



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD
Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DE PANADERÍAS EN EL DISTRITO DE LA
VICTORIA CHICLAYO, 2018**

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

AUTOR

**COLINA ÑAÑEZ ROMMEL ENRIQUE
ORCID: 0000-0001 -7510-6932**

ASESOR:

**Mgtr. VICTOR ADEMAR ARELLANO LACHAPELL
ORCID: 0000-0003-2812-7591**

CHICLAYO - PERÚ

2018

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

COLINA ÑAÑEZ ROMMEL ENRIQUE
ORCID: 0000-0001-7510-6932

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Chiclayo, Perú

ASESOR

Mgtr. Víctor Ademar Arellano Lachapell
ORCID: 0000-0003-2812-7591

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativa, Escuela Profesional de Administración, Chiclayo, Perú.

JURADO

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
ORCID: 0000-0003-2027-6920
Presidente

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
ORCID: 0000-0001-7372-741X
Miembro

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño
ORCID: 0000.0002-4660-9490
Miembro

Mgtr. Ademar Arellano Lachapell
ORCID: 0000-0003-2812-7591
Asesor

HOJA DE FIRMA DE JURADO

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
ORCID: 0000-0003-2027-6920
Presidente

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
ORCID: 0000-0001-7372-741X
Miembro

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño
ORCID: 0000.0002-4660-9490
Miembro

Mgtr. Ademar Arellano Lachapell
ORCID: 0000-0003-2812-7591
Asesor

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación primeramente está dedicado a Dios, por darme el despertar del día a día para realizar este importante logro en mi vida.

Para mi querido padre Faustino que desde el cielo me estuvo dando fuerzas para seguir adelante ya que con sus enseñanzas y experiencias que me enseñó, solo me queda dedicarte este éxito por hacerme una persona responsable.

Para mi querida madre Mary ella que es el sostén principal de mi familia, que habitualmente nos ha formado con buenas costumbres y enseñanzas los cuales me ayudo a seguir avanzando con esta importante investigación.

Para mis hijas Naghely y Nazly que es lo más precioso que Dios me ha dado y a mi familia en general ya que con sus consejos, fortalezas y apoyo no hubiera hecho posible este importante logro que es muy especial para mi persona.

AGRADECIMIENTO

A nuestro Dios por el día a día de mi existencia y por darme la fortaleza para seguir adelante y lograr este importante logro y obtener uno de los éxitos deseados.

A mi familia en general por darme el apoyo cuando más lo necesitaba y el cariño que me brindaban cada día y por la paciencia ya que gracias a ellos pude culminar mi carrera profesional.

A mis profesores de la universidad Uladech-Chiclayo, Por darme los conocimientos y estudios necesarios, ya que gracias a su aprendizaje pude desarrollar mi proyecto de investigación.

RESUMEN

La siguiente tesis es una investigación en la cual tiene como objetivo Describir la caracterización de las variables de Gestión de Calidad y Competitividad de las empresas en estudio en giro de panaderías de localidad La Victoria-Chiclayo 2018. El presente trabajo de investigación presenta información general de estas variables donde se desarrollará este importante proyecto donde su metodología fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. se seleccionó unidades económicas de la jurisdicción conformada de 18 panaderías representadas por 48 trabajadores de dichas empresas, La población de las variables en estudio fue finita conocida para ambas siendo los trabajadores la fuente de información, del mismo modo el tamaño muestral de las variables es de 48 elementos. Dentro de los principales resultados de la variable gestión de calidad el 96% de los trabajadores manifestaron que siempre tienen predisposición y están dispuestos a realizar los cambios en el desarrollo de sus actividades con eficiencia en el negocio; en relación a la variable competitividad e 90 % de los trabajadores si tienen conocimiento del financiamiento que realizan las MYPE para abastecerse de productos. Por otra parte, la investigación concluye en gestión de calidad que los trabajadores siempre tienen predisposición y están dispuestos a realizar los cambios en el desarrollo de sus actividades con eficiencia para el negocio; con respecto a la variable competitividad los trabajadores si tienen conocimiento del financiamiento que realizan las MYPE para abastecerse de productos.

Palabras Claves: Competitividad, Control, gestión de calidad, MYPE.

ABSTRACT

The following thesis is research in which it aims to describe the characterization of the quality management and competitiveness variables of companies in turn study of local bakeries La Victoria-Chiclayo 2018. This research work presents general information of these variables where this important project will be developed where its methodology was quantitative, descriptive level, non-experimental and cross-cutting design. economic units were selected from the jurisdiction consisting of 18 bakeries represented by 48 workers of these companies, the population of the variables under study was finite known to both being the workers the source of information, in the same way the sample size of the variables is 48 elements. Within the main results of the variable quality management 96% of the workers stated that they are always willing and willing to make changes in the development of their activities efficiently in the business; 90% of workers if they are aware of MYPE financing to stock up on products. On the other hand, the research concludes in quality management that workers are always predisposed and willing to make changes in the development of their activities efficiently for the business; with regard to variable competitiveness, workers are aware of MYPE financing to stock up on products.

Keywords: Competitiveness, Control, Quality Management, MYPE.

CONTENIDO

| | |
|---|-----|
| TITULO | i |
| EQUIPO DE TRABAJO..... | ii |
| HOJA DE FIRMA DE JURADO | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO..... | v |
| RESUMEN..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| CONTENIDO | 8 |
| INDICE DE TABLAS | 9 |
| INDICE DE FIGURAS | 10 |
| I.- INTRODUCCIÓN | 11 |
| II.- REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 19 |
| 2.1.- Antecedentes..... | 19 |
| 2.1.1.- Variable de Gestión de Calidad..... | 19 |
| 2.1.2. VARIABLE DE COMPETITIVIDAD..... | 26 |
| 2.2.- BASES TEORICAS | 32 |
| 2.2.1.- Gestión de Calidad | 32 |
| 2.2.2.- Competitividad..... | 39 |
| III.- HIPOTESIS | 46 |
| IV.-METODOLOGIA | 46 |
| 4.2.- Población y Muestra | 47 |
| 4.3.- Definición y operacionalización de variables..... | 49 |
| 4.5.- Plan de Análisis..... | 52 |
| 4.6.- Matriz de Consistencia..... | 52 |
| V.-RESULTADOS..... | 56 |
| 5.3.- Análisis de Resultados..... | 72 |
| VI.- CONCLUSIONES | 77 |
| • Recomendaciones..... | 78 |
| REFERENCIAS | 78 |
| ENCUESTA | 87 |
| I.- Información sobre gestión de calidad: | 87 |
| II.- Información sobre Competitividad: | 88 |

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Conoce técnicas de gestión para su empresa?

Tabla 2 ¿Tiene conocimiento del significado, que es gestión de calidad?

Tabla 3 ¿Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad?

Tabla 4 ¿Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos?

Tabla 5 ¿La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio?

Tabla 6 ¿ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados?

Tabla 7 ¿En su negocio se fomenta el trabajo en equipo?

Tabla 8 ¿Esta dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio?

Tabla 9 ¿Conoce Ud., si realizan financiamiento para abastecerse de productos?

Tabla 10 ¿Conoce a sus principales Competidores?

Tabla 11 ¿Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio?

Tabla 12 ¿considera que su nivel de satisfacción con sus clientes es alto?

Tabla 13 ¿Ud. se preocupa por la presentación de sus productos-innovación?

Tabla 14 ¿Considera que el negocio tiene ventajas en ideas competitivas?

Tabla 15 ¿Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad de productos?

Tabla 16 ¿Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta?

INDICE DE FIGURAS

- Figura 1 ¿Conoce técnicas de gestión para su empresa?
- Figura 2 ¿Tiene conocimiento del significado, que es gestión de calidad?
- Figura 3 ¿Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad?
- Figura 4 ¿Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos?
- Figura 5 ¿La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio?
- Figura 6 ¿ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados?
- Figura 7 ¿En su negocio se fomenta el trabajo en equipo?
- Figura 8 ¿Esta dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio? Figura 9.- ¿Conoce Ud., si realizan financiamiento para abastecerse de productos?
- Figura 10 ¿Conoce a sus principales Competidores?
- Figura 11 ¿Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio?
- Figura 12 ¿considera que su nivel de satisfacción con sus clientes es alto?
- Figura 13 ¿Ud. se preocupa por la presentación de sus productos-innovación?
- Figura 14 ¿Considera que el negocio tiene ventajas en ideas competitivas?
- Figura 15 ¿Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad de productos?
- Figura 16 ¿Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta?

I.- INTRODUCCIÓN

El actual estudio de investigación tiene como nombre caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de panaderías en el distrito La Victoria, Chiclayo, 2018, perteneciendo a la línea de investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote otorgada por la Escuela Profesional de Administración, en la cual se identificó con un promedio de 18 panaderías con una población de 48 empleados o trabajadores que fueron encuestados. Estos establecimientos o MYPE dedicados a ofrecer buena atención al cliente la cual también forma parte del problema mencionado líneas arriba en cuanto al consumo de pan.

Mundialmente Alemania viene hacer el país donde más consumen este producto alimenticio. Se deduce que los habitantes de la nación europea consumen una cantidad de 106 kilogramo/habitante al año de este alimento básico. Señalándose que el mínimo que recomienda la Organización Mundial de la Salud es de 90 kilogramos por persona, para una apropiada alimentación. Este producto en las américas, es capitaneado por el país chileno donde consumen pan, un 96% por habitante anualmente, seguido de Argentina con un 76%, el país de Ecuador con 37%, México consume el 34%, Brasil un aproximado de 31%, Perú consume un total de 30%, Colombia con un 22% y Venezuela con 19%. Cabe señalar que todos los años se organiza un certamen donde se descubre al país sobresaliente en panadería a nivel internacional. Donde el país ganador de este evento fue Corea del Sur. (Páez, 2017).

Como es de conocimiento en los países asiáticos la utilidad de este producto (pan) no es excesivo, donde la primordial fuente de alimento o vianda es el arroz. Pero el inconveniente, de este aspecto fue el resultado de la crisis alimentaria que tuvieron estos países, que fue la escasez del arroz, igualmente internacionalizaban comestibles

en este continente. Particularmente, no todos los habitantes de este planeta pueden consumir pan, debido a una enfermedad conocida como la celiaquía, que causa daño al intestino delgado esta enfermedad no permite el uso de gluten, proteína que se encuentra en el trigo, la cebada y el centeno. En un principio los habitantes de roma no aceptaron el pan, debido a que no era estrechamente agregado a sus costumbres. Rápidamente el pan pasó hacer un nutritivo alimento costoso, degustado y apreciado solo por familias acaudaladas, pudientes. (Páez, 2017).

En los años 30 a.c los griegos ya tenían panificadoras especializadas, y los del imperio romano fueron quienes alcanzaron masificarse en el consumo de este alimento. Los Romanos eran estrechamente rigurosos en el método de preparación, donde la actividad familiar, se basaba en la supremacía y lo heredaban de padre a hijo. Tal como sea, este alimento básico como es el pan siempre formara parte de nuestra vida cotidiana y este producto lo podemos comer ya sea caliente, frío, como emparedado, integral, blanco, con cereales, de papa y de muchas otras formas. Donde todas las naciones tienen sus propios estilos culinarios, sin embargo, el pan es preferido y el mejor alimento nutritivo y básico para tiempos de hambruna, escasez y necesidad (Páez, 2017).

En el mundo globalizado, competitivo y complejas en todos los campos de la mercadotecnia, vista la realidad de las MYPE, objeto de investigación estas de manera frecuente se enfrentan a situaciones internas sobre las cuales tienen dominio y competencia, así como capacidad de decisión, por otra parte, el factor externo del cual no tienen competencia alguna, limitándose al cumplimiento de las disposiciones de gobierno.

Las MYPE son administradas por sus dueños, generalmente son

emprendedores que requieren mucho asesoramiento de gestión y gerencia, son muy pocas que en lo relacionado al micro entorno tengan una organización formal, no cuentan con documentos que les sirva en el tiempo como guías, desarrollan sus actividades de acuerdo a la realidad económica que tienen cada emprendedor. Por ello la mayoría de las MYPE, tienen dificultades para acceder a financiamientos y por ende no desarrollan la investigación para mejorar su gestión y los productos y darles a las personas que forman parte de ella una formación cognitiva donde el individuo pueda desarrollar mucho mejor su capacidad creativa e innovadora, en la búsqueda de brindar un mejor servicio a los usuarios.

Desde el factor del macro entorno o factor externo, las MYPE, en el factor político se tiene que las MYPE cumple con la Ley que regula la estabilidad de los trabajadores, por el pequeño número que comprende en sus organizaciones, se muestran respetuosos de toda la norma que el estado peruano emite para garantizar un mejor y adecuado clima laboral. (Cabrera, A., López, P. y Ramírez, C. 2011).

En el Artículo 4 de la Ley, nos habla sobre el Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización y sus lineamientos en la cual El Estado, promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través del Gobierno Central, Regional y Local; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible. Concordancias: D.S. N.º 047-2006-EF (Aprueban ejecución de

Operaciones y Servicios que celebre el Banco de la Nación con entidades que otorgan créditos a las micro y pequeñas empresas, en las localidades donde sea única oferta bancaria); R.M. N° 356-2006-TR (Programa mi Empresa-MINTRA- 2010).

Los micro emprendedores, que constituyen la nueva fuerza económica del país, busca oportunidades en el mercado y este proceso, tarea nada sencilla, requiere del apoyo de las autoridades del gobierno en asuntos productivos y del ente fiscalizador tributario. De alguna forma, pese a avances y retrocesos, las MYPE avanzan y con creatividad e ingenio los emprendedores, se han creado nuevos servicios en el rubro de panadería. Un rubro que se desprende de la tradicional panadería para ofrecer un servicio más al detalle y con una gama interesante de presentaciones. (Lmentalmkt, 2013),

Ugaz (2012), manifiesta que:

“La realidad de las empresas en la actualidad ha demostrado que de cualquier giro o variable tienen que contar con un método como es gestión de calidad, donde se debe de confirmar el aval de cualquiera de sus artículos y servicios en vitrina. Donde el procedimiento que le acceda a la empresa debe distinguirse y conseguir un provecho significativo encima de sus adversarios, debido que empresas, que en varias ocasiones es forzado por países que siguen los modelos a nivel internacional; donde esta exigida labor de competencia, en una empresa tendrá renombre y reconocimiento sólo si ofrece buen producto o buen servicio que satisfagan plenamente el requerimiento y expectativas del consumidor, lo que se transforma en una formalidad irremplazable. Hay varias formas para la obtención de este estudio, más allá de su condición del artículo, es señalar su nivel de registro

que podría lograr a poseer la organización en el área de procesos” (p.1).

En el distrito de la Victoria de la Ciudad de Chiclayo, su gente es conservadora, religiosa de costumbres tradicionales, en el aspecto religioso el patrón del distrito es el Señor de Los Milagros fiesta que celebran con mucha devoción, el día central es el 13 de septiembre celebran fiesta patronal y el de su aniversario. Las panaderías participan en las costumbres del pueblo, producen angelitos en la fecha de los difuntos en el mes de noviembre, de igual manera la costumbre de la sociedad es de celebrar fiestas como matrimonios, quinceañeros y otras actividades, la participación de las panaderías no es ajena, y son requeridas por la elaboración de bocaditos, tortas horneadas de pavos y otros.

Las panaderías del distrito de la Victoria, objeto de la investigación, no muestran velocidad de cambio de los activos que disponen, así mismo carecen de liquidez para realizar inversiones e invertir en compra de nuevos equipos, la tecnología con la que cuentan tiene cierto grado de obsolescencia por su antigüedad, en la gran mayoría de ellas existe una gran brecha digital, todo es manual desde la actividad de compra venta.

Porter (2007) Se refiere Las barreras de entrada que deberían ser evaluadas según las capacidades de los potenciales entrantes, los cuales podrían ser nuevas empresas, si las fuerzas son intensas, como lo son en los sectores de las líneas de competitividad, financiamiento, rentabilidad prácticamente ninguna empresa obtiene retornos atractivos sobre sus inversiones. La competitividad determina la estructura de un sector; ésta no depende de si el sector ofrece productos o servicios, de alta tecnología o baja tecnología. Evidentemente, un análisis de las barreras de entrada y de las represalias esperadas es clave para cualquier empresa que está considerando

entrar en un nuevo sector. El desafío es hallar formas de superar las barreras de entrada sin anular, mediante una pesada inversión.

En relación a la rivalidad de las micro empresas, en la zona urbana del distrito de la victoria, las panaderías de este sector proporcionan una mejor calidad en cuanto al servicio para la satisfacción de sus clientes.

En cuanto al poder de negociación con los clientes o usuarios es mejorar acerca de los precios y brindarle menores costos en los productos y así poder asegurar a los clientes.

En cuanto al poder de negociación con los proveedores, en este distrito la competencia de los proveedores es alta, lo cual no permiten el alza de los productos.

En relación amenaza de nuevos competidores, en este distrito se vienen desarrollando con el ingenio de los emprendedores en esta línea de investigación como son las panaderías avanzan para mejorar su presentación.

En cuanto a la amenaza de productos sustitutos, los trabajadores de estos negocios consideran que existe una amenaza alta en relación a sus productos sustitutos ya que produce menor rentabilidad para la mayoría de emprendedores.

Estas organizaciones conllevan a una perseverante donde el resultado de estos objetivos y ambiciones empresariales dando entendimiento de competencia dirigido en torno a la gestión de calidad, donde el comprador tiene una relación muy trascendental, así como también el cliente o comprador de estos artículos y/o servicios. Este trabajo de investigación de la carrera de Administración. Con el origen a estas líneas de investigación se enuncia la pregunta de determinación ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y competitividad de las Micro y Pequeñas

Empresas de panaderías en el distrito de La Victoria-Chiclayo, 2018? Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las primordiales características de la gestión de calidad y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de panaderías en el distrito de La Victoria- Chiclayo, 2018, y se formuló los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las primordiales características de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas de panaderías en el distrito de La Victoria-Chiclayo, 2018
- Identificar las primordiales características de la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de panaderías en el distrito de La Victoria- Chiclayo, 2018

Este trabajo de investigación se justifica teóricamente ya que permite darnos cuenta de la verdadera situación que se encuentran estas empresas y nos permitirá gestar una mejora y beneficios, tanto para los dueños de las panaderías y trabajadores que laboran dentro de estas, de manera práctica se vio una mejor calidad y competitividad en los procesos de producción, ya que de ello depende que estas tengan una mejora en su demanda y no sólo la perduración y beneficio de la empresa, donde incluso depende de su buena imagen la cual tienen que reflejar a sus clientes locales, este proyecto en estudio despertara el interés de nuevos egresados que buscaran el soporte teórico del trabajo de investigación donde se fundamentó la gestión de calidad y competitividad, con aplicación de medios matemáticos y estadísticos en el análisis de los datos obtenidos.

La metodología fue el modelo de enfoque representativo o descriptivo, nivel cuantitativo, no-experimental - transversal, donde se realizó este trabajo con una

población de 48 empleados o trabajadores, se empleó las técnicas de observación y de encuesta y los instrumentos que se utilizó fue la guía de observación y el cuestionario. El plan de análisis se interpretó con el procesamiento de datos de los diferentes programas y sistemas de cómputo.

La presente investigación quedó delimitada de la siguiente manera:

- ✓ Delimitación temporal: año 2018
- ✓ Delimitación espacial: geográficamente en el distrito de La Victoria Chiclayo – Perú.
- ✓ Delimitación muestral o psicográfica: panaderías
- ✓ Delimitación temática: Gestión de calidad y competitividad.

La presente investigación tuvo los principales resultados de la variable gestión de calidad el 96% de los trabajadores manifestaron que siempre tienen predisposición y están dispuestos a realizar los cambios en el desarrollo de sus actividades con eficiencia en el negocio; en relación a la variable competitividad e 90 % de los trabajadores si tienen conocimiento del financiamiento que realizan las MYPE para abastecerse de productos.

Por otra parte, la investigación concluye en gestión de calidad que los trabajadores siempre tienen predisposición y están dispuestos a realizar los cambios en el desarrollo de sus actividades con eficiencia para el negocio; con respecto a la variable competitividad los trabajadores si tienen conocimiento del financiamiento que realizan las MYPE para abastecerse de productos.

II.- REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.- Antecedentes

2.1.1.- Variable de Gestión de Calidad

Benites y Punguil. (2018) tesis presentada como requisito para optar el título de ingeniera comercial “Mejora de procesos en el área de administración y producción de la panificadora Delicake en Guayaquil” presentado ante la facultad de ciencias administrativas de la carrera ingeniería comercial de la Universidad de Guayaquil. El proyecto está orientado a contribuir al desarrollo y crecimiento de la organización a través de la aplicación de herramientas administrativas, así como también de planificación estratégica; logrando que la pyme tenga un desarrollo constante y sostenido. Se llevó a cabo una investigación de tipo experimental, descriptiva y explicativa, se utilizó los instrumentos de la entrevista y la encuesta. Llego a las siguientes conclusiones: (1) La panificadora Delicake en la actualidad conlleva problemas en dos áreas muy vitales para toda organización, siendo estas la administrativa y productiva. La propietaria de la panificadora comenta que no ve ganancia de la misma, ya que en muchos periodos ha tenido que desembolsar dinero de su segundo trabajo para que la pyme continúe con sus actividades. (2) La panificadora no cuenta con un organigrama establecido, así como también carece de misión, visión y objetivos organizacionales, esto es muy preocupante ya que la ausencia de lo mencionado anteriormente da notar que la organización no tiene un horizonte. (3) Los productos vendidos por Delicake son muy buenos y sus clientes los prefieren por eso. La realización de un manual de procesos y procedimientos es importante ya que así tanto cliente interno y propietario tendrá claras las funciones que deban realizar y el perfil que deben cumplir cada uno para desempeñar sus funciones.

En el presente trabajo se analizó en base a ratios de endeudamiento, rentabilidad y liquidez los estados financieros 2017 de Delicake con información proporcionada por la propietaria (facturas) y con dichos datos se realizó los estados financieros proyectados del 2018.

Velandia, J. (2009) con su tesis, Diseño de un plan de gestión orientado al establecimiento de un sistema de gestión de calidad para la panadería pan rico ubicada en el municipio de Aguazul Casanare, presentada en la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad de La Salle, Bogotá. Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas Agropecuarias. Objetivo General. Diseñar un plan de gestión que permita optimizar el uso de los recursos de la panadería “PAN RICO” ubicada en el municipio de Aguazul Casanare, como condición necesaria para implementar un sistema de gestión de calidad dirigido a mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad de la panadería. Aspectos metodológicos se trata Estudio de caso. Técnicas e instrumentos. El diseño metodológico que se trabaja en el presente trabajo de grado este sujeto a las siguientes fuentes de información: Fuentes primarias: están dadas por las visitas a la panadería, observaciones de los procesos, entrevistas al personal, charlas y socializaciones con la planta de empleados. Se diseñarán formatos de recolección de información para a partir de ellos diseñar los manuales de funciones y procedimientos. Fuentes secundarias: información en libros y archivos sobre los procesos de panificación, ISO 9000, metodologías para implementar sistemas de gestión de calidad; revisiones de documentos como guías metodológicas entre otros. Llegó a las siguientes conclusiones: A partir del diagnóstico organizacional se puede concluir que la panadería PAN RICO tiene ciertas fortalezas que se concentran en la calidad de los

productos que elabora y que en el mercado esta condición es determinante para el éxito empresarial, sin embargo, su carencia de una gestión formal se ve reflejado en las múltiples debilidades que se expresan en fallas en la planeación, organización, dirección y control; en épocas de cambios es importante vencer los antiguos paradigmas y pensar en que el mundo requiere que la mayoría de las empresas se transformen a través de la modernización del pensamiento de sus líderes y su equipo de trabajo, reconviertan sus procesos a nuevas formas de hacer las cosas más eficientes y eficaces, y por qué no, reorganizar sus estructuras hacia formas sistémicas de administración donde se les de más poder y confianza a los empleados y se les entrene en forma efectiva para la toma de decisiones. Cuando las panaderías son manejadas de manera informal, no disponen de la estructura necesaria que les permita mejorar productividad, calidad de los procesos y productos y servicio al cliente. En ese orden de ideas y a fin de mejorar la gestión de los recursos de la panadería PAN RICO se presentó a través de este trabajo una serie de manuales internos que resultaron del análisis y diagnóstico de la empresa, es decir, resultaron de un estudio exhaustivo a nivel interno que llevo a la realización del manual de calidad, procedimientos y funciones con los cuales se pretende que la panadería tenga un conocimiento documentado sobre sus procesos y sea la base para la implementación de un sistema de gestión de calidad.

Torres (2013) “Caracterización de la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio - rubro cevicherías del P.J. Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013” Escuela profesional de Administración de la Universidad Uladech – Chimbote- Perú. objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio - rubro cevicherías del P.J

Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. La investigación que se desarrolló fue un diseño no experimental transversal, descriptivo, se utilizó una muestra poblacional dirigida a 18 MYPES, Concluyendo que los representantes de las MYPES del sector servicio - rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. En su mayoría son hombres y poseen estudios básicos. Tienen 1 a 10 trabajadores para minimizar costos y tienen 5 años a más en el rubro. Afirman que desconocen sobre técnicas de gestión, pero aseguran que persiguen un plan estratégico frente a su competencia, confirmando que aplicar una gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos, obteniendo clientes satisfechos, dándole valor al recurso humano como eje principal de la organización.

Goicochea (2015) “La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de villa María del triunfo, provincia de lima, departamento de lima, período 2015”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima. Su estudio es de modo cuantitativo con nivel descriptivo- con un planeamiento no experimental-transversal, con un muestrario en su población de 10 MYPE de giro restaurantes en el boulevard gastronómico de Villa María del Triunfo, donde se realizó 24 preguntas tipo cuestionario las cuales fueron cerradas, adoptando el método de indagación, Concluyendo: En relación la mayoría de los representantes legales de las MYPE del giro restaurantes de Villa María del Triunfo, tienen conocimiento en gestión de calidad; pero no existe interés de los representantes o dueños en instalar prácticas en distintos

procedimientos que brinda esta materia en gestión de calidad. La totalidad de estas MYPE no tienen perfeccionado lo que es política de calidad, en cuanto a la capacitación que se ejecuta a los empleados es empírica o que no tienen experiencia ya que la mayoría de ellos son inexpertos para ejercer el cargo asignado, con relación a imagen y propaganda solo utilizan paneles y respecto a certámenes y promociones no lo realizan.

Oropeza (2016) “Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del distrito de Huaraz, 2016” Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Su objetivo general es narrar las primordiales características de gestión de la calidad acondicionado aun modo SERVQUAL en las pymes del área servicio – rubro otras tareas de diversión karaokes de la localidad de Huaraz, 2016. Para el incremento de este proyecto en la metodología se utilizó un modelo y nivel de investigación descriptivo, cuantitativo y diseño transversal. Para el acumulo de dicha información se registró a 202 clientes, de los cuales se observó una muestra de 133 usuarios a los cuales se les hizo un sondeo modelo cuestionario de 17 preguntas cerradas de manera de encuesta; Concluyó que los empleados no muestran tener instrucción o un nivel suficiente para responder preguntas. El importante proyecto manifestó que la gestión de calidad bajo el tipo Servqual percatarse por los usuarios de los centros de diversión karaokes estiman que hay irregularidad y escasa comodidad o ser sinceros por parte de las empresas por perfeccionar la eficacia simulando en diferentes aspectos evaluados.

Beltrán (2014) “Caracterización de la capacitación y la gestión de la calidad de las MYPE sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014”.

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El vigente proyecto tiene como objetivo general, donde representa importantes cualidades de estas variables como capacitación, gestión de calidad de las MYPE del rubro industria, giro panaderías de la localidad Chimbote. Se utilizó un análisis de investigación del modo cuantitativo y tiene un modelo descriptivo, donde su diseño es tipo no experimental-transversal, se realizó este proyecto seleccionando un tipo cuya muestra fueron de 16 empresas, equivalente al 50% de la comunidad constituida con 32 pymes, a cuales se les realizó un temario de 17 interrogantes, empleando el sistema de indagación, Concluyendo que es primordial utilizar la innovación y ser buenos emprendedores y tener métodos o buenas estrategias de calidad en las empresas. La mayoría de los que administran estas empresas son personas adultas, estas panificadoras en su totalidad no son constituidas y manifiestan que la capacitación es una buena inversión, y para demostrar competitividad en estas actividades comerciales es importante implementar usualmente técnicas para desarrollarnos y ser buenos innovadores empresarialmente y conseguir que el comprador sea reconocido con la empresa.

Salazar (2016) “caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las Pymes del grupo comercio – cuyo giro es de venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del distrito de Huaraz, 2016” Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Detalla como objetivo general la descripción de las primordiales características en lo que es gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las MYPE del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Huaraz, 2016. Así mismo para el desarrollo de la investigación empleo

un modo y nivel de indagación descriptivo-cuantitativo y un diseño transaccional. Para recolectar la información donde se registró una muestra poblacional de 26 establecimientos comerciales con clasificación de bodegas, igualmente se aplicó un temario de 27 preguntas- tipo cerradas de manera de encuesta, se llega a la conclusión que las bodegas del distrito de Huaraz, se encontró ausencia acerca de las herramientas de promoción donde se informa a los compradores la falta de información necesaria. Las principales particularidades de los empresarios entrevistados son: en su mayoría de ellos oscilan entre 31 y 40 años de edad y son de género femenino y con un nivel de aprendizaje-secundario, juzgan sobre el descuido que realizan acerca de la aplicación de las herramientas específicas por no poder compartir con sus clientes ya que no cuentan con una asesoría precisa y adecuada.

Delgado, D y Torres, A (2017). Tesis denominada: Propuesta de rediseño organizacional de la cadena de panaderías virgen del Carmen S.A.C de la región Lambayeque. tesis para optar el título de: licenciado en administración de empresas, presentada a la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo Perú. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal elaborar una propuesta de rediseño organizacional a la cadena de panaderías “Virgen del Carmen” ubicado en Lambayeque, para ello se consideró necesario el uso de técnicas de recolección de datos como entrevistas y encuestas aplicadas a todos los miembros que permitan obtener un mejor diagnóstico del panorama. La metodología fue de Tipo y diseño de Investigación fue Descriptiva con enfoque cuantitativo.

Llegando a concluir: La Panadería “Virgen del Carmen” ubicada en el departamento de Lambayeque, posee una misión, visión, objetivos y los documentos de gestión

necesarios para orientar las actividades de la empresa, sin embargo, no se encuentran plasmados en documentos oficiales, por lo que el personal desconoce de los mismos. A raíz de un análisis del entorno tanto externo como interno se descubrió lo antes mencionado, es entonces que se plantea implementar elementos de planificación estratégica administrativa para proporcionar el desarrollo empresarial relacionado a objetivos y metas ya conocidas, compartidas y ejecutadas tanto por los trabajadores como por los propietarios. De otro modo el trabajo de investigación ejecutado refleja una consideración importante a ciertos aspectos para la creación de los mapeos de procesos y documentación, porque una incorrecta distribución de responsabilidades afecta a todas las áreas de la organización enfocadas a conseguir un mismo objetivo; de igual forma se propone instaurar un reglamento interno que regule el comportamiento del personal dentro de la empresa. Al formular un nuevo organigrama, se debe modificar la cultura burocrática existente con dirección a establecer una estructura organizacional que facilite su estrategia y mejore la integración de sus miembros.

2.1.2. VARIABLE DE COMPETITIVIDAD

Doutreleau (2017), realizó una investigación titulada “Análisis de Ventajas de Competitividad de Negocios de Body Splash; Análisis de las cinco fuerzas” presentada en la Universidad Paraguayo Alemana, en la ciudad de Asunción – Paraguay. Detalló como objetivo general Reconocer los factores de ventajas de competitividad de las empresas del sector Industrial de Body Splash en Asunción y Gran Asunción, a través del análisis de las cinco fuerzas de Porter. La investigación presente fue hecha de un modo descriptivo, con fuentes de mixtas, lo que significa que habrá tanto fuentes primarias como fuentes secundarias. Las fuentes primarias

utilizadas son; entrevistas, realizadas a empresas del rubro de los Body Splash en Paraguay y consultas de Focus Group Fuentes secundarias; Libros de Marketing y negocios, informes económicos, papers científicos, artículos de revistas científicas, videos instructivos y de entrevistas. El estudio se limitará a analizar dos empresas en el rubro que operan en la ciudad de Asunción y Gran Asunción; el análisis se delimita a la una observación de un periodo de 12 meses finalizando en noviembre 2017. La investigación llevada a cabo será de tipo mixta puesto que se utilizarán los modelos teóricos de Michael Porter y se abarcarán los temas que no correspondan a este de modo descriptivo. Se recurrirá la técnica de entrevistas puesto que la información acerca del mercado no está disponible o si la está, esta no es una información actualizada. Se llevarán a cabo dos entrevistas a las empresas más especializadas en el rubro en el área delimitada para la investigación. I.V.A.N. Servicios Comerciales y a Brillo Aroma, más específicamente a los gerentes encargados de la administración de las mismas.

Castillo y Castro (2017) en su tesis denominada “Plan estratégico de branding para desarrollar ventajas competitivas en la pastelería mil delicias” trabajo de titulación presentado como requisito para optar por el título de ingeniería en gestión empresarial, presentado a la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil – Ecuador. El presente trabajo de titulación tiene como objetivo diseñar un plan estratégico de branding para el desarrollo de ventajas competitivas para la Pastelería Mil Delicias. Métodos de investigación, como métodos de investigación para el presente proyecto se emplearán los siguientes: Estudio descriptivo, Estudio exploratorio y Tipos de investigación, Investigación de Campo y Tipos de métodos: El método inductivo. Una vez realizada la presente investigación se establecen las

siguientes conclusiones: La Pastelería cuenta con un importante flujo de clientes de manera mensual, sin embargo, no se han generado estrategias de ningún tipo para su conservación o para aumentar la cantidad de clientes de la Pastelería. El mercado en el cual se desarrolla la Pastelería cuenta con una gran cantidad de participantes, por lo que resulta necesario que el negocio logre destacar entre la competencia, para así evitar perder clientes y posteriormente su posición en su mercado. Contar con estrategias de branding no ha sido considerado por los propietarios de la Pastelería, por lo que la actual propuesta se ha vuelto una nueva perspectiva sobre la manera en la que observaban el mercado en el que se desenvuelve su negocio. La Pastelería Mil Delicias actualmente no ha destacado en el mercado guayaquileño, lo que aún no representa un gran problema, pero que posteriormente, si el negocio se estanca corre el riesgo de presentar pérdidas que afecten su estabilidad financiera a largo plazo.

Olaya (2018) “Caracterización de la Competitividad y formalización de las MYPE rubro panaderías de Campo Polo Castilla – Piura, año 2018”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Objetivo general, Identificar las características que tienen la competitividad y formalización de las MYPE rubro Panaderías de Campo Polo Castilla – Piura, año 2018. El Diseño de investigación, fue de tipo descriptivo, cuantitativo, no experimental, de corte transversal. La población en estudio fueron las MYPE del Asentamiento Humano Campo Polo de Castilla y la muestra fue de 6 propietarios y 384 clientes, a los mismos que se le aplicó una encuesta, con el instrumento cuestionario. Después de analizar concluyó que las MYPE en estudio presentan un alto nivel de competitividad; y estas se caracterizan por la calidad de sus productos, además de la eficiencia y eficacia de sus empleados a la hora de atender, con respecto a la variable formalización, están formalizadas e inscritas en el REMYPE,

presenta un bajo nivel de formalización; tampoco ha cumplido con los requisitos de formalizarse.

Suluco (2016) “Caracterización de la competitividad y el Kaizen en las MYPE rubro restaurantes, de la urbanización los rosales, Piura, año 2016”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Analizar sus principales cualidades que debe tener su competitividad y el Kaizen de estas empresas del giro restaurants de los Rosales del distrito de Piura año 2016. Utilizó un método descriptivo, teniendo su nivel cuantitativo, donde su diseño es tipo no - experimental siendo de corte transversal donde tiene como encuestados una prueba formada por los 06 dueños, 15 trabajadores y 105 usuarios o clientes, usando como método, la entrevista, dando como conclusión de dicho estudio, que estas empresas es innovadora, en cuanto a la variable Kaizen, estas MYPE estaría preparado en adaptar una variación de progreso de calidad para poder ser aún más competitiva. Como terminación que la competitividad se caracteriza por su validez, eficiencia e innovación en cuanto al Kaizen tiene como determinación los estándares de calidad, perfeccionamiento, mejora de resultados; el costo de las MYPE no tiene un estimado costo, por el contrario, han sido prefijados en un estilo adecuado para agradar a los clientes, incrementando sus ventas y competitividad.

Cruz (2016) “Caracterización Competitividad y Gestión De Calidad En Las MYPE Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Determinar las primordiales características de competitividad, así como también lo que significa gestión de calidad de estas empresas cuyo rubro es banano orgánico del distrito de Tumbes- 2016. Propone un método descriptivo y un nivel cuantitativo, teniendo un diseño no experimental; y de corte transversal, para

establecer estas variables que vienen hacer lo que es gestión de Calidad y competencia, tiene una efectividad positiva en el comercio de este producto como es el plátano orgánico en el distrito Tumbes- 2016, atribuyendo una muestra de 81 de población, cuya evaluación fueron a 40 usuarios; cuyo método fue la encuesta y el material fueron las preguntas cerradas donde se tabulo y sistematizo, para concluir con este estudio de soluciones y su problema, podemos detallar, concluyendo que tiene entendimiento acerca buenas ideas constructivas para elevar la competitividad, de igual manera cierto personal no tiene conocimiento de lo que es competitividad. También observamos que los que laboran, con la ayuda de varios conocimientos dan arreglo a sus interrogantes.

Aguirre (2013) “Caracterización de competitividad de las MYPE en el Perú: el caso de la panadería y pastelería el Manantial EIRL, Nuevo Chimbote - 2013”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Identificar y detallar las primordiales características de competitividad de las MYPE del Perú, de la panadería y pastelería el Manantial EIRL, de Nuevo Chimbote, año 2013. Este proyecto fue de modo bibliográfico-documental y de caso; donde la acumulación de datos de dicho proyecto se utilizó registros bibliográficos y se empleó un temario modo cuestionario para el administrador de la panificadora en formación. Descubriéndose posteriores resultados y conclusiones:

Respecto a la competitividad de la panadería y pastelería El Manantial E. I. R. L.: de acuerdo con lo manifestado por el gerente de la MYPE estudiada, en los dos últimos años esta ha capacitado a su personal, ha invertido en compra de maquinaria y equipos modernos, ha utilizado financiamiento de terceros y ha innovado su tecnología y procedimientos.

Respecto a la comparación: la mayoría de los autores nacionales revisados, determinan

y concluyen que las MYPE del Perú no son competitivas; en cambio, la empresa estudiada sí lo es. para la acumulación de la indagación se aplicaron fichas bibliográficas, donde se acomodó un informe de preguntas cerradas dedicha panadería en investigación. Se localizaron algunos resultados como: conclusiones del objetivo específico n°1, se alcanzó lograr a través de un análisis bibliográfico- documental, señalando verificación en el historial concerniente a lo nacional y local. Para la obtención de la conclusión del objetivo específico n° 2, utilizo una encuesta de 18 preguntas cerradas, estableciendo el método de la entrevista personal, al gerente de la empresa quien fue objeto de estudio. De igual forma, este estudio se distingue debido a que busca una forma a solucionar los problemas que confrontan algunas MYPE, otorgando ocupación laboral a un 70 % en mano de obra, tanto regional como nacional, pero al mismo tiempo, son rechazadas y descartadas en economía, por lo que son consideradas empresas con equipamiento tecnológicamente deficiente, con una disminución en rendimiento y competitividad. Generalmente; conforme algunos productores relacionados en la revisión, las MYPE en el Perú no son competitivas debido a que no adoptan elementos para una buena competitividad empresarial; por lo contrario “La panadería y pastelería el Manantial EIRL”, es competitiva debido a que aprovecha y maneja sus elementos explicativos en lo que es competitividad empresarial.

Capuñay (2018) “Esta investigación tiene por objetivo general determinar las Características de la Gestión de calidad y Competitividad de las MYPE del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Este proyecto de estudio tiene como objetivos específicos: 1° determinar Características de lo que es Gestión de Calidad; 2° determinar características de

competitividad, 3° determinar características de las MYPE.

Es de tipo Descriptivo, con un nivel Cuantitativo y con diseño No experimental de corte Transversal y con una población real de 11 gerentes de las MYPE en el giro de panificadoras, definiéndose como muestra por conveniencia constituida por 11 gerentes de MYPE cuyo giro son panificadoras del distrito Monsefú, a los que se les realizo un cuestionario de modo interrogante donde se realizó 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta.

Concluyendo: Referente a Competitividad: son competitivos, la utilización de tecnologías son una ventaja positiva para el negocio, trabajan con proveedor mayorista, fidelizan a sus clientes por la calidad del producto, utilizan la estrategia del sorteo por días festivos y tienen conocimiento de quiénes son sus principales competidores. Referente a las MYPE, cuentan con un establecimiento propio, tienen más de 16 años funcionando el negocio, las personas que trabajan son familiares, cuando aumentan las ventas se contrata personal adicional y han mejorado en cuanto a su infraestructura.

2.2.- BASES TEORICAS

2.2.1.- Gestión de Calidad

Fontalvo (2006) esta misión evolucionada del nivel de calidad la concebimos en este trabajo como el progreso y acoplamiento acerca de este método de gestión de calidad capacitado para crear procesos de elaboración e innovación y un avance permanentemente para un buen procedimiento, estructurando su desarrollo de modo sistemático a través de la modernización, donde se mantiene en sucesión de sistemas y subsistemas, donde mencionaremos algunos: como el subsistema operativo, donde se informa y memoriza, un microsistema con acuerdo combinado por medios de

subsistema orientados, también se menciona subsistema de gestión con innovación- concepción- imaginación; estos subsistemas bajo estas alternativas las empresas crecen y algunas modifican en torno a niveles sobresalientes en cuanto a la calidad.

a) Calidad

Fontalvo (2006) es la agrupación de propiedades inherentes donde el producto o servicio tienen que satisfacer las obligaciones y no carecer de estos, y dar buenas expectativas a los clientes. También tenemos autores que tienen un concepto con respecto a la calidad con distintos panoramas en tal sentido Juran piensa que la calidad es tanto como “la adecuación al uso”, asimismo precisa que “las características de un producto o servicio que le proporcionan la calidad de satisfacer las necesidades de los clientes”. El estudioso Deming manifiesta que calidad en conclusión viene hacer el volumen es la que conserva un buen nivel para poder certificar el agrado de los clientes. Sin embargo, Crosby determina que la calidad, tanto del producto como del servicio en la magnitud que se pueda estar satisfecho y así establecer las características para que complazcan los 20 criterios para determinar o especificar. Feigenbaum conserva una percepción global acerca de la calidad donde estudia y da conocer requisitos para la participación de todas las áreas donde se garantizará un buen producto y posibilidades económicas para los consumidores.

b) Control de calidad.

Viene hacer el registro adecuado para certificar y perfeccionar objetivos para que se pueda completar en este sentido, entonces si estamos desempeñando una inspección, donde deberíamos aseverar, para poder lograr nuestros objetivos por lo que hemos sido competentes y así examinar nuestro camino, para mencionar este proceso. Este contenido acerca de control de calidad, incluye un complemento que va ser

primordial: El pronóstico, conforme al publicista donde declara, que un fenómeno debe estar seleccionado para una mejor utilización para no dejar malas experiencias, se puede evitar y limitar el control, donde se da de conocimiento que dicho fenómeno pueda modificarse en un futuro. Para seguir hablando del control de calidad no debemos dejar de referirnos a la instrucción del ing. Kaoru Ishikawa, también profesor asiático, donde este creador nos enseña que para el: “Practicar el control de la calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor”. Ishikawa, además manifiesta que la desigualdad acerca de los tipos sobre administración japonés y el europeo se localizan algunas particularidades en cuanto a su cultural. En 1985, en su manuscrito que se encuentra en la cúspide llamado ¿Qué es el Control Total de la Calidad?, donde señala y contribuye en sus asignaturas realizados con la calidad, como sus célebres materias como son: círculos de calidad o técnica de gestión y el esquema del ingeniero Ishikawa causa-efecto y admiración. Los círculos de calidad vienen hacer pequeñas agrupaciones de trabajadores que laboran para una misma sección o área, donde estos se concentran voluntariamente donde deciden y resuelven los inconvenientes que se puedan presentar en sus áreas de operatividad de sus establecimientos. Los semejantes círculos poseen en sus objetivos principales: es de comprometer y poder ampliar el compromiso de sus empleados y poder disponer de un canal seguro y práctico para que la comunicación siempre sea equitativamente en lo ascendente (que sube) y descendente (que baja) (Bracho, 2007).

c) Mejorar la Calidad

Mejorando la calidad representa una formación estructurada para algo favorable dando un beneficio a sus niveles de conducta con ningún precedente pre

existente. Es una muestra de tal manera como si fuera un progreso (Juran, 1990).

Donde el ISO 9000-2000, menciona que la Mejor la Calidad viene hacer “parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad”. Donde es considerable conocer y realizar la búsqueda para que las empresas se enfoquen en los resultados alcanzados en los componentes de calidad, llegando al término de adquirir niveles crecidamente impecables en un periodo, en vez de estancarse o disminuir su calidad. (ISO – 9000)

“La calidad se determina que el acumulado donde las propiedades que adquiere un producto o servicio elaborados a través de una técnica productiva para la organización, también como el volumen es deleite de las exigencias del comprador o usuario. La calidad supone que la observación por detalle de los productos determinando en su respectivo logo o registro, que deberán adaptarse a los diálogos del consumidor” (Cuatrecasas, 2012. p. 17).

González (2000) Confirma que la superación acerca de la calidad viene hacer el grupo de actividades de la ocupación habitual de la orientación que resuelven el manejo de la calidad, donde sus objetivos, y compromiso se realizan a través de la planificación, la comprobación, el apoyo y sobre todo mejorar la calidad, en el marco de mejoras en las técnicas de la calidad.

FONDONORMA (ISO.9000). Conforme a sus normativas de Organización de estandarización Internacional, en este ejemplo hipotético para que no se pueda negociar y en cual define cómo usar la guía y saber cómo administrar esta tarea de investigación; como es saber Gestionar la calidad del insumo que se va elaborar y explica como relatar el procedimiento de estas principales actividades que son ordenadas para saber dirigir y saber cómo vigilar o inspeccionar una empresa

concerniente a la buena Calidad. (2005-2006)

Sánchez (2013) en su análisis “Gestión de Calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las MYPE rubro restaurantes- provincia de Trujillo año 2013”. Abordando algunos resultados; referente a los documentos habituales de las MYPE del giro restaurantes destacado por el género masculino con un porcentaje de 80%, el 50% de los dueños y administrativos, de los establecimientos encuestados en su mayoría la edad que varía se encuentra un promedio de 30 y 40 años, el 40% de los dueños y/o administradores de estas empresas seleccionadas manifestaron que tienen estudios universitarios completos, como también el 50% de los dueños o gerentes llegan a tener más de un 1 año cumpliendo esa función, el 60% realizó actividades previas al rubro refiriéndose que ya conocían algo del negocio; con respecto a las MYPE el 50% de los empleados encuestados declararon que vienen laborando en condición de informal. Con relación a lo que es Gestión de calidad, 80% expresaron que no tienen ningún tipo de capacitación acerca de un aprendizaje orientado a ordenar el mejoramiento del servicio, como también el 30% de los encuestados dijeron que mientras mejor sea la calidad y costo es el agente preciso para seleccionar mejor a su distribuidor. También se da a conocer que el 70% de los establecimientos encuestados manifestaron que no solicitan ningún tipo de garantía y certificación a sus proveedores.

Hernández (2014) “Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, Trujillo año 2014”. Donde sus resultados arrojan que: El 40% de edad promedio de los dueños o gerentes varía entre 30 y 40 años de edad, también el 66.67% de estos dueños encuestados son de género femenino. El 53.33% de los administradores y/o dueños de estas empresas seleccionadas para dichas encuestas solamente manifestaron que tienen

secundaria completa. Con relación a lo que es gestión de calidad se demostró que el 66.67% de estos dueños entrevistados manifestaron que si tuvieron algunas capacitaciones lo que es buena manipulación de buenas prácticas dirigido a un mejor servicio. El 53.33% a los que se le encuestó se expresaron que la calidad sumada con el precio va de la mano y llega a hacer un elemento determinante para preferir al proveedor que vamos a confiar. El 53.33% no tiene conocimiento que es una ISO. Donde el 86,67% manifiesta no estar certificadas por una ISO para que les pueda dar garantía. El 60 % adopta un liderazgo absoluto en lo que es costos.

Dávila (1995) “Son las ganancias que fueron adquiridas desde una condición y formar una buena atención, y para solucionar el agrado de los clientes, estos podrían ser: la disminución de costos, buena presencia, confianza, estabilidad en las empresas y la generación de empleos” (p.22).

Manifiesta que frente al desarrollo y capacidad de producir eficiente en las industrias e supermercados se encuentran más y más competitivos, debido al fenómeno de la globalización y a las muchas demandas ascendentes de estos compradores, donde la gestión de calidad se viene transformado en un refuerzo fundamental para cualquier ocurrencia y tener habilidad industrial. Donde a extenso aplazamiento solo las empresas puedan ser competentes en corregir cualquier supuesto problema en cuanto a la aceptación de calidad de la elaboración de sus productos y la disminución de sus precios la cual disfrutará de éxito, y esto será si es independientemente del buen nivel y la capacidad de la empresa. Esto explica el grado de categoría de las técnicas, los ejemplos y la preparación de una buena gestión de calidad en la empresa. Al observar el mañana que se vive en la nación, y viendo las exigencias, así como también los obstáculos que se afrontan, demuestran un estilo cada una de estas empresas, que son

fundamentalmente para la comunidad y conformidad con la gestión de calidad, dejando mucho que desear en cuanto a su insuficiencia de aplicación, asimismo de la falta de cultura de la calidad, así como técnicas de gestión, inexperiencia de los elementos e instrumentos que le beneficien. Donde el planteamiento establece sus objetivos con atención al del desarrollo de esta variable gestión de calidad donde permitirá que los concurrentes: recomendar a entidades empresariales o industrias para establecer con originalidad de singularidad empresarial (Egade, 2016).

Saber cuáles es el reglamento que garantice la calidad tanto nacional como internacional en concordancia de gestión de calidad.

- ✓ Trazar y adaptar técnicas de TQM (concepto de calidad total) tanto para la organización en su conjunto y para sectores determinados.
- ✓ Usar conjunto de datos y llegar a conclusiones en el entorno de un mejoramiento gestión de la calidad.
- ✓ Apreciar las probabilidades que se debe aplicar en los diversos sistemas y análisis y la información que se emplean en las encuestas acerca del ambiente de calidad.
- ✓ Ampliar la perspectiva de enlazar algo que represente gestionar una organización con calidad total.
- ✓ Conocer en cuanto al diagnóstico acerca de la condición de la calidad exterior e interior.
- ✓ Cada línea de investigación ofrece elementos primordiales en la que reposa la gestión de la calidad y valorar el premio a cualquier industria, y este debería tener la importancia de establecer, sostener sistemas de procedimientos en gestión de la calidad orientando a dirigir bien al consumidor, desde la

descripción de técnicas y procesos que se muestren: claramente perceptibles, serviciales, y mejorar la calidad.

2.2.2.- COMPETITIVIDAD

Competitividad viene hacer la capacidad de una compañía pública o particular, la cual puede ser rentable o no, de esta manera se puede conservar sistemáticamente ventajas comparativas las que pueden acceder alcanzar, llegar a sostener y perfeccionar una definida perspectiva en el ámbito socioeconómico de una organización. El concepto competitividad es estrechamente hablado en el entorno empresarial, también en lo político y socioeconómico es decir es muy habitual. A todo esto, se debe al crecimiento del marco de informe de la mayoría de intermediarios económicos los cuales han conducido a una conducta auto protectora a un proyecto que crecidamente es, tratable, el cual es capaz de anticiparse a cualquier problema. Donde la competitividad también poseer, ocurrencia en la manera de trazar y desenvolver con distinta decisión de beneficios empresariales, lo que está comprometiendo evidentemente un cambio de progreso de crecimiento en un indicativo de la empresa y/o propietario. La ventaja comparativa de cualquier organización es permanecer realizando su habilidad, viendo recursos, tener mejor instrucción y atributos, etc., donde debe disponer y así poder condicionar una empresa, para llegar en superioridad ya que la competencia carece de estas y tienen una menor dimensión lo que hace posible el logro, dando mejores rendimientos sobresalientes a los de aquellos.

El monitoreo de algunas ideas hace suponer una permanencia en la orientación hacia el ambiente dando una conducta estratégica que emplean las MYPE

grandes como las pequeñas empresas, o tal vez en el comienzo de la nueva creación o en las que pronto estarán floreciendo madurando y en lo frecuente cualquier tipo de empresa. De igual manera la noción de competitividad nos hace razonar en la idea "excelencia", con particularidad de eficiente y eficaz en una organización (Pelayo, 2011).

Mathews (2009) cita a Michael Porter, el cual tiene como concepto de competitividad a la producción con la que es utilizado el potencial humano, como también los económicos y naturales. De tal modo, se estudia una MYPE en competencia a la que es inteligente de brindar oportunamente lo que produce, artículos como también servicios con propiedades que son comprados por sus consumidores. Estos supermercados varían, las exigencias de los clientes del mismo modo varían y, por lo cual, es esencial que la empresa se aclimate pertinentemente a estas modificaciones, a fin de conservar o corregir sus niveles de competitividad.

Algunas Teoría de la competitividad

Rodríguez (2016) Según Arpe en su proyecto titulado "La competitividad empresarial" resalta:

Se entiende por competencia a la amplitud de lo que es una sociedad del estado o particular, con lucro o sin él, de sostener temáticamente con aproximaciones con comparaciones que lo conllevan a conseguir, mantener tal vez reparar una definida postura en el contexto socioeconómico. Este concepto de competitividad es bastante usado por los medios empresariales, tanto político como socioeconómico en general. A ello se debe el ensanche de un cuadro en relación a varios agentes económicos que han incurrido en una postura auto protectora donde la propuesta sea mayor, sociable y mucha iniciativa. La competencia tiene labor de incidencia en la manera de

planteamiento y desarrollo para cualquier visión de negocios, lo que está ocasionando rápidamente una evolución entre el modelo de MYPE y el empresario (p. 24).

Por otra parte, el autor Rodríguez (2016) resalto que el en contexto empresarial se manejan diferentes herramientas para ser competitivos, desde las diferentes expectativas internas y externas por ello consideró que existen algunas características primordiales que se deben considerar para el mejor ordenamiento de las acciones competitivas, siendo estas:

a) Estrategia clave de la competitividad:

Debido a este periodo de variaciones, las MYPE investigan para alterar los indicadores de producción, para alcanzar una mayor eficiencia y así poder otorgar un trabajo de mejor calidad, es lo que se está imponiendo que los administradores o dueños acojan ejemplos de lo que es una administración participativa, adquiriendo como origen céntrico al componente humano, desplegando las labores en conjunto, para conseguir una buena competitividad y mantener de forma competente la ascendente demanda de producto de una perfecta calidad y de servicios alto nivel, dando más eficiencia, rapidez y mejor calidad (Becerra y Solórzano, 2009).

Cabrera; López y Ramírez (2011) Desarrolla sus ideas en que la habilidad competitiva decreta puede ser triunfo o derrota de cualquier empresa. Analiza que la competencia se refiere a una destreza o técnica; tanto como la habilidad y la competencia viene hacer la capacidad de crear el modo de esa técnica para permanecer en un entorno dentro de la empresa. Es en ese preciso instante que un indicador que calcula la medición de capacidad de una organización de como disputar con sus competidores referente a los negocios y a sus adversarios de diferentes centros comerciales. Competitividad viene hacer igualmente la búsqueda de un enfoque

comparativamente prospero en un mercado comercial, con relación a sus competidores, el cual le va a proporcionar subsistir y ampliar.

Weinberger (2009) habla de las habilidades competitivas lo cual describe la forma que una compañía rivaliza cara a cara con sus rivales, en un establecido negocio o herramienta estratégica para realizar un acertado negocio. El estado de condición de la destreza competitiva es estar pendiente que la empresa y su entorno posterior de una investigación de las cinco fuerzas competitivas, el desafío de actuales oponentes, la carrera internamente del nivel en medio de los competidores actuales, la advertencia de artículos o servicios reemplazables, el medio de transacción de estos usuarios o compradores y el poder de transacción de los proveedores o de los que venden para establecer cuál es la situación principal estrategia competitiva; y saber señalar la principal táctica para competir en un definido mercado para satisfacer al cliente y obtener mejor resultado que la competencia.

b) Competitividad de las MYPE

“Es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo” (Haguenauer, 1990, p. 14).

Las MYPES en el Perú. La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas. (D.S. N.º 007-2008-TR)

La Satisfacción del Cliente

Bengochea, (2002) actualmente, obtener plenamente esta “satisfacción del cliente” debe ser como requerimiento obligatorio y se debe tener este espacio para la “mente” de compradores y tenerlos, en el partícipe de los supermercados. Este propósito es para sostener complacido a cada cliente ha traspasado los límites en todas las áreas técnicas y estudios para formalizarse en cualquiera de estos primordiales objetivos en diferentes etapas de funciones (producción, capital, recursos personales, etc.) de las industrias triunfadoras. Por este estímulo, resulta de fundamental envergadura donde los especialistas en mercados apliquen disciplinas administrativas, como toda los individuos que laboran en una industria u organización, sepan quizás los beneficios son satisfactorios de lograr el agradecimiento, donde se visualizan las probabilidades en los clientes, donde radica el rendimiento observado, para que de esa manera, estén bien capacitados y poder contribuir enérgicamente con la totalidad de las labores dirigidas a adquirir el ambicioso placer del comprador.

a) Lograr los beneficios de Satisfacción del Cliente:

Lmentalmkt (2013) si oportunamente, existen varios beneficios que toda industria u organización puede conseguir a obtener el bienestar de sus clientes, los cuales pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan un concepto claro acerca de la importancia de alcanzar la satisfacción de sus usuarios.

1° Beneficio: Donde el consumidor cuando está complacido, por lo general, retorna al mismo lugar donde le brindaron buena atención, donde, las organizaciones quieren alcanzar como beneficio su prestigio y, por tanto, la probabilidad de que regrese y despacharle, igual u diferentes artículos agregados para el futuro.

2° Beneficio: Donde el comprador alegre por la atención les informa a algunos usuarios la atención vivida dentro de la empresa, afirmando la buena y cálida atención que le brindaron. Es aquí donde, la empresa puede lograr adquirir en favor, una propaganda o comentario gratuito que el comprador quedo completamente satisfecho y este realiza aviso a sus parientes, amigos y parecidos.

3° Beneficio: cuando un usuario es complacido y contento no es del agrado de competencia de tal manera que la organización adquiere como ganancia una precisa área de negocio (participación) en un centro comercial. Como resumen, cualquier organización que consiga la satisfacer al cliente conseguirá como beneficios: La amistad y fidelidad del usuario (es decir ganara futuras ventas). Trasmisión gratuita (conseguirá nuevos clientes). Y tendrá un establecido y oportunidad de negocio en el mercado.

b) Como estimular la competitividad

El apremio es necesario donde una nación, una empresa local y/o nacional, una transnacional etc., fuese crecidamente competitivo, viene hacer consecuencia de una política impulsada por su propio gobierno para que el ambiente tenga las condiciones de saber gestionar la estabilidad necesaria para incrementar bien el negocio y para esto solicita del levantamiento de un gobierno civil arraigado en fortalecer y ser competente, de crear, sociedad, colaboración, participación, madurez y compromiso. Varias de estas circunstancias o condiciones para solicitar que un país sea competitivo, es que el gobierno debe comenzar a participar, promoviendo en los regímenes del Estado las facilidades indispensables para asegurar la actividad mercantil que permita la habitual ampliación de estas empresas. Las operaciones de colaboración competitiva deben ser trasladadas en condiciones mejores, los cuales

podemos realizar:

- ✓ La organización de la industria turística.
- ✓ Las habilidades de las instituciones públicas.
- ✓ La rivalidad entre una y otra empresa.
- ✓ La estipulación y los factores de la demanda.
- ✓ Claridad y nitidez para que las reglas sean claras y acatarlas, en el interior y un entorno donde las inversiones sigan creciendo.
- ✓ Constituir o instaurar y contribuir con las leyes tributarias correctas.

Un manejo macroeconómico que sea competente de generar ayuda para la inversión de capitales, a partir de un cuadro económico para que no se halle la regulación y comprobación de importes (como cuentas que deben estar acordes con lo que es oferta y demanda). Programas de reestructuración para la educación para que se asemeje al sector educativo estar conforme con las exigencias reales del sector productivo. Beneficiando especialmente a este rubro como es la Educación Pública que tiene bajos recursos. Las actuales organizaciones solicitaran personal competente que esté a la altura de las actuales novedades en tecnología. La empresa debe ser sólida, responsable y comprometida con la nueva alianza con el Estado y el Sector Privado, para promover el desarrollo en nuevas técnicas, buen rendimiento, etc., proponiendo competitividad a nivel mundial dentro de un ambiente de atributos que sean igualitarios para todos (Pelayo, 2011).

c). Ventajas comparativas y Ventajas competitivas

Estas ventajas vienen hacer componentes que proporcionan conservar gran productividad en ligazón a los competidores empresariales.

Estas ventajas podrían ser organizadas en ventajas comparativas y ventajas competitivas. Las ventajas comparativas aparecen con la posibilidad de alcanzar bajos costos de algunos insumos, como son recursos naturales, mano de obra o energía. Las ventajas competitivas se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos.

III.- HIPOTESIS

Dado que esta investigación es de tipo Descriptiva, no presenta ninguna hipótesis. según Arias (2012) esos análisis descriptivos, se miden, se evalúan o recolectan datos referentes a varios aspectos, dimensiones o componentes irregulares a averiguar, culminando al termino de recoger toda lo científico, detallar lo medido. Ya que la averiguación descriptiva se basa en la especificación de un hecho, yasea un fenómeno, persona o sociedad, con el termino de constituir su organización y conducta. Los resultados de este modo de investigación se sitúan en un nivel intermedio en cuanto a lo calado de los estudios a que se describe.

IV.-METODOLOGIA

4.1.- Metodología de la Investigación

- La investigación fue de tipo cuantitativo, ya que su medición es objetiva de la realidad de las características de las variables objeto de investigación.
- El nivel de la investigación fue descriptivo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2006) “consideran a los estudios descriptivos, como aquellos que buscan especificar las características o cualquier rasgo de algún objeto de estudio, recolectando datos de diversas variables”.
- Así mismo fue de diseño No experimental, su finalidad es detallar las

variables y estudiar su incidencia e ilación en un momento dado según Hernández (2009) es aquella donde se observan los fenómenos tal y como se muestran, es decir, en su contexto natural y no se tiene control alguno, sobre las variables.

- De corte transversal, consiste en reunir los datos recolectados de un solo periodo y en un determinado momento.

4.2.- Población y Muestra

En la presente investigación son dieciocho (18) las unidades económicas MYPE del rubro industrial y comercial de panificación, del distrito de La Victoria de la ciudad de Chiclayo – Perú. Según Malhotra, (2004), “La población es el total de todos los componentes que intervienen en un grupo de características comunes y captan el universo del propósito del problema de investigación de mercado”.

- POBLACIÓN

En la presente investigación la población para las dos variables: gestión de calidad y competitividad es finita siendo la fuente de información los 48 trabajadores de las panaderías del distrito de La Victoria de la ciudad de Chiclayo– Perú.

| CUADRO N° 1 | | |
|--|---------------|------------------------|
| RELACIÓN DE UNIDADES ECONÓMICAS - MYPEs | | |
| orden | código | número de trabajadores |
| 1 | 1316688251001 | 4 |
| 2 | 1316688251002 | 3 |
| 3 | 1316688251003 | 2 |
| 4 | 1316688251004 | 2 |
| 5 | 1316688251005 | 3 |
| 6 | 1316688251006 | 2 |
| 7 | 1316688251007 | 3 |
| 8 | 1316688251008 | 3 |

| | | |
|----|----------------|----|
| 9 | 1316688251009 | 3 |
| 10 | 13166882510010 | 2 |
| 11 | 13166882510011 | 3 |
| 12 | 13166882510012 | 2 |
| 13 | 13166882510013 | 2 |
| 14 | 13166882510014 | 3 |
| 15 | 13166882510015 | 2 |
| 16 | 13166882510016 | 3 |
| 17 | 13166882510017 | 3 |
| 18 | 13166882510018 | 3 |
| | total | 48 |

Elaboración propia del investigador

- MUESTRA

Para Rodríguez (2011) la muestra es una parte del universo o un sub conjunto de unidades que se identifican de acuerdo a las propiedades. El tamaño muestral de la presente investigación para las dos variables, no requiere de aplicaciones matemáticas o estadísticas, conforme lo preciso Rodríguez (2011) quien dijo que los elementos en apoyo a una investigación son menores de 50 no requiere de aplicación de fórmulas estadísticas. Por tanto, $N = n$, donde $N=48$ siendo así la muestra definitiva es $n = 48$.

N: viene a ser la representación de la

población. n: viene a ser la muestra a

identificar.

Consecuentemente el tamaño muestral es de 48 trabajadores.

| CUADRO N° 2 | | | | |
|---|-----------|----|---------|--------------|
| CARACTERÍSTICA DE POBLACIÓN Y MUESTRA | | | | |
| Variable | Población | | Muestra | Fuente |
| Gestión de calidad | Finita | 48 | | Trabajadores |
| Competitividad | Finita | 48 | | Trabajadores |
| Fuente: Malhotra, (2004) y Rodríguez (2011) Elaboración: Propia del investigador | | | | |

4.3.- Definición y operacionalización de variables

| 4.3.1- Definición y operacionalización de variable | | | | | | |
|--|--|---|--------------------|--|------------|---------|
| Variable | Definición o Concepto | Dimensión | Indicador | Definición operacional | Fuente | Nivel |
| GESTIÓN DE CALIDAD | Gestión de Calidad viene hacer sistema operativo de labores, bien documentado e integrado a los procesos tecnológicos y de gerencia donde orientar acciones de fuerza de trabajo, el mecanismo o equipos, y la comunicación de la empresa de forma hábil y ordenada (TQM,2010) | Primordiales características de la gestión de calidad | Calidad | La dimensión primordial características de la gestión de calidad se operacionalizan con sus indicadores: calidad, control de calidad, y mejora de la calidad. Aplicado con la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario | Trabajador | Nominal |
| | | | | | Trabajador | Nominal |
| | | | | | Trabajador | Nominal |
| | | | Control de calidad | | Trabajador | Nominal |
| | | | | | Trabajador | Nominal |
| | | | | | Trabajador | Nominal |
| | | | | | Trabajador | Nominal |
| Mejora de la calidad | Trabajador | Nominal | | | | |
| | Trabajador | Nominal | | | | |

4.3.2- Definición y Operacionalización de variable

| VARIABLE | CONCEPTO | DIMENSIÓN | INDICADOR | ITEMS-PREGUNTA | FUENTE | Nivel |
|----------------|--|--|---|---|------------|---------|
| COMPETITIVIDAD | Es la amplitud que debe tener cualquier organización o país de lograr rentabilidad en la plaza en vinculo a sus adversarios. La competencia necesita del vínculo de lo que es precio y proporción del artículo mostrado y los insumos adecuados para obtener (productividad), y la productividad de los demás referentes de estos super mercados. (TQM, 2010). para abastecerte de productos | Principales características de la competitividad | Estrategia clave de la competitividad | La dimensión primordial características de la competitividad se operacionaliza con sus indicadores: estrategias claves de la competitividad, competitividad de las MYPEs, estimular la competitividad y ventajas comparativas y ventajas competitivas. Aplicado con la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario | trabajador | Nominal |
| | | | Competitividad de las mypes | | trabajador | Nominal |
| | | | Satisfacción del cliente | | trabajador | Nominal |
| | | | Estimular la competitividad | | trabajador | Nominal |
| | | | Ventajas comparativas y ventajas competitivas | | trabajador | Nominal |
| | | | trabajador | | Nominal | |

4.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para la acumulación de información se tuvo que recurrir al método pregunta en manera de encuesta, donde se empleó como herramienta una programación de modo cuestionario guiado a los gerentes y dueños de panaderías en localidad la Victoria - Chiclayo. La gestión de calidad y competitividad se conocerá sobre la base de 48 elementos que contribuyen en la investigación a identificar las características de panaderías. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. (Robles y Rojas 2015).

4.5.- Plan de Análisis

Esta investigación será lograda a través de un manejo de sistemas e instrumentos, y se recurrirá a la indagación para llegar a este análisis o fuentes los cuales serán anexados o ingresados para su respectiva revisión en los esquemas representativos de cómputo como Word, Excel y todo el proyecto descriptivo, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico. Sirve de guía para recoger aquello que se da por válido en base a la conducta y principios éticos de los que participan en entregar información. (Pérez y Merino 2013)

4.6.- Matriz de Consistencia

| TITULO | PROBLEMA | OBJETIVO | HIPOTESIS | VARIABLES | METODOLOGÍA |
|--|---|--|---|---------------------------|---|
| Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de Panaderías en el distrito de la Victoria - Chiclayo - 2018 | ¿Cuáles son las Características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de Panaderías en el distrito de la Victoria - Chiclayo – 2018? | Objetivo general | según Arias (2012) Los análisis descriptivos, se miden, evalúan o recolectan datos referentes a varios aspectos, dimensiones o componentes a averiguar, la averiguación descriptiva se basa en la especificación de un hecho, ya sea un fenómeno, persona o sociedad, con el termino de constituir su organización y característica. Los resultados de este modo de investigación se sitúan en un nivel intermedio en cuanto a lo calado de los estudios a que se describe. | | Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptiva. Diseño No experimental, de corte transversal. MYPE de estudio 18 panaderías. Población de las dos variables fue finita. Elementos que intervinieron en la investigación 48 trabajadores. Muestra 48 trabajadores. Técnica la encuesta. Instrumento el cuestionario. Análisis de datos: con herramientas de tecnología programas Word y Excel. Principios aplicados de la Universidad Uladech. |
| | | Objetivos específicos | | | |
| | | Identificar las primordiales características de la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas de panaderías en el distrito de La Victoria- Chiclayo, 2018 | | | |
| | | Identificar las primordiales características de la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de panaderías en el distrito de La Victoria- Chiclayo, 2018 | | Gestión de calidad | |
| | | | | Competitividad | |

Fuente: Elaboración Propia

4.7.- Principios Éticos ULADECH

En toda investigación participan seres humanos, la investigación de la línea aprobada para la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote se ejecuta de acuerdo a los principios éticos aprobados para el desarrollo de la investigación, los mismos que se encuentran debidamente descritos y ejemplarizados en la versión 2018 y sus modificatorias, estos principios son orientadores y sirven de guía al investigador a fin de garantizar que nunca se deje de lado el bienestar de las personas y el respeto por cada uno de los que participan en la investigación, siendo estos principios los siguientes:

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

La Libertad. - Toda persona tiene el derecho de ser reconocida en su propia dignidad como ser libre y responsable. El derecho al ejercicio de la libertad es una exigencia insuperable de la dignidad de la persona humana. Debe ejercerse como rechazo a lo que es moralmente negativo, como rechazo a obstaculizar el crecimiento personal o social en virtud del auténtico bien.

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

servicios asociados a la investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

Libre participación y derecho a estar informado. - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.

V.-RESULTADOS

5.1.- Identificar las primordiales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro de panaderías del distrito de La Victoria - Chiclayo.

Tabla 1

¿Conoce técnicas de gestión para su empresa?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 42 | 87% |
| NO | 6 | 13% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

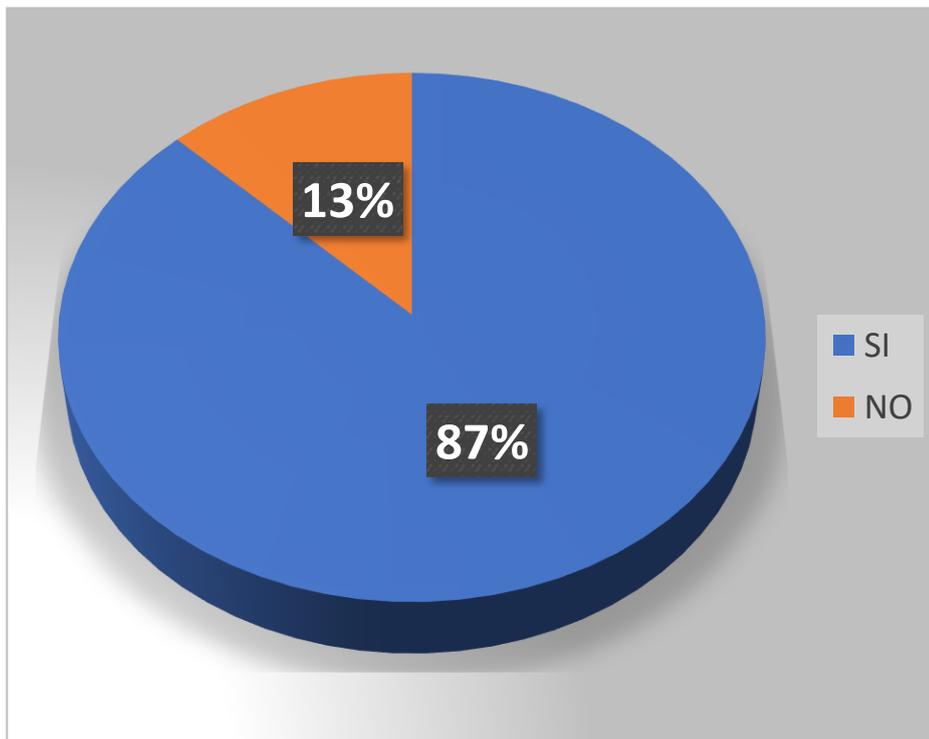


Figura 1: Conoce técnicas de gestión para su empresa.

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías.

En la tabla 01 y figura 01 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 87% manifiestan que si tienen conocimiento en técnicas de gestión el 13% no conoce específicamente lo que es técnicas de gestión.

Tabla 2

¿Tiene conocimiento del significado, que es gestión de calidad?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| S1 | 31 | 65% |
| NO | 17 | 35% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

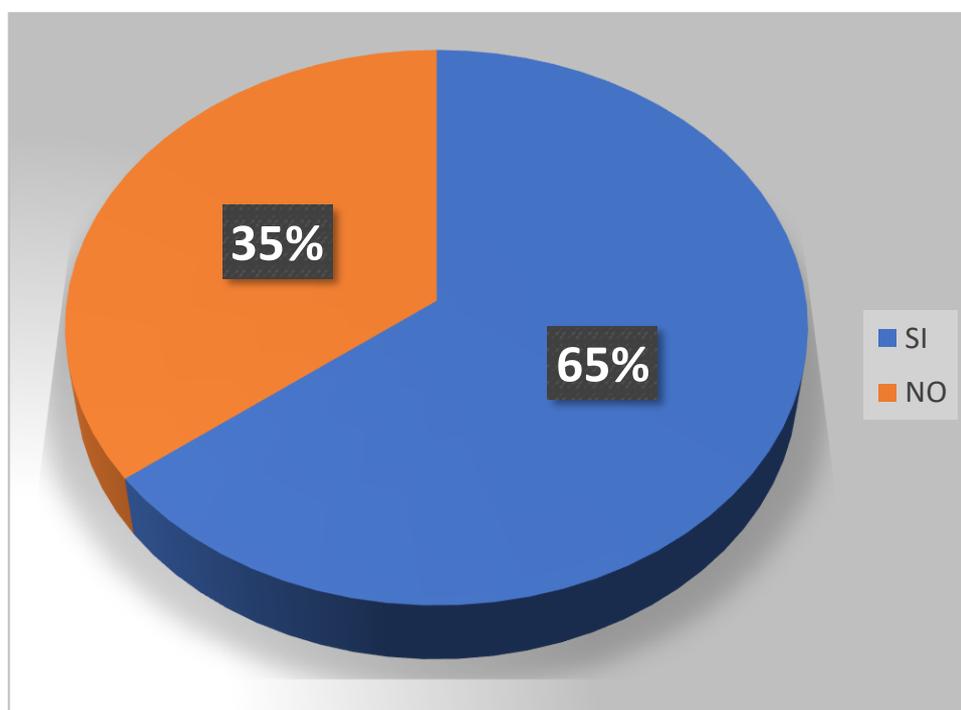


Figura 2: Tiene conocimiento del significado, que es gestión de calidad

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las panaderías.

En la tabla 02 y en la figura 02 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 65% manifiestan que si conocen el significado de gestión de calidad para poder desempeñarse en su puesto de trabajo mientras que el 35% manifiesta todo lo contrario.

Tabla 3

¿Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SÍ | 38 | 79% |
| NO | 10 | 21% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

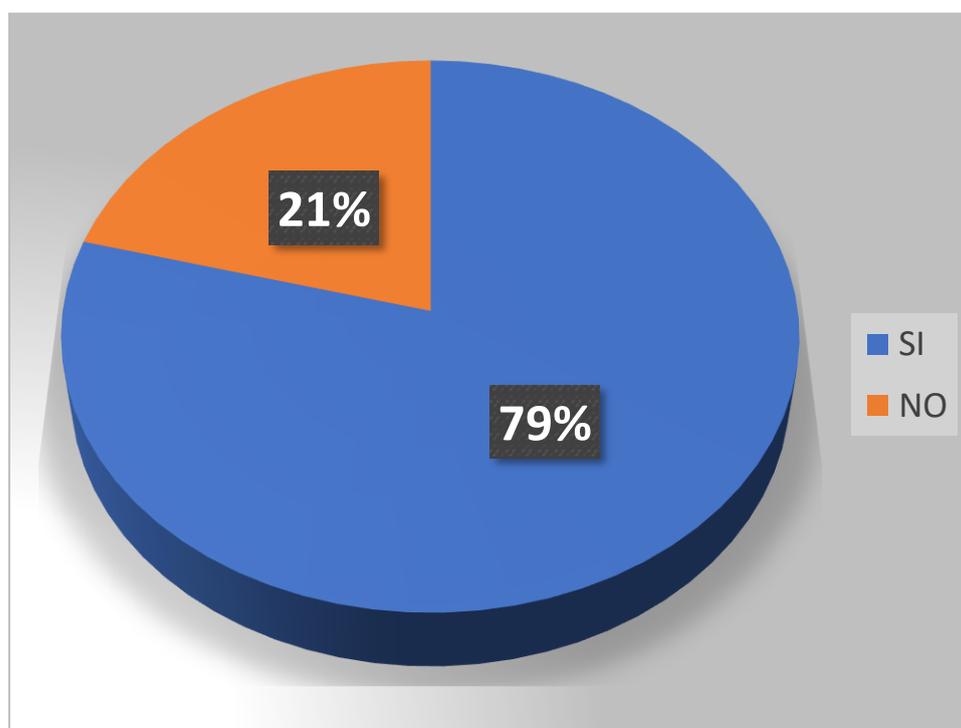


Figura 3: Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las panaderías.

En la tabla 03 y en la figura 03 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 79% conoce lo que implica brindar un servicio de calidad y el 21% manifiestan todo lo contrario.

Tabla 4

¿Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 40 | 83% |
| NO | 8 | 17% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

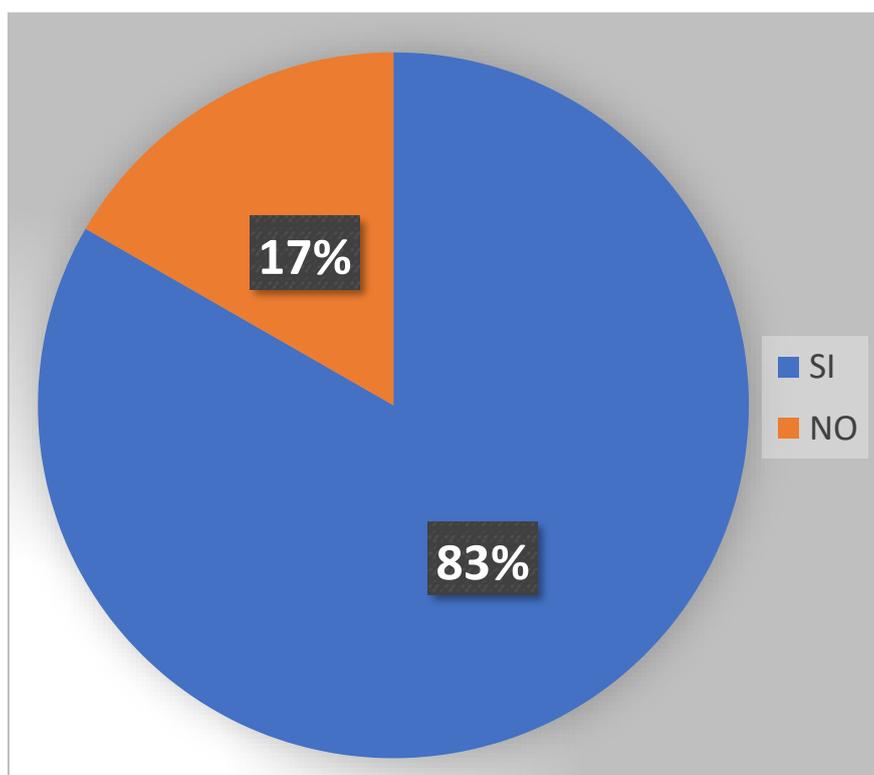


Figura 4 Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos
Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la panadería

En la tabla 04 y en la figura 04 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 83% manifiestan que, si aplican planificación de sus actividades, el 17% manifiesta lo contrario.

Tabla 5

¿La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 25 | 52% |
| NO | 23 | 48% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de LaVictoria

Elaboración: por el investigador

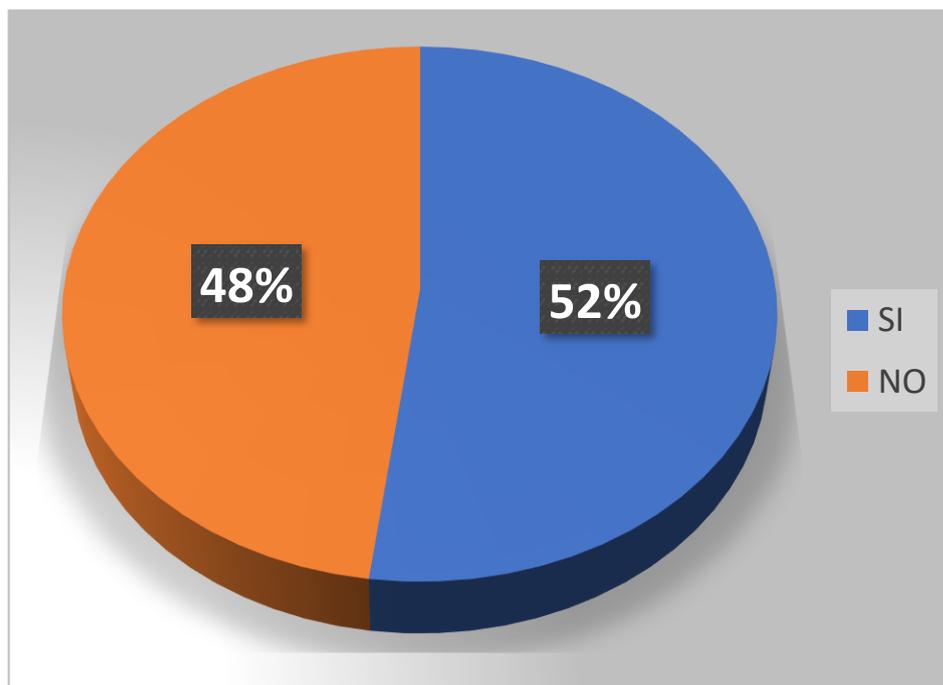


Figura 5: La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las panaderías

En la tabla 05 y en la figura 05 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 52% manifiesta que la empresa si realiza control de sus insumos antes de prestar servicio de calidad y el 48% manifiestan todo lo contrario respecto a ello.

Tabla 6

¿ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| S1 | 16 | 33% |
| NO | 32 | 67% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

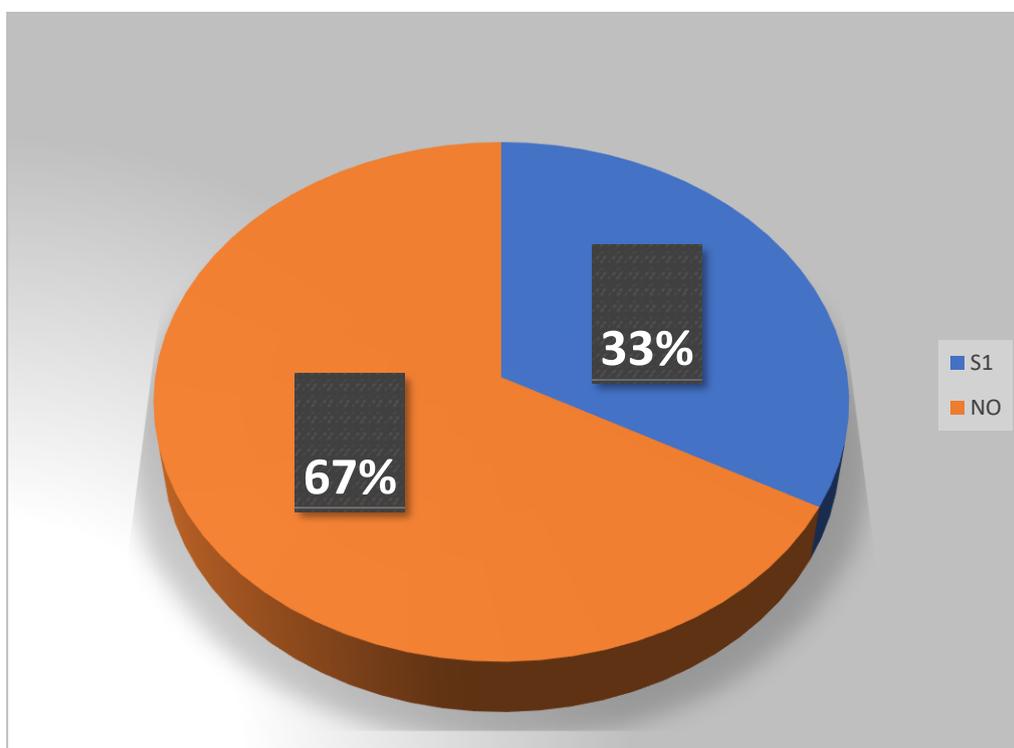


Figura 6: Ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las panaderías

En la tabla 06 y en la figura 06 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 67% no han recibido algún tipo de capacitación concerniente a la atención al cliente y un 33% afirman haber recibido.

Tabla 7

¿En su negocio se fomenta el trabajo en equipo?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 42 | 87% |
| NO | 6 | 13% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

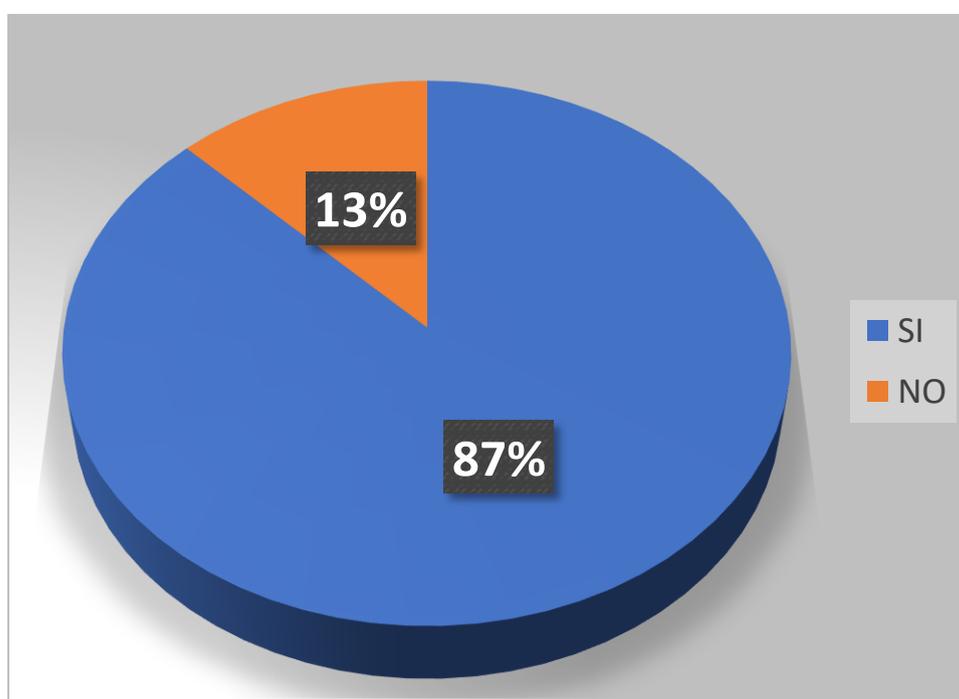


Figura:7 En su Negocio se Fomenta Trabajo en Equipo

Fuente: Resultados de la encuesta aplicadas a los trabajadores de las panaderías.

En la tabla 07 y en la figura 07 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 87% manifiestan que la empresa si fomenta trabajo en equipo, y el 13% manifiesta que no fomenta trabajo en equipo.

Tabla 8

¿Está dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| S1 | 46 | 96% |
| NO | 2 | 4% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

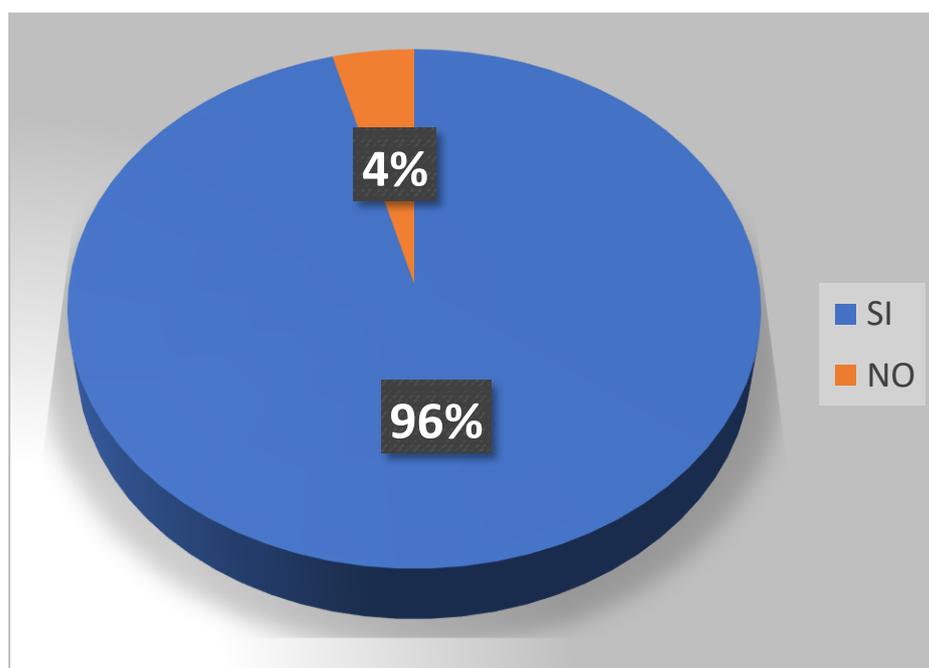


Figura 8: Está dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio

Fuente: Resultados de la encuesta

En la tabla 08 y en el Figura 08 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 96% considera que se debe de haber cambios de mejorar la eficiencia del servicio de calidad de la empresa y el 4% opina lo contrario.

5.2.- Identificar las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro de panaderías y pastelerías del distrito de Lambayeque.

Tabla 9
¿Conoce Ud. si realizan financiamiento para abastecerse de productos?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 43 | 90% |
| NO | 5 | 10% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

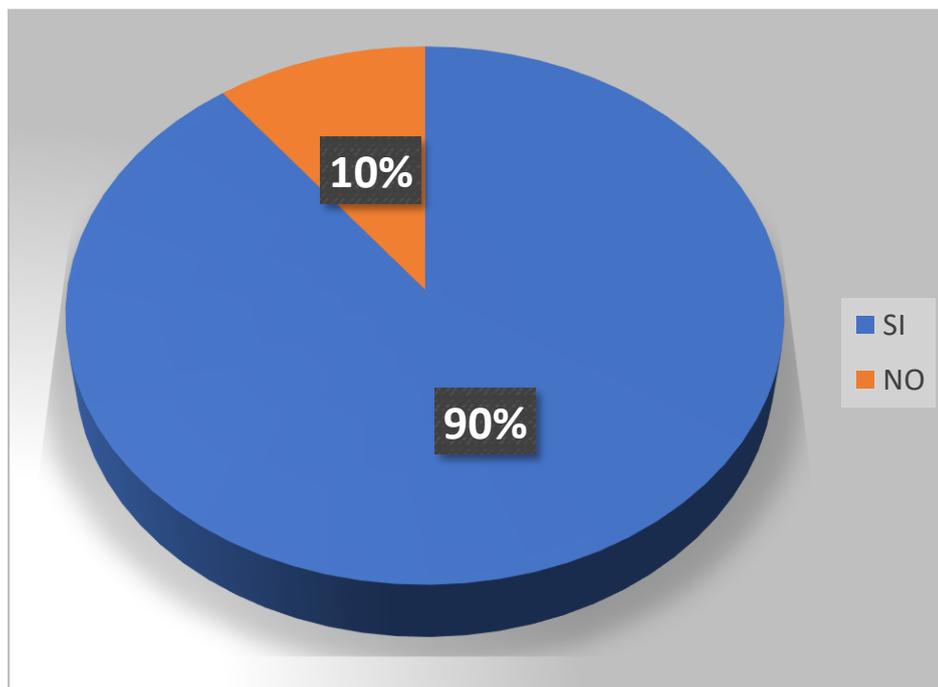


Figura 9: Conoce Ud. si realizan financiamiento para abastecerse de productos

Fuente: Resultados de encuesta aplicadas a los trabajadores de las panaderías

En la tabla 9 y en la figura 9 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 90% manifiesta que, si realizan financiamiento para su empresa, y el 10% manifiestan todo lo contrario respecto a ello

Tabla 10

¿Conoce a sus principales Competidores?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 37 | 77% |
| NO | 11 | 23% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

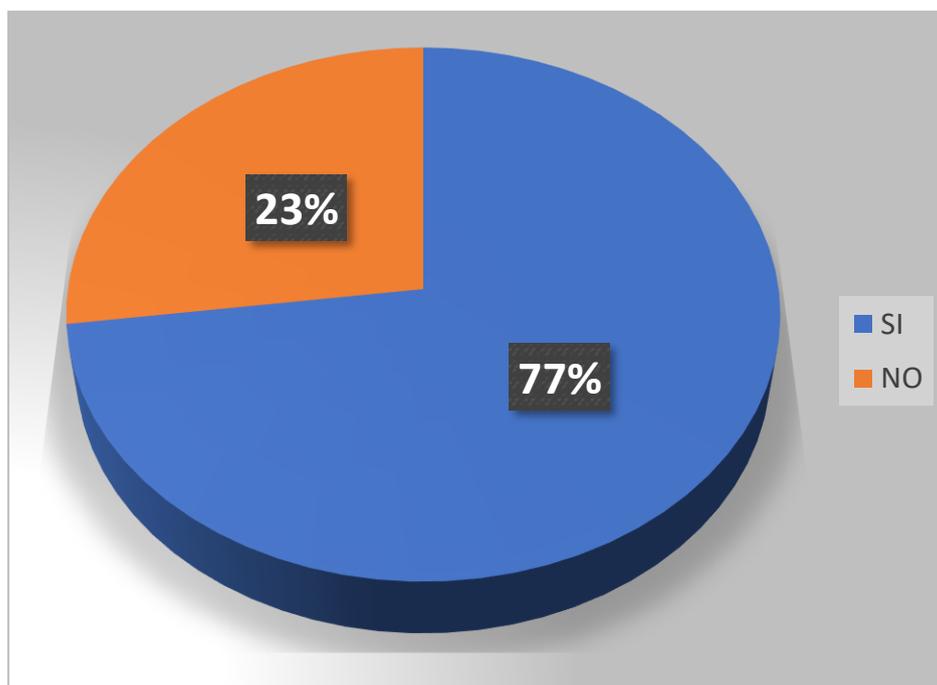


Figura 10: Conoce a sus principales competidores

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a trabajadores de las panaderías

En la tabla 10 y la figura 10, se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 77% manifiesta que si conocen a su competencia y el 23% manifiestan que no.

Tabla 11

¿Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 35 | 73% |
| NO | 13 | 27% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

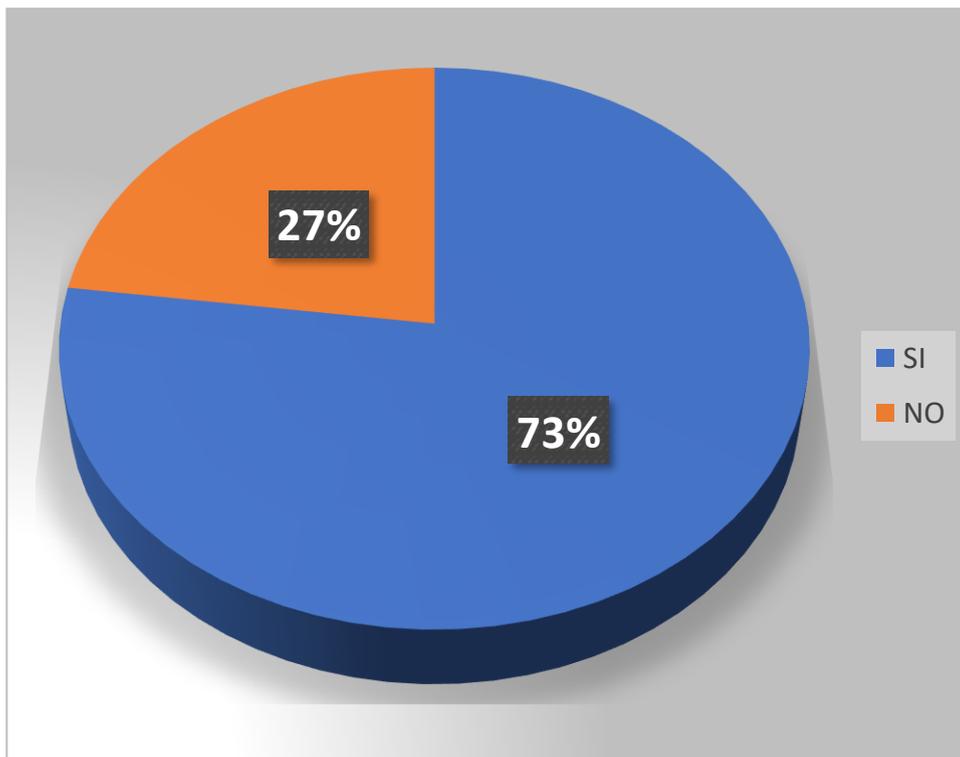


Figura 11: Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio

Fuente: Resultados de encuesta

En la tabla 11 y en la figura 11 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 73% manifiesta que considera que existe una amenaza de ingreso de nuevos competidores en el mercado y el 27% manifiestan todo lo contrario.

Tabla 12

¿considera que su nivel de satisfacción con sus clientes es alto?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 34 | 71% |
| NO | 14 | 29% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

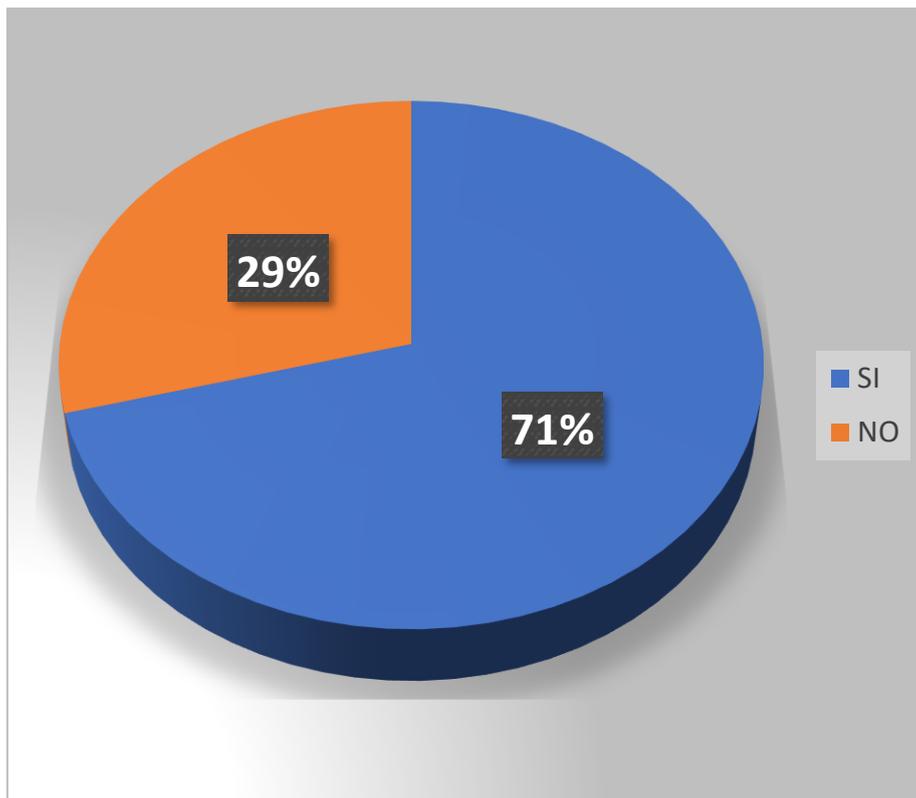


Figura 12: Considera que su Nivel de satisfacción de sus clientes es Alto

Fuente: Resultados de la encuesta

En la tabla 12 y en la figura 12 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 71% manifestó que, su nivel de satisfacción con los clientes para con su empresa, es alto y el 29% manifiestan todo lo contrario respecto a ello.

Tabla 13

¿Ud. se preocupa por la presentación de sus productos-innovación?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 39 | 81% |
| NO | 9 | 19% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

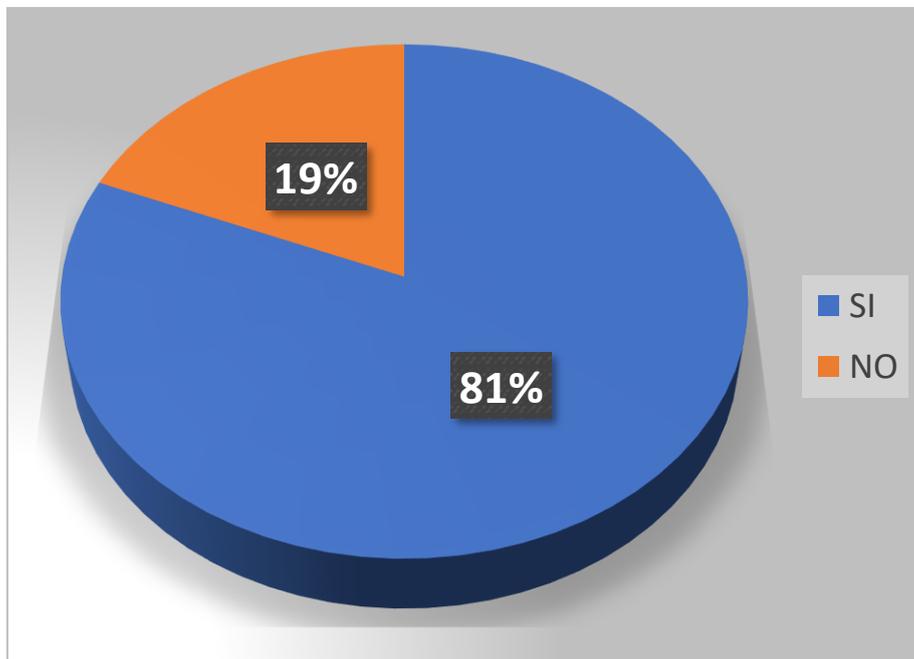


Figura 13: Ud. se preocupa por la Presentación de sus Productos

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las panaderías

En la tabla 13 y la figura 13 se observó que los encuestados afirman que el 81% de sus trabajadores si se preocupa por la presentación de sus productos y el 19% todo lo contrario.

Tabla 14

¿Considera que el negocio tiene ventajas en ideas competitivas?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SÍ | 37 | 77% |
| NO | 11 | 23% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

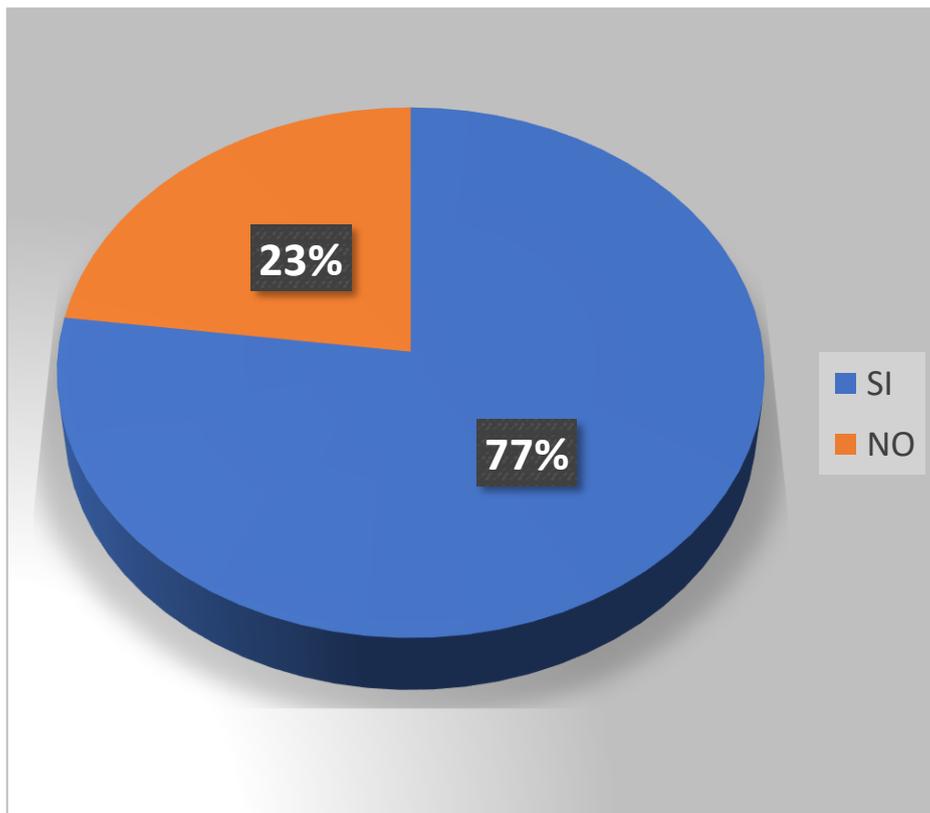


Figura 14: Considera su negocio tiene ventaja en ideas Competitiva

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a trabajadores de las panaderías

En la tabla 14 y la figura 14 se observó que los encuestados afirman que su Mypes tiene ventaja competitiva en un 77% y un 23% de los encuestados manifiesta que no tiene ventaja competitiva

Tabla 15

¿Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad de productos?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 36 | 75% |
| NO | 12 | 25% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En encuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

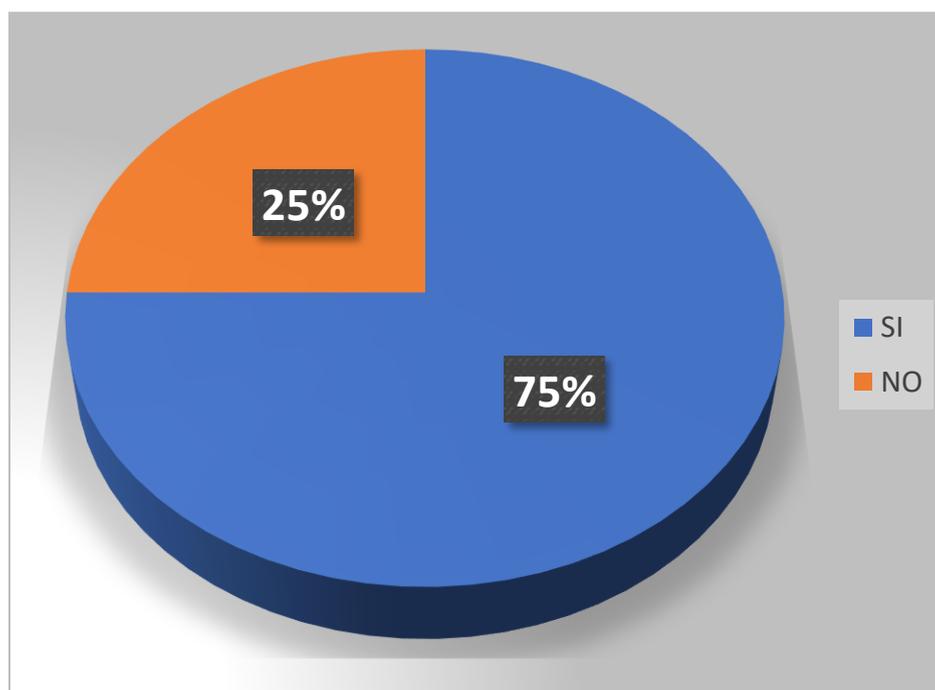


Figura 15: Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad de productos

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a los trabajadores de las panaderías

En la tabla 15 y en la figura 15 se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 75% manifiesta que efectivamente los clientes acuden a la panadería por sus precios y calidad y el 25 % manifiestan todo lo contrario respecto a ello.

Tabla 16

¿Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta?

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| SI | 35 | 73% |
| NO | 13 | 27% |
| Totales | 48 | 100% |

Fuente: En cuesta aplicada a los trabajadores de las Panaderías de distrito de La Victoria

Elaboración: por el investigador

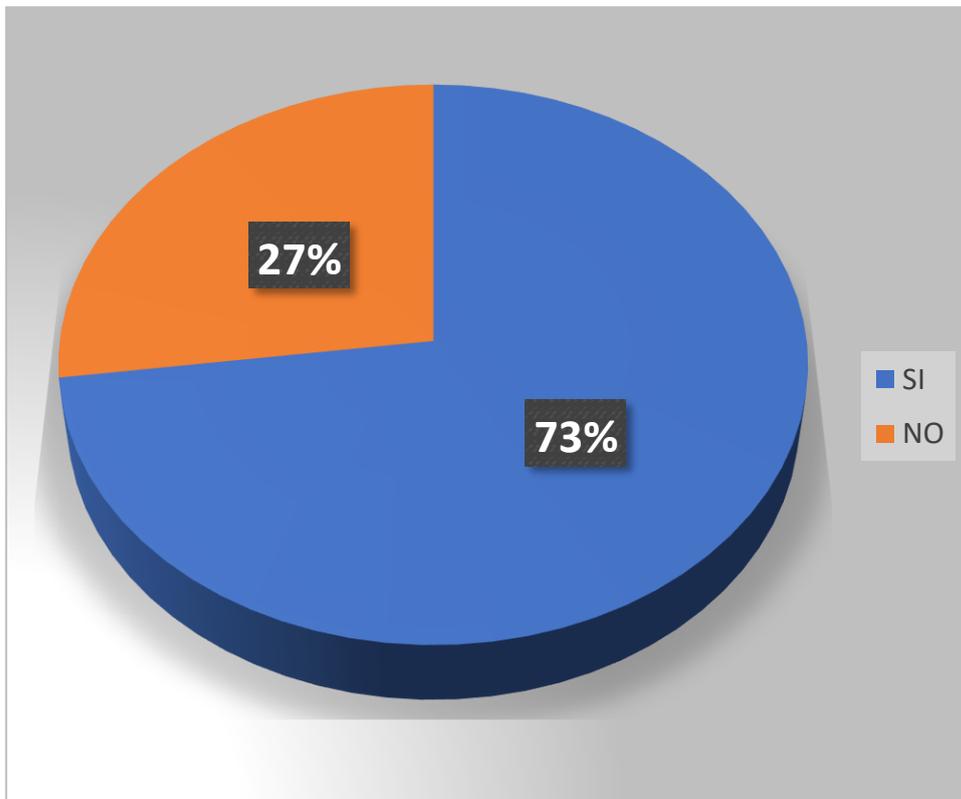


Figura 16: Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta

Fuente: Resultados de encuesta aplicada a los trabajadores de las panaderías.

En la tabla 16 y la figura 16, se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 73% manifiesta que considera que existe una amenaza alta de sus competidores a los que ofrecen y el 27% manifiestan que no.

5.3.- Análisis de Resultados

En la tabla 01 Denominada: Conoce técnicas de gestión para su empresa. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 87% manifiestan que si tienen conocimiento en técnicas de gestión el 13% no conoce específicamente lo que es técnicas de gestión. Resultado discrepante con Torres (2013) quien concluyo que Los gerentes de MYPE desconocen sobre técnicas de gestión. Por otra parte, Fontalvo (2006) manifestó que los emprendedores usan técnicas para mejorar la aplicación de la calidad con procesos bien definidos.

En la tabla 02 Denominada: Tiene conocimiento del significado, ¿Qué, es gestión de calidad? Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 65% manifiestan que si conocen el significado de gestión de calidad para poder desempeñarse en su puesto de trabajo mientras que el 35% manifiesta todo lo contrario. Cercano con Goicochea (2015) manifestó que los emprendedores de MYPE tienen relativo conocimiento del tema de técnicas de gestión de calidad y lo que ha política de calidad se trata. Por otra parte, Fontalvo (2006) manifestó que los planes o programas de capacitación son claves para el mejor desarrollo de los colaboradores y aseguran una buena calidad del producto y del servicio.

En la tabla 03 Denominada: Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 79% conoce lo que implica brindar un servicio de calidad y el 21% manifiestan todo lo contrario. Discrepante con Salazar (2016) concluye que identifico ausencia de herramientas y métodos de promoción y un nivel de aprendizaje secundario. Por otra parte, Fontalvo (2006) manifestó que la calidad es el poder y nivel que adquiere la organización luego de lograr satisfacer las necesidades del cliente.

En la tabla 04 Denominada: Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 83% manifiestan que, si aplican planificación de sus actividades, el 17% manifiesta lo contrario. Por otra parte, Bracho (2007) manifestó que los emprendedores cada día mejoran el nivel de planificación en la determinación de acciones metas y objetivos.

En la tabla 05 Denominada: La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 52% manifiesta que la empresa si realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio de calidad y el 48% manifiestan todo lo contrario respecto a ello. Datos cercanos a Oropeza (2016) quien además concluyo que encontró en su investigación que existe personal que requiere perfeccionar la eficiencia para el manejo de controles y otros aspectos. Por otra parte, Bracho (2007) manifestó que los emprendedores mejoran el sentido del control de sus insumos de materia prima y en especial el de sus gastos administrativos y operativos.

En la tabla 06 Denominada: Ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 67% no han recibido algún tipo de capacitación concerniente a la atención al cliente y un 33% afirman haber recibido. Resultado cercano con Goicochea (2015) quien concluyo que la formación de los colaboradores es pobre o que no tienen experiencia generalmente son inexpertos. Por otra parte, Bracho (2007) manifestó que los emprendedores tienen un sentimiento diferente en relación a la capacitación para darle valor cognitivo a su personal y al servicio o producto.

En la tabla 07 Denominada: En su negocio se fomenta el trabajo en equipo. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 87% manifiestan que la empresa si fomenta trabajo en equipo, y el 13% manifiesta que no fomenta trabajo en equipo. Cercano con Torres (2013) concluyo que al l recurso humano se le debe dar valor siendo la parte esencial de una empresa cualquiera sea la naturaleza. Por otra parte, Cuatrecasas (2012) expreso que hoy en día los negocios para obtener los mejores resultados siguen el trabajo en equipo, para disminuir tiempos y errores.

En la tabla 08 Denominada: Está dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 96% considera que se debe de haber cambios de mejorar la eficiencia del servicio de calidad de la empresa y el 4% opina lo contrario. Cercano con Beltrán (2014) concluyo es esencial el manejo de la innovación, mantenerse informados y manejar métodos y estrategias demostrando el buen manejo de las actividades industriales y comerciales. Por otra parte, Cuatrecasas (2012) Los emprendedores están dispuestos a realizar cambios orientando estos a la mejora de la eficiencia en la organización.

En la tabla 9 denominada: Conoce Ud. si realizan financiamiento para abastecerse de productos. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 90% manifiesta que, si realizan financiamiento para su empresa, y el 10% manifiestan todo lo contrario respecto a ello. Cercano con Aguirre (2013) quien manifestó que el personal capacitado es un valor que representa inversión, siendo necesario el financiamiento para continuar con los planes de capacitación y de inversión. Por otra parte, Rodríguez (2016) manifestó que las MYPE investigan estrategias claves que les oriente a la mejor decisión para realizar financiamiento para capital de trabajo y abastecerse de los insumos primordiales.

En la tabla 10 denominada: Conoce a sus principales Competidores. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 77% manifiesta que si conocen a su competencia y el 23% manifiestan que no. Cercano con Cruz (2016) quien en su investigación concluyo sobre la importancia de generar ideas sostenibles que eleven la competitividad. Por otra parte, Haguenaer (1990) manifestó que los emprendedores se organizan en empresas jurídicas o persona natural con negocio, nacen y crecen conociendo perfectamente a su competencia.

En la tabla 11 denominada: Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 73% manifiesta que considera que existe una amenaza de ingreso de nuevos competidores en el mercado y el 27% manifiestan todo lo contrario. Cercano con Cruz (2016) quien en su investigación concluyo sobre la importancia de generar ideas sostenibles que eleven la competitividad, el personal capacitado es un valor que representa inversión. Por otra parte, Haguenaer (1990) manifestó que los emprendedores se organizan, nacen y crecen conociendo perfectamente a su competencia, ello les permite considerar que existe la amenaza permanente de nuevas empresas que se presenten en el mercado.

En la tabla 12 denominada: Considera que su nivel de satisfacción con sus clientes es alto. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 71% manifestó que, su nivel de satisfacción con los clientes para con su empresa, es alto y el 29% manifiestan todo lo contrario respecto a ello. Cercano con Olaya (2018) concluyo que los emprendedores deben contar con personal de un nivel cognitivo muy elevado, desarrollar la eficiencia y eficacia en el desarrollo de sus actividades. Por otra parte, Bengochea (2002) quien manifestó que la satisfacción del cliente es un tema principal

y obligatorio, las organizaciones buscan complacer a cada cliente con respeto, disciplina, calidad logrando que perciba beneficios de la calidad de atención que recibe.

En la tabla 13 denominada: Ud. se preocupa por la presentación de sus productos- innovación. Se observó que los encuestados afirman que el 81% de sus trabajadores si se preocupa por la presentación de sus productos y el 19% todo lo contrario. Cercano con Capuñay (2018) quien concluyo que los gerentes de organizaciones utilizan la tecnología considerándola muy positiva para conservar la competitividad del negocio y fidelizar a los clientes. Por otra parte, Bengochea (2002) quien manifestó que la satisfacción del cliente es un tema de innovación para complacer a cada cliente con respeto, disciplina, calidad logrando que perciba beneficios de la calidad de atención que recibe.

En la tabla 14 denominada: Considera que el negocio tiene ventajas en ideas competitivas Se observó que los encuestados afirman que su Mypes tiene ventaja competitiva en un 77% y un 23% de los encuestados manifiesta que no tiene ventaja competitiva. Cercano con Capuñay (2018) quien concluyo que los gerentes de organizaciones utilizan la tecnología considerándola muy positiva para conservar la competitividad del negocio y fidelizar a los clientes, y generando ideas muy constructivas que aseguren las ventajas competitivas en costos, diferenciación. Por otra parte, Pelayo (2011) manifestó que las actuales organizaciones requieren y oferta para personal con perfil competente, además para ellos es una ventaja competitiva basándose en lo cognitivo para mejorar la producción apoyados además en la tecnología.

En la tabla 15 denominada: Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad de productos. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 75% manifiesta que efectivamente los clientes acuden a la panadería

por sus precios y calidad y el 25 % manifiestan todo lo contrario respecto a ello. Cercano con Suluco (2016) concluyo que las empresas innovadoras siempre preparan productos dentro de estándares de calidad, manejan costos controlando los costos fijos que les permite poder establecer costos adecuados para el mercado y ser competitivos. Por otra parte, Pelayo (2011) manifestó que las actuales organizaciones requieren y oferta para personal con perfil competente, además para ellos es una ventaja competitiva basándose en lo cognitivo para mejorar la producción apoyados además en la tecnología.

En la tabla 16 denominada: Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta. Se observó que de los 48 trabajadores encuestados el 73% manifiesta que considera que existe una amenaza alta de sus competidores a los que ofrecen y el 27% manifiestan que no. Cercano con Aguirre (2013) concluyo que la capacitación es clave para desarrollar al personal y se encuentre preparado para brindar el mejor servicio al cliente y tenerlo fidelizado. Por otra parte, Pelayo (2011) manifestó que las actuales organizaciones requieren y oferta para personal con perfil competente, además para ellos es una ventaja competitiva basándose en lo cognitivo para mejorar la producción apoyados además en la tecnología.

VI.- CONCLUSIONES

- Con respeto a las primordiales características de gestión de calidad, se identificó que aplican: La mejora de la calidad; seguidamente El control de la calidad y la Calidad. Siempre efectúan cambios, incrementan las capacidades de sus colaboradores y mantienen el nivel de eficiencia, trabajan en equipo con técnicas de gestión empresarial, planifican sus actividades logrando los objetivos propuestos con calidad. Sin embargo, el personal recibe poca a

capacitación sobre atención al cliente.

- Con respecto a las principales características de competitividad se identificó: Estrategias, seguidamente, estimulan la competitividad, ventajas competitivas y comparativas. Estratégicamente usan el financiamiento para obtener capital de trabajo fresco a muy corto plazo; presentan innovación de productos; conocen bien a sus competidores y obtienen ventajas competitivas, tienen precios bajos y productos de calidad; siempre están alerta por la presencia de nuevos competidores.

- **Recomendaciones**

Elaboración de plan o programa anual de capacitación, para dueños y colaboradores en temas de:

- Técnicas de atención al cliente cara a cara
- Sistemas de control de los insumo o materia prima.
- Técnicas integrales de gestión de calidad y endomarketing
- Tipos de logro de satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

- Aguirre, Q. (2013). *Caracterización de la competitividad de las mypes del Perú, caso de la panadería y pastelería el manantial e.i.r.l. Nuevo Chimbote. (Tesis de postgrado), Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Nuevo Chimbote.* <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10562/>
- Arias, F. (2012) *El proyecto de Investigación. Formulación de Hipótesis Sexta edición ampliada y corregida. Editorial Episteme. Caracas. República Bolivariana de Venezuela. Editorial Episteme 6° Edición. (Premio Nacional del Libro 2006)* <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL->

PROYECTO-DE- INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf

- Becerra, G., Ramírez, M., Sáenz, A y Solórzano, R. (2009). *Competitividad Empresarial, Santiago de Chile, Chile. (Tesis de Postgrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1640/>*
- Beltrán, O. (2014). *Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes sector industrias, rubro panaderías. Chimbote. (Tesis de Postgrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1640>*
- Benites, S y Punguil, P (2009) *Mejora de procesos en el área de administración y producción de la planificación Delicake en Guayaquil. (Tesis de Post grado). Universidad Guayaquil- Ecuador*
- Bracho Y. (2007). *Gestión de Calidad en las Empresas del Sector Azucarero del Occidente de Venezuela. (Tesis de postgrado). Universidad Rafael Bellosso Chacín de la República Bolivariana de Venezuela.<http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.com/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-parte-1.html>*
- Cabrera, A., López, P. y Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de investigación. Administración de Empresas, N. 4. Ediciones Fundación Universidad Central. (Tesis de Postgrado). Universidad Central de Colombia. <https://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/la-competitividad-empresarial-un-marco-conceptual-para-su-estudio-0>*
- Capuñay, R. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú. Monsefú. (Tesis de Postgrado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9152>*
- Castillo, B y Castro, K (2017) *Plan estratégico de branding para desarrollar ventajas competitivas en la pastelería mil delicias. (Tesis Postgrado) Universidad de Guayaquil – Ecuador*
- Cruz, Y. (2016). *Caracterización competitividad y gestión de calidad en las mypes rubro banano orgánico. Tumbes. (Tesis de Postgrado) Universidad Católica*

los Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2967>

Cuatrecasas, Ll. (2012). *Organización de la Producción y Dirección de Operaciones. Sistemas Actuales de Gestión Eficiente y Competitiva. España: Ediciones. Díaz de Santos. (Libro en Papel-ISBN.978-84-7978-997-8).* https://books.google.com.pe/books/about/Organizaci%C3%B3n_de_la_producci%C3%B3n_y_direcc.html?id=6jNY9FcLGcoC&redir_esc=y

Curo, R. (2014). *La planificación estratégica empresarial su, influencia en la competitividad en la mypes sus efectos en los estados financieros. Huamanga. (Tesis de Postgrado.) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.* <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1159>

Dávila C. (1995): *La calidad en el servicio; 1ra. Edición Panorama editores; México [Extraído el 23 de Julio de 2016]. Disponible en: 134* <http://www.monografias.com/trabajos96/calidad-en-el-servicio-al-cliente/calidad-en-el-servicio-al-cliente.shtml#ixzz3ws56jJ69> <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2137/>

Delgado, D y Torres, A. (2017) *Propuesta de rediseño organizacional de la cadena de panaderías virgen del Carmen S.A.C de la región Lambayeque. (Tesis de Post grado) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo Perú.*

Figueroa, Y. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Lean manufacturan del sector industrial. rubro elaboración de productos de panadería. Huaraz. (Tesis de Postgrado.) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.* <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1062>.

Fontalvo, T. (2006). *La gestión avanzada de la calidad: metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de la calidad. Bogotá: Corporación para la gestión del conocimiento ASD 2000. Recuperado el 01 de octubre de 2016, (Tesis de Postgrado.) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.* <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10562/>

- García, M. (2011). (04 de mayo de 2011). *Gestiopolis.com*. Obtenido de *Gestiopolis.com*: <https://www.gestiopolis.com/sistemas-medida-productividad-bajo-enfoqueteoria-identidad/> (Tesis de Postgrado.) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10221>
- Goicochea, K. (2015). *La gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio. - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de villa maría del triunfo. lima.* (Tesis de Postgrado.) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>
- González, F. (2000). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa–Aguaytía, región Ucayali, año 2018* (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6411/>
- Hernández, S. (2014). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito la esperanza. Trujillo.* (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. [Repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/)
- Hidalgo A. (2002). “*La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones;* (Libro- PDF-I.S.B.N.: 978-84-368-2998-3) Ed. Pirámide. Madrid. España. <https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=554132>
- Ishikawa, K. (1989). *Concepto de gestión de calidad [Extraído el 25 de mayo del 2017]*<https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-jurandemingcrosby-e- Ishikawa/> (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2206/>
- Juran, J.(1990). *Juran y el Liderazgo para la Calidad: Manual para Ejecutivos.* Ediciones Díaz de santos. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1268/>
<http://www.monografias.com/trabajos96/liderazgo-en-la-gestion-de-calidad/liderazgo-en-la-gestion-de-calidad2.shtml#ixzz2tflxrab>

Lmentalmarkt, E., (2013), “Beneficios de lograr la satisfacción del cliente” (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1268/>
<https://lmentalmarkt.wordpress.com/2013/09/09/beneficios-de-lograr-la-satisfaccion-del-cliente/>

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados un enfoque aplicado*, México: Pearson Educación de México, S. A. Recuperado de:
https://www.academia.edu/11400390/Investigacion_de_Mercados_5ta_Edicion_-_Naresh_K._Malhotra.

(Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10737/>

Mathews, J. (2009). *El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes.1 EDICION, PAG20 PERU*. Disponible en:

<http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/COMPETITIVIDAD.pdf> Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/578/>

Olaya, M. (2018). *Caracterización de la Competitividad y formalización de las Mype rubro panaderías de Campo Polo Castilla – Piura*. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/7405>

Oropeza, N. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes)*. Huaraz. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/825/>

Páez, D. (2017). *El pan: un favorito latinoamericano y mundial*.
<https://latinamericanpost.com/es/15886-el-pan-un-favorito->

latinoamericano-y- mundial. Copy edited by Susana Cicchetto

- Pelayo, C. (2011) *Como estimular la productividad. La Competitividad*. [Citada 2013 Agos. 14]. Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml#ixzz2aqDVdGho>. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14492/>
- Porter, M. (1991). *Estrategias Competitivas: Los Conceptos Centrales*. En M. E. Porter, *VENTAJA COMPETITIVA creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Buenos Aires: Rei Argentina, SA. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/864/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2013) *Plan de análisis*. Publicado: 2010. Actualizado: 2013. Definición de: Definición de ganancia (<https://definicion.de/ganancia/>). (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8897/>
- Rodríguez, M. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes en los servicios de venta de electrodomésticos*. Juanjui. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/629/>
- Rodríguez, W. (2011). *Guía de Investigación Científica*. Universidad de Ciencias y Humanidades. Fondo Editorial UCH. Editor: Lima: Asociación Civil Universidad de Ciencias y Humanidades, Fondo Editorial, 2011.
<http://repositorio.uch.edu.pe/handle/uch/23>
- Robles, P. y Rojas, M. (2015). *La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada*. Revista Nebrija de Lingüística Aplicada (2015) 18. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2838/>
- Salazar, D. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las pymes del sector comercio, rubro venta al por*

- menor en comercio no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco(bodegas). Huaraz. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/840/>
- Sánchez, J. (2013). *Gestión de la calidad proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las mypes rubro restaurantes. Trujillo año 2013. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/>
- Sulco, A. (2016). *Caracterización de la competitividad y el Kaizen en las mypes rubro restaurantes de la urbanización los rosales. Piura año 2016. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1033>
- Torres, J. (2013). *caracterización de la gestión de calidad en las mypes del sector servicio, rubro cevicherías del p.j Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/>
- Ugaz, L. (2012). *Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO: 2008 aplicado a una empresa de fabricación de legía. (Tesis de Post Grado) Tesis para optar por el título de ingeniero industrial, Pontificia universidad católica del Perú, Lima- Perú.*
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/1424>
- Urcia, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector comercial rubro zapaterías. Chiclayo, 2016 (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3164/>
- Velandia, J. (2009) *Diseño de un plan de gestión orientado al establecimiento de un sistema de gestión de calidad para la panadería pan rico ubicada en el municipio de Aguazul Casanare, (Tesis de Post Grado) presentada en la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad de La Salle, Bogotá.*
- Weinberger, K. (2009). *Estrategia: Para lograr y mantener la competitividad de la empresa. Lima: Nathan Associates Inc. 1era Edición. (Tesis de Post Grado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.*

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1041/>

ANEXO

ENCUESTA

Objetivo: Recopilar información sobre las Mypes del rubro de panaderías en el distrito de La Victoria- Chiclayo.

I.- Información sobre gestión de calidad:

1.1. ¿Conoce técnicas de gestión para su empresa?

Si () No ()

1.2. ¿Tiene conocimiento del significado, que es gestión de calidad?

Si () No ()

1.3. ¿Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad?

Si () No ()

1.4. ¿Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos?

Si () No ()

1.5. ¿La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio?

Si () No ()

1.6. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados?

Si () No ()

1.7. ¿En su negocio fomenta el trabajo en equipo?

Si () No ()

1.8. ¿Está dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio?

Si () No ()

II.- Información sobre Competitividad:

2.1. ¿Conoce usted, si realizan financiamiento para abastecerse de productos?

Si () No ()

2.2. ¿Conoce a sus principales competidores?

Si () No ()

2.3 ¿Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio?

Si () No ()

2.4 ¿Considera que su nivel de satisfacción con sus clientes alto?

Si () No ()

2.5 ¿Ud. se preocupa por la presentación de sus productos - innovación?

Si () No ()

2.6. ¿Considera que el negocio tiene ventajas en ideas competitivas?

Si () No ()

2.7¿Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad del producto?

Si () No ()

2.8 ¿Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta?

Si () No ()

| ANEXO: MATRIZ DE INDICADOR PREGUNTA | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------|---|----------------------|--|------------|---------|
| Tabla N° | Variable | Dimensión | Indicador | Preguntas | Fuente | Nivel |
| 1 | GESTIÓN DE CALIDAD | Primordiales características de la gestión de calidad | Calidad | ¿Conoce técnicas de gestión para su empresa? | Trabajador | Nominal |
| 2 | | | | ¿Tiene conocimiento del significado, que es gestión de calidad? | Trabajador | Nominal |
| 3 | | | | ¿Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad? | Trabajador | Nominal |
| 4 | | | Control de calidad | ¿Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos? | Trabajador | Nominal |
| 5 | | | | ¿La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio? | Trabajador | Nominal |
| 6 | | | | ¿ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados? | Trabajador | Nominal |
| 7 | | | Mejora de la calidad | ¿En su negocio se fomenta el trabajo en equipo? | Trabajador | Nominal |
| 8 | | | | ¿Está dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio? | Trabajador | Nominal |

| ANEXO: MATRIZ DE INDICADOR PREGUNTA | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------|--|---|--|------------|---------|
| Tabla N° | Variable | Dimensión | Indicador | Pregunta | Fuente | Nivel |
| 9 | COMPETITIVIDAD | Principales características de la competitividad | Estrategia Clave De La Competitividad | ¿Conoce Ud, si realizan financiamiento para abastecerse de productos? | Trabajador | Nominal |
| 10 | | | competitividad de las mypes | ¿Conoce a sus principales Competidores? | Trabajador | Nominal |
| 11 | | | | ¿Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio? | Trabajador | Nominal |
| 12 | | | satisfacción del cliente | ¿considera que su nivel de satisfacción con sus clientes es alto? | Trabajador | Nominal |
| 13 | | | Estimular la competitividad | ¿Ud. se preocupa por la presentación de sus productos-innovación? | Trabajador | Nominal |
| 14 | | | Ventajas comparativas y ventajas competitivas | ¿Considera que el negocio tiene ventajas en ideas competitivas? | Trabajador | Nominal |
| 15 | | | | ¿Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad de productos? | Trabajador | Nominal |
| 16 | | | | ¿Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta? | Trabajador | Nominal |

| MATRIZ DE RESULTADOS Y PORCENTAJES | | | | | | | |
|------------------------------------|--|------------|----|-------|--------------|-----|-------|
| Tabla N° | Preguntas | FRECUENCIA | | | PORCENTAJE % | | |
| | | SI | NO | TOTAL | SI | NO | TOTAL |
| 1 | ¿Conoce técnicas de gestión para su empresa? | 42 | 6 | 48 | 87% | 13% | 100% |
| 2 | ¿Tiene conocimiento del significado, que es gestión de calidad? | 31 | 17 | 48 | 65% | 35% | 100% |
| 3 | ¿Realiza la empresa métodos de mejora de la calidad? | 38 | 10 | 48 | 79% | 21% | 100% |
| 4 | ¿Percibe que la planificación mejora la gestión de calidad para lograr sus objetivos? | 40 | 8 | 48 | 83% | 17% | 100% |
| 5 | ¿La empresa realiza control de sus insumos antes de prestar el servicio? | 25 | 23 | 48 | 52% | 48% | 100% |
| 6 | ¿ha recibido algún tipo de capacitación concerniente a atención del cliente sus empleados? | 16 | 32 | 48 | 33% | 67% | 100% |
| 7 | ¿En su negocio se fomenta el trabajo en equipo? | 42 | 6 | 48 | 87% | 13% | 100% |
| 8 | ¿Está dispuesto a hacer cambios que mejoren su eficiencia en el negocio? | 46 | 2 | 48 | 96% | 4% | 100% |
| | | | | | | | |
| 9 | ¿Conoce ud si realizan financiamiento para abastecerse de productos? | 43 | 5 | 48 | 90% | 10% | 100% |
| 10 | ¿Conoce a sus principales Competidores? | 37 | 11 | 48 | 77% | 23% | 100% |
| 11 | ¿Considera que pudiera existir amenaza de incorporación de recientes competidores en el negocio? | 35 | 13 | 48 | 73% | 27% | 100% |
| 12 | ¿considera que su nivel de satisfacción con sus clientes es alto? | 34 | 14 | 48 | 71% | 29% | 100% |
| 13 | ¿Ud se preocupa por la presentación de sus productos-innovación? | 39 | 9 | 48 | 81% | 19% | 100% |
| 14 | ¿Considera que el negocio tiene ventajas en ideas competitivas? | 37 | 11 | 48 | 77% | 23% | 100% |
| 15 | ¿Considera usted que los clientes acuden a la MYPE por sus precios y calidad de productos? | 36 | 12 | 48 | 75% | 25% | 100% |
| 16 | ¿Considera que su rivalidad con sus competidores es Alta? | 35 | 13 | 48 | 73% | 27% | 100% |

