro de una organización y que por el mismo hecho son valoradas. 1. Innovación y aceptación del riesgo: Se les motiva a los trabajadores a que puedan ser innovadores y corran riesgos. 2. Atención a los detalles: Se espera que los trabajadores muestren análisis, perseverancia y atención por los detalles. 3. Orientación a los resultados: Se ve a la gerencia centrado en los resultados más no en las técnicas o los procesos utilizados para lograrlo. 4. Orientación a la gente: Es el grado donde la gerencia toma decisiones en efecto a los resultados obtenidos sobre el personal de la empresa. 5. Orientación a los equipos: Es el grado donde todo está organizado en equipo más no de forma individual. 6. Dinamismo: Se ve a los trabajadores dinámicos y competitivos. 7. Estabilidad: Las actividades organizadas hacen énfasis a mantener el estatus y no en el crecimiento.

La cultura organizacional se ve refleja cuando lidian con su entorno exterior e interior, para ello se basan en seis principales características: 1. Lineamientos en los comportamientos observados: Es la forma en que cada organización refleja

su lenguaje, su terminología propia y rituales relativos a la conducta de los trabajadores. 2. Normas: Son los comportamientos que incluyen guías respecto a cómo hacer las cosas. 3. Valores dominantes. -Son principios defendidos por la organización por que esperan que estos sean compartidos por sus miembros dentro de ellos calidad de producto, eficiencia y eficacia. 4. Filosofía: Son políticas que afirman las creencias al trato que deben de recibir los empleados o los clientes. 5. Reglas: Son guías establecidas, dirigidas al comportamiento de cada trabajador dentro de una organización y que los nuevos integrantes que se incorporen en la organización deben de aprender las reglas para ser aceptados en el grupo. 6. Clima organizacional: Es la sensación que transmite el lugar físico, la forma en que interactúan los trabajadores, el trato en que ellos le dan a otras personas como a los clientes, proveedores, etc.

Tipos de cultura

- Culturas adaptables y culturas conservadoras: Chiavenato deduce que las organizaciones con cultura conservadora adoptan y preservan ideas, valores, costumbres que no cambian con el transcurso del tiempo, se caracterizan por su rigidez y conservaduría a cambio de otras que poseen una cultura adaptable y flexible que revisan constantemente.
- Culturas participativas y culturas tradicionales: Las organizaciones que adoptan culturas tradicionales y participativas tienden a tener los aspectos similares al modelo burocrático, esto debido a que asumen un estilo tradicional y autocrático y el estilo participativo el cual esta basado a una innovación pero carece de un sistema productivo.

▪ Culturas fuertes: Las organizaciones que tienen culturas fuertes tienen una concidencia relativamente alta sobre lo que es importante y lo que define el buen comportamiento de los empleados. Cuanto más fuerte sea una cultura, más influye en los gerentes en su forma de aplicar el proceso administrativo; las culturas fuertes tienen las siguientes características: a) Valores ampliamente compartidos entre los trabajadores. b) La cultura comunica mensajes coherentes y entendibles, sobre los que es importante. c) Los empleados se identifican con la cultura que posee la empresa. e) Existe mayor conexión entre el comportamiento y los valores compartidos.

▪ Culturas débiles: Es una cultura donde los valores no son tan compartidos, tienen las siguientes características: a) Valores limitados a unas cuantas personas, por lo general a la alta gerencia. b) Los mensajes son contradictorios sobre los que es importante. c) Los empleados saben poco sobre la historia de la empresa. d) Los empleados no se sienten identificados con la cultura. e) Existe muy poca conexión entre los valores compartidos y el comportamiento.

La importancia de conocer y desarrollar una cultura organizacional

La gran importancia que debe tener una cultura organizacional empieza desde el punto de tener un buen liderazgo y esto consiste en manejar un cambio cultural que sea sostenible en el tiempo.

Dimensiones de la cultura organizacional

a) Autonomía individual: Se tiene que tener responsabilidad, independencia y oportunidades para ejercer la iniciativa que las personas tienen en la empresa; b) Estructura: Son las normas y reglas establecidas en la empresa, así como la cantidad de supervisión directa que se utiliza para vigilar y controlar el comportamiento de los trabajadores; c) Apoyo: Es el grado de ayuda que muestran los gerentes a sus subordinados; d) Identidad: Es el grado en que los miembros se identifican con la organización en su conjunto y no con su grupo o campo de trabajo; e) Desempeño – premio: Es la distribución de premios dentro de la organización (aumento salarial, promociones, etc), se basa en principios relativos al desempeño; f) Tolerancia al conflicto: Es el conflicto en las relaciones de compañeros y grupos de trabajo, como el deseo de ser honestos y francos ante la diferencia. g) Tolerancia al riesgo: Es el grado en que se alienta al empleado para que sean innovadores y corran riesgos.

Hofstede (2009) establece cinco dimensiones; a) Distancia del poder: Se refiere a las actitudes y relaciones que existe entre los jefes y subordinados de una organización. b) Aversión por la incertidumbre: Es la estabilidad que sienten las personas en su lugar de trabajo. c) Individualismo o colectivismo: Comparación que existe en alguna de las dos tendencias en la sociedad. d) Masculinidad o feminidad: Se refiere a la importancia que tiene lo masculino y femenino en la sociedad. Los hombres muestran seguridad en sí mismos, lo material y el poco interés por los demás mientras que las mujeres tienen interés y buscan relacionarse y ser empáticas con los demás. e) Orientación a largo plazo: Ayudar

a cumplir a los trabajadores los objetivos planteados dentro de la organización a un plazo de tres años para adelante. (Chiavenato, 1991, p.121)

Heinzmann y Netto (2014), citando a Cooper (2005) establece siete dimensiones tratando de encontrar los valores mas específicos y claros que comparten las organizaciones con el trabajador. a) Competitividad.- Describe hacia donde va la empresa impletando la calidad que sirve para el mejoramiento de los trabajadores. b) Responsabilidad social.- Implica el desarrollo de las relaciones con la sociedad a traves de contribuciones positivas en el proceso de la realización de negocios de la organización. c) Apoyo.- Describe valores o normas para las relaciones interpersonales, además indica el grado en el cual se organizan las tareas de trabajo en base a maquinarias y equipos en lugar de individuos. d) Innovación.- Implica nuevas ideas, rapidez e inteligencia para adaptarse a las oportunidades y a la toma de riesgos. e) Énfasis en las recompensas.- Hace hincapié a las asignaciones de recompensa que se justifican en el desempeño del empleado en contraste con la antigüedad, favoritismo o cualquier otro criterio de ejecución. f) Orientación a los resultados.- Es cuando los gerentes se enfocan en obtener solo resultados y no en los procesos mediante los cuales se esta logrando. g) Estabilidad: Es la ejecución de los reglamentos y de mantenimiento interno, se ezfuerza para mantener la coherencia y el control a traves de metas y tareas claras.

Elementos de la cultura organizacional

Rivas y Samra (2006) estos autores detallan una serie de elementos de la cultura organizacional, entre ellas tenemos: a) Los valores.- Son convicciones fundamentales, de que un modo de conducta es preferible desde el punto de vista social o personal a otro modo contrario o estado de existencia; b) Costumbres.- Es el hábito que posee un individuo, el cual permite diferenciarlo de los demás; c) Ritos.- Son secuencias que se siguen para las actividades que expresan y refuerzan los valores centrales de la organización, las metas más relevantes que se establecen para detallar quienes son las personas imprescindibles y las prescindibles. d) Historias.- Son aquellas anécdotas y cuentos famosos, que circulan en la mayoría de las empresas, la cual redacta la reseña de los fundadores. Su función principal es plasmar el pasado en el futuro. e) Heroés.- Son personas que simbolizan los valores, mantienen y hacen que perdure una cultura dentro de la organización.

2.2.3. Micro y pequeñas empresas

Definición de la Micro y pequeñas empresas

Ley N° 30056 (2013) la unidad económica de las MYPES está constituida por personas jurídicas y personas naturales, que contemplan la legislación vigente, su principal objetivo es desarrollar actividades como extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Centurión (2013) define a las MYPES como una unidad económica natural o jurídica, cual sea el rubro al que se dedique tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Barraza (2006) las MYPES en el Perú, son un componente muy importante de motor de nuestra economía. A nivel nacional, brindan empleo al 80 % de la población económicamente activa y generan cerca del 40 % del producto bruto interno (PBI). Es indudable que abarque varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre las más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo y al producto bruto interno (PBI).

Características de la micro y pequeña empresa

Según la Ley N°30056 las MYPES deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales que promulga la ley, establecidas en función a sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: Sus ventas anuales deben de ser hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña y mediana empresa: Su venta anual deben ser superiores a 150 Unidades Impositivas Tributarias y hasta el monto máximo de 1700 (UIT).
- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 (UIT) y hasta el monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

2.2.4. Rubro venta de abarrotes por mayor en local

Origen de abarrotes

Etimológicamente el término abarrotes proviene del verbo abarrotar, que en América colonial usan más ese término de abarrotes debido a que ellos no sabían exactamente qué día volvería de nuevo el barco que les proveía de producto, entonces lo que hacían era llenar de todas las mercaderías posibles sus negocios de ahí que proviene la palabra abarrotar.

Concepto de venta de abarrotes

Porto y Merino (2015) menciona que la venta de abarrotes consiste en nombrar a los víveres o las provisiones que se necesitan para la subsistencia que en otra forma de llamarlo se denomina los abastos y que necesariamente son requeridas como necesidades primarias para las personas.

Por otro lado son conocidos como establecimiento que ofrecen productos de primera necesidad y por su naturaleza el comercio al por mayor constituye una labor intermedia del proceso de distribución, consiste en la compra y venta de productos en grandes cantidades y ser un enlace entre las empresas productoras y las empresas minoristas.

Moron (1998) la venta de abarrotes consiste en ofrecer productos cotidianos como víveres, bebidas, o las provisiones que se necesitan para la subsistencia que en otra forma de llamarlo se denomina los abastos.

La venta de abarrotes al por mayor

Establecimiento que ofrecen productos de primera necesidad. El comercio al por mayor constituye una labor intermedia del proceso de distribución. La venta por mayor consiste en la compra y venta de productos en grandes cantidades y ser un enlace entre las empresas productoras y las empresas minoristas.

Productos que se comercializan en el rubro de abarrotes por mayor en local

Los locales de abarrotes cuentan con un amplio surtido de productos, la disponibilidad y cantidades de estos productos estarán sujeto al perfil del cliente y la frecuencia, los productos que comercializan las tiendas son: lácteos, dulces, panes, gaseosas, golosinas, etc.

Debido al tamaño de tienda y alta rotación de artículos, estas reciben a diario reposición de mercadería, sus bodegas son pequeñas con el objetivo de evitar tener grandes cantidades de inventario físico, pues el tenerlo afectaría gravemente su rentabilidad y controles en la frescura y merma del producto.

Como organizar un local de venta de abarrotes por mayor

Uno de los objetivos de la empresa para su negocio es incrementar las ventas y la rentabilidad cada mes, es importante organizar la distribución de los productos a exhibir en la tienda de abarrotes, mantener un orden y tener implementado tecnologías (software de abarrotes) que permitirán una mejor gestión y administración de los productos. Es muy importante tener un registro de inventario del almacén que ayude a registrar las salidas y entradas de cada producto y sea fácil la contabilización anual que hace cada empresa para ver sus ganancias anuales.

Las ventas al por mayor se justifican porque:

- Las MYPES no siempre tienen presupuestos suficientes para llegar a los consumidores finales.
- Las rentabilidades de muchas operaciones de distribución superan la venta.
- La producción no justifica esfuerzos de venta en consumidores finales
- Algunas empresas no cuentan con la información de los consumidores y no pueden acceder a ellos directamente.

2.3. Marco conceptual de la investigación

Autonomía individual. Es la libertad de toda persona para afrontar y tomar por convicción sus propias decisiones acerca de lo que quiere realizar en el transcurso de su vida, realizando actividades básicas de la vida diaria. Se tiene que tener responsabilidad, independencia y oportunidades para ejercer la iniciativa (Calderón, 2008).

Apoyo. Es el grado de ayuda, un verbo que refiere a que algo descansa sobre otra cosa. refiere a una conducta de ayuda directamente a la persona que en su momento lo está necesitando, como es el caso de los gerentes que muestran apoyo a sus colaboradores (Rios, 2013).

Calidad. Es el conjunto de características que posee un producto y/o servicio, es una nueva forma de dirigir y controlar la calidad de los productos y procesos; así

mismo, puede influir definitivamente en el desarrollo de crecimiento de una empresa (Camisón, 2006).

Cultura. Es la percepción común que comparten los integrantes de una organización, principios relacionadas directamente con la estructura de la empresa, considerando como el elemento más destacado a los valores que reflejan un conjunto de creencias para determinar las conductas de cada trabajador (Robbins, 2009).

Desempeño – premio. Es la motivación para el desempeño laboral, un premio por el desempeño implica tener trabajadores optimistas a lograr cualquier objetivo, considerando muchas formas de estimular y elevar sus niveles de entusiasmo para beneficio de la empresa (Vroom, 1964)

Estándares de Calidad. Son puntos de referencia para fijar las condiciones según las características de un producto o servicio, para que estas sean capaces de satisfacer las expectativas del cliente. Estándar es el tipo, norma y el proceso mediante el cual las ideas son simplificadas según el patrón creado común (Herrera, 1990).

Estructura. Son patrones de diseño para organizar a una empresa, con el unico fin de cumplir las metas propuestas y lograr los objetivos deseados. Una empresa que cuente con una estructura va tener como resultado que los trabajadores a las cadenas de mando, asi como la cantidad de supervisión directa que se utiliza para vigilar y controlar el comportamiento de los trabajadores (Castillo, 2002)

Identidad. Es aquello por lo que uno se siente identificado ya sea una cosa, lugar, tiempo, etc., (Loarte, 1961).

Surge de los esquemas de acción, y que tiene como finalidad dar permanencia sustancial a objetos, y como a él mismo (Piaget, 1971)

Tolerancia al conflicto. Es la capacidad de saber escuchar y aceptar a la diversidad de opiniones sociales, culturales y religiosas que surgen dentro de una sociedad, ser empáticos en algunas ocasiones para llegar a comprender lo que esta sintiendo esa persona. (Hernandez, 2001)

Tolerancia al riesgo. Referente a los responsables de las empresas, estas deben de tomar medidas diciplinarias antes de cometer cualquier error por la desesperación de correr algun riesgo que perjudicaria a la empresa. Tomar con calma a cualquier circunstancia de riesgo que suscite en el momento menos esperado conlleva a tomar una decisión adecuada para sobresalir de todos los problemas (Collave, 2018).

III. Hipótesis

En esta investigación no se planteó hipótesis, por ser una investigación descriptiva. Como lo señala Hernández (1997) en su informe de la metodología de investigación, donde indica que un estudio descriptivo es medir con mayor precisión a las variables de forma independiente para concluir como es y se manifiesta el fenómeno de interés. Así como los estudios exploratorios se interesan en descubrir, los descriptivos se centran en medir; por ende, medir un fenómeno para describirlo no requiere de hipótesis.

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

La presente investigación fue de tipo cuantitativo porque se recogió los datos de acuerdo con la variable en estudio, donde se realizó la comparación de resultados con otras investigaciones de la misma variable y línea en estudio.

Así mismo, el diseño de investigación es no experimental – transversal. No experimental; porque no existe manipulación de la variable, sino que se observó los fenómenos tal cual se dieron en su estado natural, en un tiempo único y determinado. Transversal, porque el número de veces que se mide la variable es una vez, lo que quiere decir es que el recojo de información se realizó en un momento único.

En cuanto al nivel, es descriptivo porque nos permite describir las características respecto a la gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional que se está aplicando en el distrito de Huaraz rubro venta de abarrotes por mayor en local.

4.2. Población y Muestra

La población para el presente estudio fueron los gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz. Para determinación de la muestra censal, se utilizó datos proporcionados por la fuente de la SUNAT, del cual se eligió a 30 establecimientos de venta de abarrotes por mayor y se determinó a los 30 representantes como muestra para la investigación.

4.3. Definición y operacionalización de la investigación de variable e indicadores

Problema de investigación	Objetivos de investigación	Metodología	Variables	Dimensiones	Indicadores del instrumento utilizado	ítems	
¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional en las MYPES del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018?	<ul style="list-style-type: none"> Determinar las principales características de los representantes de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. Determinar las principales características de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. Determinar las principales características de cultura organizacional de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. 	<p>Diseño: La investigación es no experimental -transversal, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único y determinado.</p> <p>Tipo: El tipo de investigación es cuantitativa debido a la recolección de datos, que fueron fundamentadas con la medición de la variable, mediante datos y números que tendrán que ser analizadas mediante los métodos estadísticos.</p> <p>Nivel: Es descriptiva porque nos permitió describir las características respecto a la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional.</p>	Gestión de calidad	La gestión de calidad es una herramienta para la mejora continua, la cual se basa en un ciclo de 4 dimensiones:	Planificar	Identificación del problema	Escala de Likert
						Analizar la situación actual	
						Analizar causas	
						Evaluación de los objetivos	
					Hacer	Formulación de objetivos	
						Implementación de posibles soluciones	
						Asignación de funciones y responsabilidades	
						Aportación de recursos	
					Verificar	Registrar datos	
						Seguir el proceso	
						Evaluar datos y acciones	
					Actuar	Identificación del éxito o el fracaso	
			Asignación de funciones y responsabilidades				
			Estandarizar lo que funciona				
			Establecer acciones de mejora				
			Responsabilidad de decisiones				
			Oportunidades de desarrollo				
			Autonomía individual	Estructura			
				Supervisión amigable			
			Estructura	Orientación al trabajo en equipo			
				Disposición de apoyo			
			Apoyo	Resolución de problemas			
				Colaboración y crecimiento			
			Identidad	Comunicación			
				Logro de objetivos			
			Desempeño- premio	Retribución por desempeño			
				Correr riesgos			
Tolerancia al riesgo	Respeto a las diferencias						
	Solidaridad para resolver conflictos						
Tolerancia al conflicto							

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del distrito de Huaraz rubro venta de abarrotes por mayor en local, estuvo estructurada por 37 preguntas cerradas las cuales 5 son para los representantes, 6 para las MYPES, 12 preguntas para gestión de calidad y 14 preguntas para la variable cultura organizacional, mediante la escala de Likert.

4.4. Plan de análisis

Los datos se obtuvieron por medio de una técnica e instrumento para recolectar información, la encuesta es una técnica destinada a obtener datos de personas que le interesan al investigador. Como instrumento fue el cuestionario que consta de 37 preguntas cerradas. El nivel de confiabilidad de la investigación en estudio es de 95%, para determinar la fiabilidad del instrumento se utilizó los programas estadístico SPSS v23 para el procesamiento de datos y su posterior presentación en tablas y en análisis estadístico.

Estadísticas de confiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.956	.931	30

4.5. Matriz de consistencia

Título: La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

VARIABLE	PROBLEMA	OBJETIVOS	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018?	<p>General: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las principales características de los representantes de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. • Determinar las principales características de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. • Determinar las principales características de la Gestión de calidad de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. • Determinar las principales características de cultura organizacional de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. • Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad con el uso de cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. 	<p>Población: La población en estudio consta de 30 Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz.</p> <p>(Fuente: SUNAT de Huaraz / mesa de partes -2017)</p> <p>Muestra: La muestra es censal, debido a la población pequeña de 30 Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz.</p>	<p>Diseño: La investigación es no experimental - transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único y determinado.</p> <p>Tipo: El tipo de investigación es cuantitativa debido a la recolección de datos, que fueron fundamentadas con la medición de la variable, mediante datos y números que tendrán que ser analizadas mediante los métodos estadísticos.</p> <p>Nivel: Es descriptiva porque nos permite describir las características respecto a la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional.</p>	<p>Técnica:</p> <p>- Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>- Cuestionario</p>

4.6. Principios éticos

En la presente investigación se ha tenido en cuenta los principios éticos que establece la ULADECH católica (2019).

Dentro de los principios tenemos:

Principio de *protección a las personas*, para esta investigación se ha desarrollado con el consentimiento informado (Ver anexo N° 3), el mismo que se ha firmado y puesto la huella dactilar (16 representantes ver anexo N° 4). Los 14 representantes no firmaron por desconfianza al manejo de la información brindada. A través de consentimiento informado se comunicó claramente el propósito de la investigación que fue el incorporar las propuestas de mejora de la gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en estas empresas, así como se les informó que él o ella se podían retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno, o también podían abstenerse de contestar alguna de las preguntas, así mismo se le informó que los datos recolectados se quedaban disponibles para futuras investigaciones. No se tuvo participantes menores de edad en esta investigación; no se solicitó autorizaciones para trabajar con los colaboradores de la empresa, porque el cuestionario se realizó solo al gerente de la misma.

Principio de *Beneficio y no maleficencia*, esta investigación por su naturaleza no ha representado riesgo alguno ni a los participantes de la investigación ni al investigador, durante el recojo de información se ha informado de ellos a los representantes de la muestra. En todo momento lo que se ha buscado es maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

Principio de *Justicia*, en esta investigación los participantes tienen derecho a decidir voluntariamente si desean participar en el estudio sin el riesgo de exponerse a represalias o un trato precipitado, además que tiene derecho a ser informado sobre el fin de esta investigación ya que implica que el investigador describirá detalladamente la naturaleza del mismo. Además, no se manipulo ni se cambió los datos en la encuesta a la hora de presentarlas al representante.

Principio de *Integridad científica*, en esta investigación se informa a los integrantes que su identidad será tratada de manera anónima. Esta investigación se realiza al mismo gerente de la empresa sin necesidad de involucrar a terceros, no se hizo uso de un protocolo de seguridad para manipulación de equipos y se le informo que los datos recolectados serán utilizados para fines académicos exclusivamente y para futuras investigaciones.

Principio de *Libre participación y derecho a estar informado*, esta investigación es personal y con consentimiento de voluntad del representante, consientes del uso de la información para fines específicos establecidos en el proyecto; se le informa además que cualquier duda acerca de las preguntas serán absueltas en ese momento.

Principio de *Cuidado de medio ambiente y la biodiversidad*, La investigación realizada involucra al medio ambiente, plantas y animales, por lo que se toma medidas para evitar daños y se usa papel bond reciclado para las encuestas.

V. Resultados

5.1. Resultados

Referente a las características de los representantes.

Tabla 1. Características de los representantes de las MYPES del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz, 2018.

Datos Generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa (%)
Edad		
18-30 años	6	20,0
31- 41 años	22	73,3
42-54 años	2	6,7
Total	30	100,0
Género		
Masculino	16	53,3
Femenino	14	46,7
Total	30	100,0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	3	10,0
Primaria	5	16,7
Secundaria	8	26,7
Superior no universitario	6	20,0
Superior universitaria	8	26,7
Total	30	100,0
Cargo que desempeñan		
Dueño	14	46,7
Administrador	16	53,3
Total	30	100,0
Tiempo que desempeña en el cargo		
4-6 años	22	73,3
7- 10 años	5	16,7
11 a más años	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES de venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

Referente a las características de las Micro y pequeñas empresas.

Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz, 2018.

De la empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa (%)
Tiempo de permanencia de la Mypes en el rubro		
4-6 años	20	66,7
7-10 años	7	23,3
11 a más años	3	10,0
Total	30	100,0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	30,0
6 a 10 trabajadores	16	53,3
11 a más trabajadores	5	16,7
Total	30	100,0
Los trabajadores de su empresa son		
Familiares	14	46,7
Personas no familiares	16	53,3
Total	30	100,0
Objetivo de creación de su empresa		
Generar ganancias	12	40,0
Oportunidad	6	20,0
Subsistencia	4	13,3
Por existencia de un problema	8	26,7
Total	30	100,0
Nivel de ingreso promedio mensual		
De s/ 1.00 hasta s/ 51 875, 00	9	30,0
De s/ 51 875, 00 hasta s/ 587 916, 00	21	70,0
Total	30	100,0
Tipo de constitución de la Empresa		
Persona natural	27	90,0
E.I.R.L.	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES de venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

Referente a las características de la gestión de calidad.

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz 2018.

Gestión de calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa (%)
Se identifica los problemas de gestión de calidad.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	11	36,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
La empresa recoge información existente sobre los problemas identificados.		
Nunca	6	20,0
Muy pocas veces	3	10,0
Algunas veces	5	16,7
Casi siempre	11	36,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
Es analizada la información de los problemas identificados de gestión de calidad.		
Nunca	6	20,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	2	6,7
Casi siempre	11	36,7
Nunca	2	6,7
Total	30	100,0
Se plantea soluciones para los problemas identificados.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	2	6,7
Casi siempre	11	36,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
Efectúa los cambios planificados para las soluciones de los problemas identificados.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	2	6,7
Siempre	8	26,7
Total	30	100,0
Asigna funciones a sus colaboradores para efectuar los cambios que se planifican.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0

Gestión de calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa (%)
La empresa evalúa los resultados obtenidos con los cambios planificados		
Nunca	6	20,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	5	16,7
Casi siempre	11	36,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
Define nuevas responsabilidades a sus colaboradores sobre los éxitos y fracasos obtenidos		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	2	6,7
Casi siempre	14	46,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
Replantea los objetivos planteados dentro de la empresa.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	12	40,0
Algunas veces	2	6,7
Casi siempre	11	36,7
Nunca	2	6,7
Total	30	100,0
Analiza los resultados obtenidos con los cambios planificados.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	5	16,7
Casi siempre	5	16,7
Siempre	8	26,7
Total	30	100,0
Dentro de los procesos de la empresa incorpora aquellos que dieron buenos resultados.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	5	16,6
Casi siempre	11	36,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
Establece planes de mejora para solucionar las deficiencias detectadas		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	2	6,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	8	26,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES de venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

Referente a las características de la cultura organizacional.

Tabla 4. Características de la cultura organizacional en las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local Huaraz, 2018.

Cultura Organizacional	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Dentro de la empresa se promueve la libertad en la toma decisiones.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	5	16,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
La organización promueve un desarrollo personal y estimula a asumir nuevos retos a sus empleados.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	11	36,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
La organización cuenta con una estructura orgánica (organigrama, reglamentos y manuales) y los procedimientos que los empleados tienen que seguir son formales.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	5	16,7
Siempre	8	26,7
Total	30	100,0
La supervisión tiene relación laboral amigable con sus trabajadores para conseguir logros y objetivos		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	5	16,7
Casi siempre	11	36,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
El estilo de gestión de la organización se caracteriza por la participación, el consenso y el espíritu de equipo.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
Siempre está dispuesto a brindar apoyo a sus trabajadores en los momentos difíciles.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	5	16,7
Casi siempre	11	36,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0

Cultura Organizacional	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa (%)
Cuando hay un problema en el campo de trabajo. Usted es parte de la resolución del problema		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	11	36,7
Casi siempre	5	16,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
El personal se identifica colaborando en el crecimiento de la empresa.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	11	36,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
La comunicación dentro de la organización es abierta, los empleados están familiarizados con la estrategia de la organización.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	11	36,7
Casi siempre	2	6,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
Las retribuciones dependen de los trabajos realizados individualmente		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
Las retribuciones y aumentos dependen del logro de los objetivos		
Nunca	6	20,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	5	16,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
Los empleados están dispuestos a correr riesgos.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	9	30,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	5	16,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0
Entre compañeros se ayudan a resolver sus diferencias y conflictos.		
Nunca	6	20,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	8	26,7
Casi siempre	8	26,7
Siempre	2	6,7
Total	30	100,0
Se respeta las opiniones y diferencia de los demás aun sean minorías.		
Nunca	3	10,0
Muy pocas veces	6	20,0
Algunas veces	11	36,7
Casi siempre	5	16,7
Siempre	5	16,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES de venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018.

4.2. Análisis de resultados

Referentes a las características de los representantes.

En cuanto a la edad el 73,33% de los representantes del rubro abarrotes tienen de 31 a 41 años de edad (Tabla 1). El resultado coincide con Guimaray (2013) quien manifiesta el 40% de los representantes tienen entre 28 a 37 años. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes están dirigidas por personas adultas de entre 31 a 41 años, y cuentan con mucha experiencia, están muy capacitadas para poder administrar y controlar un negocio.

En cuanto al género el 53,33% de los representantes del rubro abarrotes son del sexo masculino (Tabla 1). El resultado contradice a Lezama (2016) donde manifiesta que el 53 % de los representantes son del sexo femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son de sexo masculino y femenino con dominio en el rubro y cada quien con aptitudes y capacidades distintas, listos para servir.

En cuanto al cargo el 53,33% de los representantes de las MYPES son administradores (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por López (2013) quien manifiesta que el 73,33 % de los representantes son administradores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son administradores, personas que conocen el rubro empresarial y con una profesión para administrar el negocio.

En cuanto al grado de instrucción el 26,67% de los representantes de las Mypes estudiaron superior universitaria (Tabla1). Estos resultados coinciden con los de Guimaray (2013) quien manifiesta que el 40 % de los representantes estudiaron superior universitaria. Esto demuestra que la mayoría de los representantes

terminaron una carrera universitaria por ende son dirigidas por administradores, algunos con la visión de tener su propio negocio y otros dirigidas por personas contratadas.

En cuanto a los años que desempeñan el cargo el 66,67% de los representantes desempeñan en el cargo de 4 a 6 años (Tabla 2). Mis resultados coinciden con los resultados de Salazar (2016) quien manifiesta que el 80 % de los representantes van 10 años dedicados al cargo. Esto demuestra que la mayoría de los representantes del rubro abarrotes están dirigidas por personas con amplia experiencia, conocedores del rubro.

Referente a las características de las Micro y pequeñas empresas.

En cuanto al número de trabajadores el 53,33% de las Mypes cuentan con 6 a 10 trabajadores (Tabla 2). El resultado coincide con Robles (2013) donde indica que el 73,33 % cuentan con 4 a 7 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes del rubro venta de abarrotes tienen como colaboradores a la cantidad suficiente para ocupar los puestos dentro de la empresa.

En cuanto al objeto de creación el 40% de los representantes de las Mypes opinaron que el principal objetivo de la creación de su objetivo es generar ganancias (Tabla 2). Los resultados coinciden con Lezama (2016) quien manifiesta que el 93% la empresa fue formada para obtener ganancias. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018 tienen como principal objetivo el de generar ganancias con permanencia en el mercado.

Referente a las características de la gestión de calidad.

Para realizar la acción de identificar los problemas que existen en su empresa, en su minoría el 30% de los representantes del rubro investigado identifican que muy pocas veces la empresa identifica los problemas de su empresa (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Luna (2016) quien manifiesta que el 56,30% algunas veces identifican problemas de gestión de calidad en los servicios que ofrecen. Por lo tanto, la minoría de los representantes identifican los problemas en relación a la calidad, afectando así la productividad de su empresa.

Para realizar la acción de los planes de mejora que se implementan para los problemas identificados, en su mayoría el 45,67% de los representantes indican que muy pocas veces realizan el plan de mejora (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Luna (2016) quien manifiesta que el 56,30% algunas veces ponen en práctica el plan de mejora. Por lo tanto, la minoría de los representantes emplean un plan de mejora para el beneficio de la empresa.

El 46,67% manifiesta que casi siempre asigna responsabilidades a sus colaboradores (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Agustín (2017) quien manifiesta que el 56% nombran a un representante de la dirección gerencial para cubrir la responsabilidad y autoridad de gestionar la buena calidad. Esto demuestra cuán importante es designar responsabilidades a colaboradores idóneas que ayuden a cumplir las metas.

Referente a las características de la variable cultura organizacional.

Para realizar la acción de verificar si existe la libertad en la toma de decisiones el 30% de los representantes de las MYPES manifiestan que muy pocas veces dentro de

la organización hay libertad para tomar decisiones (Tabla 4). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Anticona (2015) quien manifiesta que el 67,40% dentro de la empresa algunas veces existe la libertad en la toma de decisiones. Esto demuestra que la minoría de las Mypes carecen de la libertad para tomar cualquier decisión.

El 36,67% de los representantes de las MYPES manifiestan que casi siempre la supervisión tiene relación laboral amigable con sus trabajadores para conseguir los objetivos (Tabla 4). Los resultados coinciden con los resultados encontrados por Guimaray (2013) quien manifiesta que el 55,81% de los representantes están realizando constantes supervisiones para conseguir los objetivos. Esto demuestra que en la mayoría los trabajadores están siendo supervisados constantemente para el logro de las metas que se plantean las empresas y el estado como un ente generador del crecimiento de las Mypes brinda capacitaciones gratuitas a nuestros empresarios para que ellos vayan y dentro de su empresa apliquen lo que se les enseñó, esto es considerado como una motivación más que pueden percibir los trabajadores para sentirse parte de ella.

El 26,67% de los representantes manifiestan que casi siempre el estilo de gestión de la organización se caracteriza por la participación, el consenso y el espíritu de equipo (Tabla 4). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Anticona (2015) quien manifiesta que el 58,14% está de acuerdo con el estilo de gestión de la organización, caracterizada por la participación, el consenso y el espíritu de equipo. Esto demuestra que la mayoría de las MYPES están conformadas por personas que tienen esas ganas de trabajar en equipo y llevar a la empresa hacia adelante.

El 36,67% de los representantes de las Mypes manifiestan siempre estar dispuesto a brindar apoyo a sus trabajadores (Tabla 4). Estos resultados coinciden con los de Calderón (2013) quien manifiesta que el 56,24 % de los representantes siempre brinda apoyo en los momentos más difíciles. Esto demuestra la confianza que existe entre el trabajador y el administrador para ayudarse y mostrar empatía.

El 36,67% de los representantes de las MYPES manifiestan que la comunicación dentro de la organización es abierta y los empleados están familiarizados con las estrategias de la organización (Tabla 4). Estos resultados coinciden con los de Gómez (2011) quien manifiesta que el 56,36 % de la comunicación dentro de la organización es abierta. Esto muestra que la mayoría de las Mypes emplean como punto importante entre cada área la comunicación para con sus trabajadores.

Para realizar la acción de las retribuciones en su minoría el 30% los representantes del rubro investigado identifican que casi siempre las retribuciones dependen de los trabajos realizados individualmente (Tabla 4). Estos resultados coinciden con los de Solís (2010) quien manifiesta que el 36,36% las retribuciones dependen de los trabajos individuales. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes emplean una estrategia de motivación y moral a los trabajadores para elevar la productividad.

El 30% de los representantes de las MYPES le ponen énfasis, apoyan la innovación y el desarrollo de la empresa (Tabla 4). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Solís (2010) quien manifiesta que el 40% de los representantes le ponen apoyan la innovación y el desarrollo. Esto demuestra que la mayoría de las MYPES emplean una estrategia para ser más competitivo en su entorno competitivo de la mano con sus colaboradores.

VI. Conclusiones

Conclusión general

La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018. Lo expuesto es por qué la gran parte de los representantes del rubro venta de abarrotes consideran que cuentan con una cultura organizacional basada en las siete dimensiones de Robbins las que se articulan con la gestión de calidad de Deming, ambas para motivar a los trabajadores y elevar la productividad, finalmente estos resultados están orientadas a los representantes de las Mypes del rubro venta de abarrotes porque son responsables en la toma de decisiones ante el análisis FODA identificadas en la investigación, así aprovecharlas para mantener un equilibrio entre los trabajadores, clientes y mejorar la gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional.

Conclusiones específicas

Por lo general las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor tienen como representantes a los propios dueños con estudios superiores universitarios en la carrera de administración, con edades entre 31 a 41 años y en su mayoría son varones, vienen desempeñando el cargo entre 4 a 6 años. Esta característica no ayuda a deducir que en las MYPES de venta de abarrotes por mayor los representantes tienen suficiente experiencia para poder desempeñarse bien en su cargo, en este caso con administradores varones que al igual a una mujer cuentan con aptitudes, conocimientos y un perfil para desempeñarse con optimismo es su cargo. Esta información de los representantes se orienta a los responsables de dicho rubro

para que conozcan y tomen medidas preventivas frente a las tendencias y coyunturas futuras en base a estas características que marcan una estrategia comercial en el mercado.

La mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes están constituidas como persona natural, cuentan con un solo representante, tienen entre 7 a 10 años de fundación, cuentan con 6 a 10 trabajadores y no son familiares; así mismo, el principal objetivo de creación de la empresa es generar ganancias con un nivel de ingreso moderado, esta información sobre las características de las Micro y pequeñas empresas esta orientada para que se conozcan las principales características de los factores competitivos que describe al mencionado rubro frente a las competencias, al representante respecto a su cargo y con diferencia a los años de experiencia.

La mayoría relativa de las características de la Gestión de Calidad del rubro venta de abarrotes por mayor en local gestionan la calidad en sus empresas identificando los problemas que suscitan y si se planifican soluciones para dichos problemas identificados; así mismo, al momento de ejecutar lo planificado hacen lo posible para que salga sin errores asignando funciones a sus colaboradores para efectuar los cambios, evaluando los resultados obtenidos y realizando comparaciones con los resultados anteriormente obtenidos. Todo esto sucede porque los representantes muestran esmero en mejorar la gestión de calidad el todo su proceso que la conforman para asegurar la satisfacción de sus necesidades y expectativas del cliente. Los resultados obtenidos sobre la gestión de calidad están orientadas a la mejora continua de los indicadores en la línea de investigación que se encuentran actualmente desfavorables.

En la minoría los representantes de las Micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes refieren a la libertad para tomar decisiones promoviendo un desarrollo personal y estímulo a asumir nuevos retos, cuentan con una estructura orgánica, la supervisión que se realiza tiene relación amigable para conseguir los objetivos, los administradores están dispuestos a brindar apoyo a sus trabajadores en los momentos más difíciles, el administrador es parte de la resolución de un problema que pasa en la empresa, la comunicación de los empleados es abierta y están familiarizados con la estrategia que la empresa emplea, las retribuciones dependen de los trabajos realizados. Todo esto ocurre porque los representantes buscan aplicar herramientas, estrategias que les ayude a mejorar su cultura organizacional con la intención de incrementar la productividad y participación en el mercado, fidelizar a sus clientes, consolidar relaciones de compra a largo plazo y duraderas con sus proveedores. Los resultados obtenidos sobre la cultura organizacional están orientados por qué los responsables de su aplicación se dirijan a mejorar aquellos puntos importantes para una buena cultura organizacional, ya que en la actualidad estas empresas carecen de filosofías para influenciar en el comportamiento humano.

Se puede concluir del último objetivo específico acerca del plan de mejora para la MYPE que el análisis situacional en la que actualmente se encuentra las empresas es desfavorable, debido a que no aplican mejoras en las estrategias, herramientas de la gestión de calidad y la variable cultura organizacional para ser más competitivos, no cuentan con objetivos empresariales, no existe un manual de funciones para detallar el cargo y las funciones que deben de cumplir cada empleado dentro de la empresa ya que es importante porque de ello parte el mando, no cuentan con un plan operativo para identificar las metas que se quieren lograr a un corto plazo.

Aspectos complementarios

Recomendación general

Se recomienda a los representantes de las MYPES mejorar en su cultura organizacional para tener una empresa competitiva y que sobreviva en el mercado y por otro lado aplique un sistema de gestión de calidad con herramientas que ayuden a su mejora continua, que al final se miden por indicadores de satisfacción. Los responsables de este rubro deben de mantener y solidificar la ejecución correcta de la gestión de calidad con el uso de la cultura organización.

Recomendaciones específicas

Se puede dar apertura la inclusión de mujer o varón para desempeñarse en el área, pues ambos poseen destrezas para desempeñarse bien dentro de la empresa. En la actualidad se requiere de mucha experiencia en cualquier cargo que uno quiera desempeñarse, pero no sería malo en reclutar trabajadores a partir de los 25 años que cuenten con estudios administrativos e implementes nuevas técnicas, ideas nuevas e innovadoras para buscar ser más competitivos.

Los representantes de las Mypes del rubro de abarrotes pueden evaluar la posibilidad de cambio en la confianza a personas que deseen una oportunidad para trabajar y no tan solo escoger como colaborador a un familiar, la creación de este no sea objetivo de solo generar ganancias sino también brindar una buena atención al cliente y más adelante realizar una reforma en su constitución, de personería natural por personería jurídica que generan altos beneficios y ventajas, entre ella podemos ver la confianza real entre los proveedores, prestamos de la entidades financieras, asociación con

otras empresas para lograr el mayor acceso al mercado y brindar confianza a sus clientes.

Según los resultados obtenidos de las características de la Gestión de Calidad los representantes deben de mejorar la gestión de calidad de su empresa identificando y analizando cualquier problema fuera y dentro de la empresa, luego realizar una lluvia de ideas con todos los trabajadores para dar solución a dicho problema, necesitamos la opinión de todos los que laboran en la empresa porque con cada idea podemos encontrar una solución distinta a la otra, y si tenemos el problema identificado y la solución para la misma asignar funciones a todos los trabajadores para dicha solución, de la misma forma realizar un control de cómo marcha todo el proceso de solución del problema e informar a los trabajadores. Es recomendable que el futuro que se tenga un problema similar los resultados encontrados anteriormente sea compartido con los nuevos trabajadores que entren a laborar en la empresa para que ellos ya estén familiarizados con lo que pueda pasar y por otra parte aplicar el empowrerment, realizar un plan operativo y plan estratégico para ser diferente frente a los competidores.

Según los resultados obtenidos de las características de Cultura Organizacional los representantes del rubro venta de abarrotes deben asumir nuevos retos y para esto hacer parte a los trabajadores para así promover su desarrollo personal, dentro de una empresa no debe de faltar una estructura organizacional de esta manera cuando se le tenga que capacitar a un nuevo trabajador no se haga más difícil ya que un flujo grama y una estructura detallada en cualquier pared de una empresa siempre estará a la vista de cualquier persona que lo vea, entonces de esta forma se sabrá a quien debe obedecer el trabajador y quiénes son sus subordinados. Por otro lado la

supervisión debe ser constante no solo para el logro de los objetivos sino como una motivación más para su trabajador, el administrador o dueño siempre debe de sumarse al éxito o fracaso que implique realizar un proyecto, debe hacer de la comunicación entre todos sea muy fluida y abierta para generar confianza y todos participen y colaboren en el crecimiento de la empresa siempre y cuando estén familiarizados con las estrategias que se va emplear, crear una cultura organizacional favorable para la comprensión y respeto de las opiniones entre compañeros y la retribución sea según el logro de los objetivos para tener motivado a los trabajadores, en este caso se recomienda aplicar la estrategia de programas de incentivos para la motivación del trabajador.

Referente a un plan de mejora los representantes deben de proyectarse para el futuro aplicando este método para detallar sus metas a lograr dentro de un determinado tiempo, es indispensable que la empresa cuente con un manual de organizaciones y funciones.

Referencias bibliográficas

- Aldana de Vega, L., y Alvarez, M. (2011). *Administración por Calidad* (1° ed.). Colombia: Editorial Alfaomega.
- Arnald, L. H. (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de nuevo chimbote, 2013*”. Chimbote.
- Anticona Garcia, A. (2015). *Cultura organizacional y calidad de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes (cevicherías) del distrito de Chimbote, 2015*. Universidad católica los angeles de chimbote. Huaraz: universidad católica los ángeles de chimbote .
- Avila Rosel, P., y Sanchis Palacio, J. (2011). *Surgimiento de las Micro y pequeñas empresas (MYPE) e impacto de los microcreditos sobre la reducción de la pobreza*. Lima metropolitana.
- Barraza, G. J. (2019). *Reglamento de sanciones por infracciones al ejercicio de la investigación científica*. Uladech, Huaraz.
- Bateman, T. S., y Snell, S. A. (2005). *Administración: Liderazgo y Colaboración en un mundo competitivo* (8a ed.). México: Mc Grall Hill . Recuperado el 17 de Octubre de 2017, de <http://www.farem.unan.edu.ni/investigacion/wp-content/uploads/2015/04/27-Administraci%C3%B3n-8ed-Bateman.pdf>.
- Barney, J. B. (1986). *Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage ?*(11 ed.). Academia de management.
- Camison, C., Cruz, S., y Gonzales, T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson. Recuperado el 17 de Noviembre del 2018.
- Carazas, J. (2016). *Relación entre Cultura Organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la Universidad de Trujillo, 2016*. Universidad Cesar Vallejo. Huaraz. Recuperado el 14 de octubre de 2017.

- Caso, M. (2015). *La cultura organizacional y su influencia en la competitividad en la bodega Santa Elena, Tacna-2015*. Universidad Alas Peruanas. Huaraz: Universidad Alas Peruanas. Recuperado el 12 de octubre de 2015.
- Correa, F. G. (2007). *Manufactura Esbelta. Principales Herramientas*. México.
- Castagnola Torres, A. (2015). *La Gestión de calidad y su influencia en los beneficios sociales de las micro y pequeñas empresas en el distrito de Supe puerto. Acho, Huacho, Perú*.
- Centurión Medina, R. (2013). *Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa*. Revista científica In crescendo.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional : La dinámica del éxito en las organizaciones (2a ed.)*. México: Mc Graw Hill. Recuperado el 17 de Octubre de 2017, de http://www.academia.edu/8122275/Comportamiento-Organizacional-Idalberto-Chiavenato-Mc_Grawhill-2da-Edicion.
- Deming Edwards, W. (2009). *Control de calidad*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Grupo El Comercio, G. D. (11 de noviembre de 2015). compromiso laboral. *El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/87-empresas-considera-falta-compromiso-laboral-principal-problema-105592>
- Diario Economía y Negocios del Perú, G. (16 de marzo de 2015). *Cultura organizacional: Las claves para alcanzar el éxito*. *Cultura organizacional*.
- Duran Udaondo, M. (1992). *Gestión de Calidad (3a ed.)*. Madrid (España): Ediciones Diaz de Santos, S.A. . Recuperado el 2017 de 11 de 7, de <https://books.google.com.pe/books?id=horlegdlgxic&printsec=frontcover&q=gestion+de+calidad&hl=es&sa=x&ved=0ahukewjhj4frjk3xahxck5akhuntcv4q6aeiktab#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad&f=false>.
- Finanzas, M. (2014). *Política de cultura organizacional y de clima organizacional del ministerio de economía y finanzas*. Resolución ministerial, 1-4.

- Garcia, A. H. (2011). *Gestión de la calidad*. Recuperado el 13 de mayo de 2018, de <http://www.onsec.gob.gt/descargas/calidadgestionpublica/MaterialbaseCursoGestiondeCalidad.pdf>.
- Gomez, R. C. (2009). *Administración de la Gestión Total*. Uruguay: IUNT.
- Gálvez Albarracín, E., y García Pérez de Lema, D. (2011). *Cultura organizacional y rendimiento de las Mipymes de mediana y alta tecnología: un estudio empírico en Cali, Colombia*. Scielo.
- Girón, F. (2016). *La cultura organizacional y el compromiso organizacional de los colaboradores de Sodimac, Sullana 2015*. Universidad San Pedro. Huaraz: Universidad San Pedro. Recuperado el 13 de octubre de 2017
- Goncalvez G., J. M., Golcalvez de Haro, M., y Sass de Haro, C. (2009). *La importancia de la cultura organizacional en la gestión de empresas turísticas: El caso de blue tree hotels*. Brazil.
- Gowlan, E., y Ruth, S. C. (2012). *Cultura Organizacional e Imagen : Caso Granix*. Universidad argentina de la Empresa. Argentina: Universidad Argentina de la Empresa. Recuperado el 17 de Octubre de 2017, de <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/3997/Gowlan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Heinzmann, L., y Netto, D. (2014). *Cultura Organizacional e Estagios de Internacionalización: Un estudio en cuatro empresas de segmento de metal mecánico eléctrico brasileiro*. Brazil: Business Review. Recuperado el 12 de 11 de 4, de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=9cb174c4-3e4c-44d9-b018-d57521769559%40sessionmgr120&vid=15&hid=128>
- Hellriegel, D., y Slocum, J. W. (2009). *Cultura organizacional (12a ed.)*. México: Cengage Learning. Recuperado el 16 de Octubre de 2017, de <https://librospsique.files.wordpress.com/2016/12/comportamiento-organizacional-12ed-don-hellriegel-john-w-slocum.pdf>

- Idalberto, C. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones (2a ed.)*. Mexico: Mc Graw-Hill. Recuperado el 31 de octubre de 2017, de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/unidades-aprendizaje/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos\(%20lect%202\)%20Chiavenato.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/unidades-aprendizaje/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos(%20lect%202)%20Chiavenato.pdf).
- Ley N° 30056. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Recuperado el 26 de octubre de 2018, de <https://www.google.com/search?client=firefox-bab&q=ley+30056+2013+mypes&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwi09KTEpKPeAhWug-AKHdSxCZUQBQgoKAA&biw=1252&bih=600>
- Ivancevich, J. M., Matteson, M. T., y Robert, K. (s.f.). *Comportamiento Organizacional (7a ed.)*. México: Mc Graw Hill. Recuperado el 16 de octubre de 2017
- Jimenez, G. (2015). *Cultura organizacional y toma de decisiones en la empresa telefónica-Huaraz*. Universidad San Pedro-Huaraz. Huaraz: Universidad San Pedro-Huaraz. Recuperado el 12 de Octubre de 2017.
- Lucano, I. (2013). *Clima organizacional y valores en la empresa Gloria S.A. - La Libertad*. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado el 16 de octubre de 2017.
- Mendoza Quezada, C. J. (2015). *Análisis de la cultura organizacional en el restaurante Magic. Zacapa*.
- Mendoza, A. (2011). Recuperado el 13 de mayo de 2018, de <https://es.scribd.com/doc/51302497/Tipos-de-MYPES>.
- Mochcco, J., y Quispe, M. (2013). *Plan de cultura organizacional para mejorar la satisfacción laboral de los empleados de la empresa INCMENA S.A.C. en el Distrito de Villa El Salvador - 2012*. Universidad Autonoma del Peru. Lima: Universidad Autonoma del Perú. Recuperado el 17 de Octubre de 2017, de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/153/1/anccana%20mochcco%20-%20anccana%20mochcco.pdf>

- Oropeza, R., Cuahquentzi, M., y Flores, G. (2015). Diagnóstico de la cultura organizacional para el desarrollo del empowerment hacía la mejora continua. *Memoria del IX Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*. Obtenido de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/viewFile/99/255>
- Pérez Peña, J. E. (2016). *Caracterización de gestión de calidad y formalización de las MYPES sector comercio rubro carpinterías de la provincia de Leoncio Prado período 2015 – 2016*. Provincia Leoncio Prado.
- Porto, U. P., y Merino, M. (2015). *Definición de Abarrotes*. Recuperado el 2018 de Octubre de 30, de <https://definición.de/abarrotes/>.
- Rivas, M. G., y Samra, A. A. (2006). *La cultura organizacional y su relación con el desempeño Laboral*. Recuperado el 14 de 11 de 2017, de La cultura organizacional y su relación con el desempeño Laboral: <http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/104/1/tesis>.
- Robbins P., S. (2010). *Administración (10a ed.)*. México: Pearson Educacion. Recuperado el 31 de octubre de 2017.
- Robbins, S. P., y Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional (13a ed.)*. Mexico: Pearson Educacion. Recuperado el 14 de octubre de 2017, de https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf.
- Robbins, S. P., y Judge, T. A. (2013). *Comportamiento Organizacional (15a ed.)*. Mexico: Pearson. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de <https://es.scribd.com/document/339762195/67-Comportamiento-Organizacional-15edición-Robbins>.
- Oropeza, R., Cuahquentzi, M., y Flores, G. (2015). DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA EL DESARROLLO DEL EMPOWERMENT HACÍA LA MEJORA CONTINUA. *Memoria del IX Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*. Obtenido de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/viewFile/99/255>. }

- Rodríguez, Ortiz, B., y Capó Vicedo, J. (2015). *10 pasos para desarrollar un plan estratégico y un business model canvas* (núm. 24 ed., Vol. Vol.4). (S. Área de Innovación y Desarrollo, Ed.) Valencia: 3C Empresa. Obtenido de https://campus.uladech.edu.pe/pluginfile.php/4923879/mod_resource/content/1/Pasos%20para%20elaborar%20un%20Plan%20Estrategico.pdf.
- Rodriguez, F. D. (2009). *La Manufactura Esv¿belta*. Cuautitlan Izcalli.
- Salcedo, I., y Romero, J. J. (2006). *Cultura Organizacional y gestión de la calidad en una empresa del estado venezolano*. Revista venezolana de gerencia Vol. 11 num.33, 83-104.
- Sampieri H., R. (1997). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Salvador, R. (2013). *Caracterización de la cultura organizacional de las Mypes del sector comercio rubro venta al por menor de productos farmaceuticos y medicinales(farmacia)de la ciudad de Huaraz-2013*. Universidad católica los angeles de Chimbote. Huaraz: Uladech.
- Silva, P. P. (2008). *La Manufactura Esbelta en las empresas Colombianas*. Pereira - Colombia: Scientia Et Technica. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84903839.pdf>.
- Schein, E. H. (2004). *Organizational culture and leadership (3a ed.)*. México: Jossey- Bass. Recuperado el 17 de Octubre de 2017, de http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_digital_2/organizational%20culture%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf.
- Stephen P., R., y Timothy A., J. (2013). *Comportamiento organizacional (Vol. 15a)*. México: Pearson.
- Sunat (2011). *Informe N° 059-2011-Sunat/2B0000*.
- UNIT, (2009). *Herramientas para la Mejora de la Calidad*. Uruguay.
- Valdi, K. (2015). *El origen de las Mypes*. Recuperado el 26 de abril de 2018, de <http://documents.mx/documents/el-origen-de-lasmypes.html>

- Valdez, E. (2015). *La cultura organizacional y la satisfacción del cliente de la empresa comercial plaza autoservicios de la ciudad de Huacho en el periodo 2015*. Universidad católica los angeles de Chimbote. Huaraz: Universidad católica los angeles de Chimbote. Recuperado el 2015, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1410/cultura_organizacion_nicho_valdez_edinson_ivan.pdf?sequence=1&isallowed=y.
- Vesga R., J. J. (2013). *Cultura organizacional y sistemas de gestión de la calidad: Una gestión clave en la gestión de las instituciones de educación superior*. revista científica guillermo de ockham vol.11 num. 2, 89-100.
- Villaran, F. (2007). *El mundo de la pequeña empresa*. Lima.
- Victor Agustín, B. S. (2017). *Sistema de gestión de la calidad ISO 9001 en la empresa Envolturas Peru*. Lima.
- Zerpa, I. (2016). *Cultura organizacional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Razuri-Puerto Malabrigo, año 2016*. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado el 14 de Octubre de 2017

Anexos

Anexo N°1: Plan de Mejora

1. Datos generales

Código postal de Huaraz:02010146306916

2. Misión

Somos una empresa dedicada a la venta de productos de primera necesidad, ofreciendo el producto y servicio con la mejor calidad para el bienestar de las familias huaracinas.

3. Visión

Ser la empresa líder en la ciudad de Huaraz ofreciendo productos de calidad, variedad y surtido al precio del mercado, dentro de dos años proyectarnos en las principales ciudades de la región.

4. Objetivos empresariales

- PERSPECTIVA FINANCIERA
 - Mejorar la situación financiera de la empresa, incrementar el nivel de ingresos, reducir en gastos administrativos para obtener mayor rentabilidad.
- PERSPECTIVA CLIENTES
 - Incrementar la participación de mercado y mejorar la satisfacción del cliente con entregas oportunas.

- **PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS**

- Mejorar el proceso de comercialización, incrementar equipos y maquinarias y aumentar la productividad de los trabajadores.

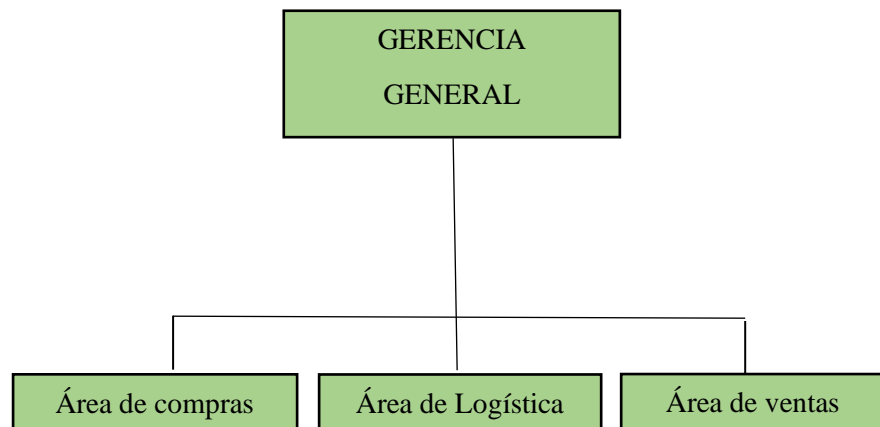
- **PERSPECTIVA INNOVACIÓN Y/O APRENDIZAJE**

- Mejorar la innovación y aprendizaje, desarrollando capacitaciones para la formación continua de los trabajadores.

5. Productos y/o servicios

Se brinda servicios de venta de productos de primera necesidad (productos comestibles, no comestibles, de higiene personal, envasados, empaquetados, etc. sin venta de alcohol)

6. Organigrama de la empresa



Funciones del gerente general:

- Realizar un proceso administrativo para las actividades que se realizan dentro de la empresa.
- Trabaja en equipo

Funciones del jefe de logística:

- Recepcionar todo el producto de llegue por parte de los proveedores.
- Controla y revisa que todo el producto haya llegado conforme
- Ordenar a transportar los productos al almacén
- Registro en inventario para la entrada y salida del producto.

Funciones del jefe de ventas

- Realizar capacitaciones constates acerca de la atención al cliente.
- Evaluar los indicadores de venta mensual
- Reclutar y seleccionar personal
- Implementar estrategias de marketing
- Supervisar que dichas estrategias se logren dentro y fuera del negocio

7. Diagnostico empresarial

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #e0e0e0; padding: 5px; width: 40%; text-align: center;">FACTORES INTERNOS</div> <div style="background-color: #e0e0e0; padding: 5px; width: 40%; text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</div> </div>	F1. Precios competitivos. F2. Cuentan con local propio. F3. Buena ubicación. F4. Disponibilidad de existencias. F5. Cuenta con una cartera de clientes F6. Experiencia en el rubro.	D1. Muy poca publicidad. D2. Falta de reglamento y políticas internas. D3. Falta de una planeación estratégica. D4: Carecen de conocimientos acerca de la gestión de calidad.
OPORTUNIDAD	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Incremento de la población huaracina. O2. Programas de capacitación por parte del estado y otras entidades. O3: Población insatisfecha con las actuales empresas prestadoras de servicios.	F2-F3-F4-F5-02-03: Posicionamiento en el mercado actual, con herramientas de gestión de calidad en el servicio. F1-02-03: Capacitación contante en atención al cliente y supervisión para el cumplimiento.	D1-O1-O3: Aplicar el marketing mix para mejorar en aspectos de publicidad y captar más clientes. D4-02: Con las capacitaciones gratuitas por parte del estado mejorar y aplicar estrategias de permanencia en el mercado.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. Competencias actuales en el rubro. A2. Clientes más exigentes. A3. Entrada de nuevos competidores. A5. Fluctuación de precios de mercados.	F1- A1-A3: Aplicar estrategias en precios, a mayor volumen menores serán los precios, diferenciación para captar clientes.	D1-A1-A2: Fidelizar a los clientes con técnicas de marketing. D3-A1-A3: Aplicar un plan estratégico para definir metas y acciones de cómo lograrlo.

8. Indicadores de una buena gestión

- ✓ **Nivel de ventas**
 - Obtener una rentabilidad de 25% anualmente
 - Reducir los gastos administrativos al 5 % anualmente

- ✓ Participación en el mercado
 - Lograr participación en el mercado en 1.5 % anualmente.
 - Cumplir el 96% de entregas en los plazos establecidos con los clientes anualmente.

- ✓ Satisfacción de los clientes en relación al servicio
 - Incrementar la productividad de los trabajadores en 10% cada año.

9. Problema

- Inadecuado manejo de inventarios }
- Falta de fidelización del cliente.

10. Causas

- Poco personal dedicado a la función de inventarios.
- Poca integración con el área de logística.
- Poca comunicación entre las áreas de ventas y logística.
- Falta de un plan de marketing.
- Falta de inversión en publicidad.

11. Establecer soluciones

- Aplicar el modelo Scott
- Capacitar al personal de manera constante.
- Invertir en la publicidad del servicio.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

Objetivos Estratégicos	RECURSOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS		
	HUMANOS	ECONÓMICOS	TECNOLÓGICOS
Capacitación de la gerencia a los trabajadores	Capacitador	S/. 1000	Computadora, Internet, proyector.
Mejoramiento del área de logística aplicando el modelo de Scort	Especialistas en logística	S/ 1,100.00	Computadora, cuaderno
Aplicar el marketing Mix	Especialistas en Marketing digital	S/ 6,500.00	Computadoras, afiches, volantes, promotores de venta, lapiceros, papeles bond, volantes

Anexo N°2: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018**, para obtener el título de licenciada en administración, se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. Generalidades

<p>1.1. Referente a los representantes de las Mypes.</p> <p>1. Edad</p> <ul style="list-style-type: none">a) 18-30 añosb) 31-41 añosc) 42-54 añosd) 55 a más años <p>2. Género</p> <ul style="list-style-type: none">a) Masculinob) Femenino <p>3. Grado de instrucción</p> <ul style="list-style-type: none">a) Sin instrucciónb) Primariac) Secundariad) Superior no universitarioe) Superior universitaria <p>4. Cargo que desempeña</p> <ul style="list-style-type: none">a) Cargob) Administrador <p>5. Tiempo que desempeña en el cargo</p> <ul style="list-style-type: none">a) 4-6 añosb) 7-10 añosc) 11 a más años	<p>1.2. Referente a las características de más micro y pequeñas empresas</p> <p>6. Tiempo de permanencia de la Mypes en el rubro</p> <ul style="list-style-type: none">a) 4-6 añosb) 7-10 añosc) 11 a más años <p>7. Número de trabajadores</p> <ul style="list-style-type: none">a) 1 a 5 trabajadoresb) 6 a 10 trabajadoresc) 11 a más trabajadores <p>8. Los trabajadores de su empresa son</p> <ul style="list-style-type: none">a) Familiaresb) Personas no familiares <p>9. Objetivo de creación de su empresa</p> <ul style="list-style-type: none">a) Generar gananciasb) Oportunidadc) Subsistenciad) Por existencia de un problema <p>10. Nivel de ingreso promedio mensual</p> <ul style="list-style-type: none">a) De S/ 1.00 hasta S/ 51 875,00b) De S/ 51 875,00 a S/ 587 916,00c) Más de S/ 587 916,00 <p>11. Tipo de constitución de la micro y pequeña empresa</p> <ul style="list-style-type: none">a) Persona naturalb) E.I.R.L.c) S.R.L.d) S.A.C.e) S.A.A
--	--

NOTA: Para cada ítem se considera las escalas de 1 a 5 donde:

(1) Nunca	(2) Muy pocas veces	(3) Algunas veces	(4) casi siempre	(5) Siempre
-----------	---------------------	-------------------	------------------	-------------

II. Referente a la gestión de calidad:

PLANIFICAR					
12. Dentro de la empresa se identifica los problemas de gestión de calidad.	1	2	3	4	5
13. La empresa recoge información existente sobre los problemas identificados.	1	2	3	4	5
14. Son analizados la información existente sobre los problemas identificados.	1	2	3	4	5
15. Se plantea soluciones para problemas identificados.	1	2	3	4	5
HACER					
16. Efectúa los cambios planificados para las soluciones de los problemas identificados.	1	2	3	4	5
17. Asigna funciones a sus colaboradores para efectuar los cambios que se planifican.	1	2	3	4	5
VERIFICAR					
18. La empresa evalúa los resultados obtenidos como los cambios planificados	1	2	3	4	5
19. Define nuevas responsabilidades a sus colaboradores sobre los éxitos y fracasos obtenidos.	1	2	3	4	5
ACTUAR					
20. Replantea los objetivos planteados dentro de la empresa.	1	2	3	4	5
21. Analiza los resultados obtenidos con los cambios planificados.	1	2	3	4	5
22. Incorpora dentro de los procesos de la empresa aquellos que dieron buenos resultados.	1	2	3	4	5
23. Establece planes de mejora para solucionar las deficiencias detectadas.	1	2	3	4	5

III. Referente a la Cultura Organizacional

AUTONOMIA INDIVIDUAL					
24. Dentro de la empresa se promueve la libertad en la toma decisiones.	1	2	3	4	5
25. La organización promueve un desarrollo personal y estimula a asumir nuevos retos a sus empleados.	1	2	3	4	5
ESTRUCTURA					
26. La organización cuenta con una estructura orgánica (organigrama, reglamentos y manuales) y procedimientos que los empleados tienen que seguir son formales.	1	2	3	4	5
27. La supervisión tiene relación laboral amigable con sus trabajadores para conseguir logros y objetivos.	1	2	3	4	5
28. El estilo de gestión de la organización se caracteriza por la participación, el consenso y el espíritu de equipo.	1	2	3	4	5
APOYO					
29. Siempre está dispuesto a brindar apoyo a sus trabajadores en los momentos difíciles.	1	2	3	4	5
30. Cuando hay un problema en el campo de trabajo. Usted es parte de la resolución del problema.	1	2	3	4	5
IDENTIDAD					
31. El personal se identifica colaborando en el crecimiento de la empresa.	1	2	3	4	5
32. La comunicación dentro de la organización es abierta, los empleados están familiarizados con la estrategia de la organización.	1	2	3	4	5
DESEMPEÑO- PREMIO					
33. Las retribuciones dependen de los trabajos realizados individualmente	1	2	3	4	5
34. Las retribuciones y aumentos dependen del logro de los objetivos.	1	2	3	4	5
TOLERANCIA AL RIESGO					
35. La organización le pone énfasis y apoya la innovación y el desarrollo. Se preocupa por estar a la vanguardia.	1	2	3	4	5
TOLERANCIA AL CONFLICTO					
36. Entre compañeros se ayudan a resolver sus diferencias y conflictos.	1	2	3	4	5
37. Se respeta las opiniones y diferencia de los demás aun sean minorías.	1	2	3	4	5

Anexo N°3: Consentimiento Informado (Firma y huella digital)

CONSENTIMIENTO INFORMADO

**LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA
CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO VENTA DE
ABARROTES POR MAYOR EN LOCAL EN EL DISTRITO
DE HUARAZ, 2018.**

Yo,..... Jhon Melendez López identificado(a)
con DNI. N° 32026245 acepto participar voluntariamente en el presente estudio,
porque se me explicó y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación
consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en
el cuestionario.

El investigador se compromete a guardar la confidencialidad y anonimato de los datos,
los resultados se informarán en modo general, guardando en reserva la identidad de las
personas encuestadas.

Por lo cual autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento en señal de
conformidad.



FIRMA Y HUELLA

DNI. N°: 3202 6245

Anexo N°4: Consentimiento Informado (Firma y huella digital)

CONSENTIMIENTO INFORMADO

**LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA
CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO VENTA DE
ABARROTES POR MAYOR EN LOCAL EN EL DISTRITO
DE HUARAZ, 2018.**

Yo,..... César Tony Abarca Medina identificado(a)
con DNI. N° 31603927 acepto participar voluntariamente en el presente estudio,
porque se me explicó y comprendo el propósito de la investigación. Mi participación
consiste en responder con veracidad y llenar de forma escrita las preguntas planteadas en
el cuestionario.

El investigador se compromete a guardar la confidencialidad y anonimato de los datos,
los resultados se informarán en modo general, guardando en reserva la identidad de las
personas encuestadas.

Por lo cual autorizo mi participación voluntaria y firmo este documento en señal de
conformidad.



FIRMA Y HUELLA

DNI. N°: 31603927

Anexo N°5: Reporte de las medianas y pequeñas empresas

N°	NOMBRE COMERCIAL	RUC	N° VIA	VIA	#	TAMAÑO	# TRABAJADORES
01	COMERCIAL ADRIANA	10419183445	JR.	Hualcan	252	Micro	4
02	NEGOCIACIONES LUCILA	20407846916	JR.	27 de noviembre	596	pequeña	3
03	ABARCA RIVERA NUN CALIP	10323014308	JR.	Asoc. de morad. Unión ríos		pequeña	3
04	DISTR. RODAMA E.I.R.L.	20449229593	JR.	Progreso	142	pequeña	5
05	DISTRIBUIDORA DE MARCO EIRL.	20449287445	JR.	Hualcan	251	Micro	3
06	DISTRIBUIDORA MISKY E.I.R. L	20530917259	JR.	José de san Martin	1102	pequeña	3
07	DISTRIBUIDORA MONTEREY EIRL	20530572171	JR.	Cayetano requena	453	pequeña	4
08	COMERCIAL OMAR BRAVO	10317615553	Jr.	13 de diciembre	S.N.	Pequeña	6
09	MULTISERVICIOS MAMITA	10316558483	AV.	Barrio villón alto	S.N.	Micro	6
10	COMERCIAL JAIRO	10406651440	JR.	27 de noviembre	T-12	Micro	5
11	NEGOCIOS JOSUE Y ESTER	10040836956	JR.	13 de diciembre	201	Micro	3
12	DISTRIBUIDORA GEMINIS	10333328815	JR	Huascarán	289	Micro	5
13	COMERCIAL TRES ESTRELLAS	15364812423	PS.	Guatemala	118	Micro	4
14	DISTRIBUIDORA LUCILA	10316676494	AV.	Tarapacá	106	Micro	3
15	COMERCIAL ANGELA	10326031238	AV.	Tarapacá	S.N	Micro	3
16	EMPORIO COMERCIAL ORION	10409149575	JR.	Inter. Del mercado central	S.N	Micro	4
17	MULTISERVICIOS FRANK	10400880595		PROL. Simón bolívar	S.N	Micro	4
18	MARKET ORTIZ E.I.R.L	20446361741	AV	Toribio de Luzuriaga	401	Pequeña	6
19	COMERCIAL NANDITO	10316654008	AV.	Juan de la cruz romero-Tda	22-E	Micro	5
20	NEGOCIOS EMILIA S.A.C.	20530941630	JR.	27 de noviembre	S.N	Pequeña	4
21	PERU CARNES S.A.C	20445422771	AV.	Tarapacá	S.N	Pequeña	4
22	DISTRIB.MARCELINO PAN Y VINO	10316247381	AV	Comercio	717	Micro	3
23	DISTRIB SENOR DE LA SOLEDAD	10316502666		Mercado central	S.N	Micro	5
24	TRUJILLO	10323039947	JR.	José Larrea y Loredo	692	Micro	6
25	DISTRIBUIDORA EMILY'S	10316056437	ALM	Malecón sur	418	Micro	6
26	CORPORACION TAURO	10456202956		Mercado central de Huaraz		Micro	3
27	DISTRIBUIDORA CIELO	10316323958	JR.	Huascarán	104	Micro	3
28	TIENDA EL PROGRESO	10469026529	JR.	Huascarán	320	Micro	4
29	COMERCIAL MEDINA	10156476256	JR.	13 de diciembre	220	Micro	3
30	COMERCIAL JAIRO	10406651440	JR.	27 de noviembre	T-12	Micro	5
	TOTAL						125

Anexo N°6: Análisis de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
.956	.931	30