



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPE, RUBRO TRANSPORTE TERRESTRE RUTA
PAITA-PIURA, AÑO 2019.**

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

AUTORA:

ESPINOZA GUANILO, LEIDY DIANA

ORCID: 0000-0003-3463-9665

ASESOR:

PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN

ORCID: 0000- 0002- 5394-1037

PIURA – PERÚ

2021

TÍTULO

“Gestión de la calidad y competitividad de las MYPE, rubro transportes terrestre ruta Paita-Piura.”

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Espinoza Guanilo, Leidy Diana

ORCID: 0000-0003-3463-9665

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

Perú

ASESOR

Peláez Camacho, Héctor Yvan

ORCID: 0000- 0002- 5394-1037

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura,

Perú

JURADO

Mgr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Mgr. Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Mgr. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgr. Guzmán Castro Iván Arturo

Secretario

Mgr. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

Miembro

Mgr. Peláez Camacho Héctor Iván

Asesor

AGRADECIMIENTO

Gracias a mi padre Jehová por brindarme a la familia más hermosa del mundo y por permitirme llegar a cumplir una de mis metas trazadas, a mis padres Ana Bertha y Juan Marcial gracias por el amor recibido, la dedicación y la paciencia con la que cada día se preocupaban por mí, por acompañar en cada uno de mis proyectos e impulsarme a lograrlos. A mis hermanos Eddwin Sebastián, Juan Carlos y Yojany Danicsa agradecerle por cuidarme desde pequeña y acompañarme en todo momento de mi vida.

A mi abuelo Sebastián Guanilo y la Sr. Janeth Pacherras agradecerles a ustedes por enseñarme a conocer a Dios sin ustedes no hubiera conocido el amor tan inmenso que tiene Dios por cada uno de sus hijos. Gracias a Lisbeth Nima por estar conmigo en todo momento en la buenas y las malas, A Dante Olivera por impulsarme cada día a mejorar, por sus conocimientos brindados que fueron de suma importancia dentro de este trabajo de investigación. Gracias a Steven Castro por confiar en mí y en mis expectativas. Son tantas las personas que tengo que agradecer en mi familia que hicieron posible este triunfo, gracias a todos ustedes que creyeron en mí.

DEDICATORIA

Este presente trabajo de investigación está dedicado de manera especial a mi padre Jehová ya que sin el no lo hubiera logrado, junto a cada uno de los integrantes de mi familia. A Lisbeth Nima y Dante Olivera que con su apoyo han hecho que este trabajo se realice, cada uno de ustedes son un regalo valioso que Dios me ha dado.

RESUMEN

Este trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y competitividad de las MYPE, rubro transporte terrestre ruta Paita-Piura, año 2019. Donde su objetivo de la investigación es identificar las características de gestión de la calidad y competitividad de las MYPE rubro transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019; cuyo planteamiento de problema se enfocó en el enunciado, ¿Cuáles son las características que abarca la gestión de la calidad y competitividad de las MYPE- rubro transporte terrestre PAITA-PIURA, año 2019? La metodología de nivel de investigación es descriptiva, tipo de investigación es cualitativa, el diseño de la investigación es no experimental transversal, la población fue finita e infinita para ambas variables, la muestra fue de 4 propietarios, 16 colaboradores y 68 clientes. Se obtuvo que el 100% de los propietarios proponen y diseñan estrategias para contribuir a la mejora continua. Mientras que 81% de clientes consideran que la calidad del servicio va acorde con el precio que proponen las MYPE. Se puede concluir que las MYPE son eficientes y eficaces, cubren las necesidades de los usuarios, donde mostraron ser competitivas acordes con sus precios frente a otras MYPE, logrando las metas y objetivos diseñados por ellos.

Palabras claves: Gestión de la calidad, competitividad, transporte, MYPE

ABSTRACT

This research work entitled "Management of quality and competitiveness of MSEs, land transport route Paita-Piura, year 2019. Where its objective of the research is to identify the characteristics of quality management and competitiveness of MSEs land transport, PAITA-PIURA route, year 2019; whose problem statement was focused on the statement, what are the characteristics covered by the quality management and competitiveness of the MYPE- PAITA-PIURA land transport item, year 2019? The research level methodology is descriptive, the type of research is qualitative, the research design is non-experimental, cross-sectional, the population was finite and infinite for both variables, the sample consisted of 4 owners, 16 employees and 68 clients. It was obtained that 100% of the owners propose and design strategies to contribute to continuous improvement. While 81% of clients consider that the quality of the service is in line with the price proposed by the MYPE. It can be concluded that MSEs are efficient and effective, they meet the needs of users, where they showed to be competitive in line with their prices compared to other MSEs, achieving the goals and objectives designed by them.

Keywords: Quality management, competitiveness, transportation, MYPE

ÍNDICE DE CONTENIDO

TÍTULO	ii
EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	ix
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE GRAFICOS	xii
I. INTRODUCCIÓN	14
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	22
2.1. ANTECEDENTES.....	22
Variable de Gestión de Calidad.....	22
Variable de Competitividad.....	26
2.2. BASES TEÓRICAS.....	31
Variable de Gestión de la Calidad.....	31
Variable de Competitividad.....	43
III. HIPÓTESIS	50
IV. METODOLOGIA	51
4.1 Tipo de investigación.....	51
4.2 Nivel de la investigación.....	51
4.3 Diseño de la investigación.....	51
4.4 Población y muestra.....	52
4.5 Definición y operacionalización de las variables.....	56
4.6 Técnicas e instrumento.....	57
4.7 Plan de análisis.....	57
4.8 Principios éticos.....	58
4.9 Matriz De Consistencia.....	62
V. RESULTADOS	63
5.1 Resultados.....	63
5.2. Análisis de resultados.....	87
VI. CONCLUSIONES.....	104
RECOMENDACIONES.....	106

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	107
ANEXO.....	112
<i>Anexo 1: Cronograma de actividades.....</i>	<i>113</i>
<i>Anexo 2: Presupuesto.....</i>	<i>114</i>
<i>Anexo 3: Constancia de Validación.....</i>	<i>115</i>
<i>Anexo 4: cuestionarios aplicados:.....</i>	<i>123</i>
<i>Anexo 5: libro de códigos.....</i>	<i>127</i>
<i>Anexo 6: Matriz operacionalización de variables.....</i>	<i>131</i>
<i>Anexo 7: matriz de resultados.....</i>	<i>133</i>
<i>Anexo 8: Evidencia de turnitin:.....</i>	<i>135</i>

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 2 ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 3 ¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 4 ¿usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 5: ¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 6: Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 7: ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 8: ¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 9: ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 10: Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 11: ¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 12: ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 13: ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 14: ¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 15: ¿usted cuenta con la experiencia de más de un año manejando autobuses?.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 16: ¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 17: ¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 18: ¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 19: ¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 20: ¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 21: ¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 22: ¿A usted le proporcionan capacitaciones?.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 23: ¿Usted recibe un salario fijo?.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 24: ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?.....</i>	<i>86</i>

INDICE DE GRAFICOS

<i>Grafica 1: diagrama circular qué representa, ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?.....</i>	<i>63</i>
<i>Grafica 2: Diagrama circular que representa ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?.....</i>	<i>64</i>
<i>Grafica 3: Diagrama circular que representa ¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos? ..65</i>	<i>65</i>
<i>Grafica 4: diagrama circular que representa, ¿usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?.....</i>	<i>66</i>
<i>Grafica 5: Diagrama circular que representa ¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?</i>	<i>67</i>
<i>Figura 6: Diagrama circular que representa ¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?</i>	<i>68</i>
<i>Grafica 7: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?.....</i>	<i>69</i>
<i>Grafica 8: Diagrama circular que representa, ¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?</i>	<i>70</i>
<i>Grafica 9: Diagrama circular que representa, ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?</i>	<i>71</i>
<i>Grafica 10: Diagrama circular que representa, Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?.....</i>	<i>72</i>
<i>Grafica 11: Diagrama circular que representa, ¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?</i>	<i>73</i>
<i>Grafica 12: Diagrama circular que representa, ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?.....</i>	<i>74</i>
<i>Grafica 13: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?</i>	<i>75</i>
<i>Grafica 14: Diagrama circular que representa, ¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?.....</i>	<i>76</i>
<i>Grafica 15: diagrama circular que representa, ¿usted cuenta con la experiencia de más de un año manejando autobuses?</i>	<i>77</i>
<i>Grafica 16: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?</i>	<i>78</i>
<i>Grafica 17: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?</i>	<i>79</i>
<i>Grafica 18: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?.....</i>	<i>80</i>
<i>Grafica 19: Diagrama circular que representa, ¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?</i>	<i>81</i>
<i>Grafica 20: Diagrama circular que representa, ¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?.....</i>	<i>82</i>
<i>Grafica 21: Diagrama circular que representa, ¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?.....</i>	<i>83</i>
<i>Grafica 22: diagrama circular que representa, ¿A usted le proporcionan capacitaciones?.....</i>	<i>84</i>
<i>Grafica 23: diagrama circular que representa, ¿Usted recibe un salario fijo?.....</i>	<i>85</i>
<i>Grafica 24: diagrama circular que representa, ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral? ...</i>	<i>86</i>

I. INTRODUCCIÓN

En México uno de los transportes más utilizados es el terrestre, si tan solo vimos la cifra correspondiente es del 75% corresponde al transporte terrestre como el primordial medio para desplazarse dentro de este territorio. Además, debemos tener en cuenta la accesibilidad existente relacionada con los diferentes tipos de transporte siendo el más preferido por la población. Teniendo en cuenta que existe falta de colaboradores, encontrar operadores en este rubro es un reto para los dueños de las MYPE, cada vez aumenta más la demanda de servicios de transporte terrestre (Orán, Calderón, & Campo, 2017).

En Colombia se especificó las cifras publicadas donde la problemática que tienen con el transporte terrestre frente a la sobreoferta de vehículos de transporte peatonal, debido que actualmente una parte importante de la flota usada su operatividad supera los 20 años, ya que tienen que ser reemplazados de forma pronta por vehículos que se encuentren a la vanguardia de las necesidades recientes, con más tecnología y sostenibles con el medio ambiente (Salazar, 2019).

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015) como parte del análisis llevado a cabo en el marco del proyecto Estratégico del sector Transporte y Telecomunicaciones 2012-2016. La infraestructura vial del sistema nacional de carreteras, por área de rodadura que existe ha sido de 156 792 Km. de los cuales 25 005 Km. (15.95%) son carreteras nacionales y permanecen bajo la competencia del Ministerio de transportes y comunicaciones 24 992 Km (15.94%) son carreteras departamentales y permanecen al mando de los Gobiernos Regionales y 106 794 Km. (68.11%) son senderos vecinales, que permanecen bajo responsabilidad de los gobiernos locales. Respecto al tipo de área de

rodadura muestra que 20 356 Km. de la Red Vial se hallan pavimentadas (12.98%) y 136 435 Km. se hallan afirmadas o a grado de trocha (87.02%)

Piura fue en el 2015 el segundo departamento más poblado del territorio, ocupaba el 3.1% de la región nacional. En lo cual respecta a su sistema de transporte este fue multimodal, o sea, transporte terrestre, aéreo, marítimo o combinado, siendo el primordial el terrestre el cual permitió canalizar un fundamental flujo de bienes y servicios en medio de las provincias de costa y sierra de Piura, Ayabaca, Paita, Sechura, Sullana, Morropón, Huancabamba y Talara (Rosales, 2016).

La presente investigación titulada “Gestión de la calidad y competitividad de las MYPE, rubro transportes terrestres, rubro PAITA-PIURA, año 2019”, se realizó siguiendo la línea de investigación denominada: gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas (ULADECH, 2019), línea de investigación que ha sido asignada por la Escuela de administración.

Paita en el año 2016 contaba con 179,346 habitantes lo que respecta a su transporte terrestre que se dirige a Piura se puede decir que la gran demanda que existía pasaba por encima de las MYPE, lo que muchos clientes que daban con una insatisfacción e incluso decepcionados al no cubrir sus expectativas por la inconformidad, por lo tanto, surge una empresa nueva de transporte (Panta, 2019).

Betancourt (2019) toda MYPE debe implementar una herramienta denominada PESTEL, se encarga de obtener un análisis de su entorno. Permite al gerente poder tomar las mejores decisiones en cuanto al producto o servicio, y también con referencia a este tipo de empresa. Está conformado por el factor político legal, socioculturales, técnicos, ecológicos.

Factor político legal, se encarga de apoyar a los emprendedores, para que puedan desarrollarse en el ámbito empresarial, así mismo a la empresa a desarrollarse y crecer de manera internacional. Promueve una cultura emprendedora y un entorno propicio para toda actividad económica, donde interviene el Producto bruto interno (PBI) y el Índice de confianza del consumidor (ICC). (Chirinos, Meriño, Martínez & Pérez, 2018)

Con respecto al factor sociocultural, según la clasificación de países de Latinoamérica el Perú está ubicado en el número cinco de los países con más población. Así mismo se puede identificar que en el censo del año 2017 se halló que la población de Perú se eleva a los 31 millones 237 285 habitantes según el empadronamiento. Donde se detectó que Piura es el segundo departamento como mayor población con 1 856 809 habitantes. (RPP Noticias, 2018).

En el factor tecnológico, es una herramienta fundamental, el uso de internet o el nivel de cobertura en ciertos servicios, se encarga de maximizar la competitividad, en los procesos dentro de la empresa, así mismo aumentaría la productividad con productos y servicios de calidad, logrando mantenernos dentro del mercado.

El factor ético, es uno de los principales factores ya que toda empresa no debe preocuparse solo en vender y obtener una determinada ganancia, debe enfocarse en los valores éticos y principios, ya que es la base fundamental para toda MYPE. Si pasa todo lo contrario la empresa puede fracasar e incluso quebrar.

Un mundo cada vez más globalizado ha traído una competencia feroz y flujos comerciales y de inversión cada vez mayores. Estas empresas van desde competir con empresas de la región por el mercado local hasta competir con empresas de todo el mundo por el mercado externo. De manera similar países y sus regiones compiten ferozmente

para atraer inversiones en sectores clave con el objetivo de promover el crecimiento económico y crear empleos de calidad.

Peiró (2017) la cadena de valor o también conocida como cada de costo se consigue si analizamos y dividimos la compañía en sus ocupaciones estratégicas mas importantes con el objeto de comprender como funcionan los precios, las fuentes recientes y en que radica la diferenciación. La cadena de valor busca producir ventajas competitivas y su análisis se aplica además a otras ocupaciones como la cadena de abasto y las de repartición. La globalización ha llevado a la construcción de las cadenas globales de costos. Es necesario y fundamental que las MYPE implementen el análisis de la cadena de valor en el rubro de transporte terrestre.

Grado de integración. Las MYPE de transporte terrestre definieron sus actividades, la primordial actividad es brindar el servicio de transporte publico de Paita a Piura, entre ellos también pueden llevar encomiendas hasta 10kg de peso. También realizan transporte privado a diferentes empresas, cuando realizan un previo contrato con la MYPE.

Panorama industrial. Dentro del distrito de Paita se encuentra ubicada 4 MYPE legalizadas, mientras que existe estaciones de colectivos donde varían el precio, por lo tanto, se da la competitividad. Cuando existe una gran demanda una de estas MYPE utiliza la promoción de ida y vuelta donde su precio lo da mucho mas bajo que sus competidores.

El panorama de segmento. Interviene la diferencia de frecuencia que los clientes adquieren estos servicios, donde ellos para aplicar esta mezcla de marketing utilizan la segmentación de clientes. Esto quiere decir que un cliente universitario adquiere este servicio con mas frecuencia que uno un cliente que viaja a un centro turístico de Piura.

El panorama geográfico. Dos de estas MYPE ofrecen sus servicios a Sechura, Huancamba, entre otras provincias ubicadas dentro del departamento de Piura. Mientras que las otras dos MYPE solo ofrecen sus servicios a la provincia de Paita, solo se dirigen en esta ruta.

Las MYPE que fueron investigadas suelen ser competitivas en el precio, donde ofrecen servicios de calidad, dando promociones según la adquisición del servicio o bajando sus precios según la demanda que tengan de sus clientes, influye mucho la imagen que tienen sus automóviles, ya que algunos de ellos cuentan con deficiencias, por lo que muchas veces no se puede dar el servicio como los clientes lo imaginaban.

Herrera & Baquero (2018) toda MYPE que es competitiva analiza su sector en funcionalidad de 5 fuerzas existentes por medio del estudio y la indagación. Esto posibilita a la organización conocer la competencia que tiene la zona en el cual opera. De esta forma, se puede hacer un estudio con el propósito de encarar el mercado.

Poder de negociación de los clientes. Acorde avanzaron los años el precio fue incrementando, en el año 2010 el precio era de s/2.00, ahora en la actualidad el precio es de s/5.00. Siempre existe una gran demanda de clientes por que el distrito de Paita es una zona turística por sus playas e incluso su puerto, por lo tanto, estas MYPE han tenido una gran acogida dentro de este distrito.

Poder de negociación de los proveedores. La conexión emocional que puede existir entre la MYPE y el proveedor es beneficioso, de esta manera tendrán la confiabilidad que son productos de calidad. De esta manera se podrá brindar servicios de calidad los usuarios o clientes.

Amenaza de los nuevos competidores entrantes. En el año 2015 solo había tres MYPE, en el año 2018 surgió una nueva MYPE poniendo en inestabilidad a las MYPE

ya que esta nueva MYPE surgió con nuevos automóviles modernos, donde tenían promociones incluidas para los estudiantes. Donde se aferraron a su marca, muchos de los clientes se identifican ya con la marca de estas empresas.

Amenaza de productos sustitutos. Dentro de este determinado rubro existen servicios sustitos en este caso tenemos los colectivos que se dirigen en la misma ruta, el precio vario siendo superior al precio que ofrece estas MYPE, la diferencia es que no demoran mucho tiempo en salir por lo tanto llegan en 40 minutos a la ciudad de Piura.

Rivalidad entre empresas. Cada una de estas MYPE, sus propietarios se encargan de diseñar e implementar estrategias de mejora continua, para destacar entre ellos y quedarse posicionado en el mercado. Teniendo en cuenta que hay MYPE que cuentan con más 10 años posicionadas en este mercado de transportes en el distrito de Paita.

Según la situación descrita anteriormente se determina el siguiente enunciado, ¿Cuáles son las características de gestión de la calidad y competitividad de las MYPE – rubro transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Identificar las características en la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

Objetivos Específicos

a). Determinar los beneficios de la gestión de la calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

b). Conocer los principios de la gestión de la calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

c). Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

d). Determinar los factores de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

JUSTIFICACIÓN

Teórica: La presente investigación se fundamenta de teorías científicas, donde se relaciona entre las teorías administrativas y la línea de investigación según las variables de gestión de calidad y competitividad en las micro y pequeñas empresas del rubro de transporte terrestre, buscando expandir el conocimiento científico. Por lo tanto, esta investigación les será ayuda a los futuros investigadores que se enfocaran en esta línea de investigación.

Practica: Esta investigación se realizará con la finalidad de lograr determinar las características de las MYPE del rubro de transporte terrestre, en la ruta de PAITA-PIURA, con el futuro de proponer estrategias y en un futuro las MYPE puedan implementarlas, por lo tanto, tener un diagnóstico preciso de esta manera se alcanzarán los objetivos predeterminados, siendo la MYPE más eficiente y eficaz.

Se justifica de manera práctica porque según la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), con la ley N° 30220 señala que todo profesional egresado del país a partir del 2014 debe realizar una tesis de investigación, constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza.

Metodológica: Se refiere que la presente investigación utilizará un determinado instrumento o un modelo matemático, donde la entidad investigadora dará su aprobación de ello. (Suarez & Sáenz, 2016)

La investigación se justifica de la siguiente manera, será de tipo cuantitativa, porque se realiza la recolección de datos. Será de nivel descriptivo, porque vamos a describir la situación del problema identificado. Así mismo será de diseño no experimental por que las variables de estudio no serán manipuladas, de corte transversal por que los datos recolectados serán en un determinado día, siendo el día único.

La investigación se delimito de la siguiente manera:

- **Temática:** por las variables de Gestión de calidad y competitividad
- **Psicográfica:** Propietarios, colaboradores y clientes de las MYPE rubro transporte terrestre.
- **Geografía:** Provincia de Paita.
- **Temporal:** año 2019

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Variable de Gestión de Calidad.

Según Burgos (2017) tiene por nombre su investigación “*Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-BAR OUZO AGAVE AZUL S.A.S. Bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTSUSNA 008*”. Universidad Libre de Colombia-Bogotá. Tiene por objetivo general Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema. Llego a la conclusión en el desarrollo del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015 y la norma sectorial colombiana NTS USNA 008 se logró, la realización de un diagnóstico de cada una de las normas, la primera de ellas, con una matriz aplicable a cualquier organización que refleja la información por medio de diagrama de redes dando una visión a nivel general y específica del cumplimiento de los numerales de la norma.

Para Lopez (2018) nos explica sobre la propuesta sobre el “*Modelo del sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001: 2008 del HM 18 International Hotel*” para obtener el Master of Quality, Environmental and Safety Management Integrated System en la universidad Politécnica Salesiana, El diseño de investigación resulto ser cualitativa, y su unidad de análisis ha sido adoptada por el cliente donde Se concluye que en este estudio: la recopilación del reporte se realizó a través de entrevistas con todos las personas que trabajan en dicho hotel, por lo que no tienen roles ni responsabilidades donde se indica claramente qué dichos resultados no ayudarán a los objetivos de la empresa. Otro detalle importante es que no hay Los procedimientos y otros

registros que pueden hacer que los colaboradores improvisen, lo que lleva a un servicio insatisfactorio.

Según Santomá (2017) en la siguiente pesquisa titulada “*Aspectos de gestión en la calidad de servicio una aplicación del concept mapping al caso de las cadenas hoteleras en España, (2017)*” señala que la colectividad turística conforma la primera Industria Mundial, si se analiza su Producción mundial (cercana al 11% del PIB), la inversión de capital, el valor añadido y el empleo provocado, confirmado por WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL (WTTC). España ejerce un papel elemental en este proscenio, dado que es un líder en el campo de playa, sol y ocupa el primer lugar del Ranking Mundial, preocupado por aspectos como la demanda internacional o la cantidad de ingresos producidos por la zona. En el campo Económico, la Industria Hotelera es Crucial para la instauración de trabajo y su impacto indirecto medioambiental.

Según Arrascue & Cardozo (2015) tiene por título “*Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER” CHICLAYO-2015*”. Universidad Señor de SIPAN-CHICLAYO. Tiene por objetivo general Determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER”. La presente investigación es de tipo descriptiva correlacionar con el que se pretende determinar la influencia que existe entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente. Basados desde un enfoque cuantitativo. Tiene por conclusión de acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que, si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica de Fertilidad CLINIFER, por tanto, se acepta la hipótesis de trabajo (H1) y rechazamos la hipótesis nula (Ho).

Según Tineo (2017) tiene por título su investigación “*Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en la empresa ELECIN S.A. – Lima, 2017.*” Universidad Cesar Vallejo –LIMA. Tiene por Problema General lo siguiente ¿Cuál es el nivel del Sistema de Gestión de Calidad de migración a la norma ISO 9001:2015 de los procesos en la empresa ELECIN S.A.? Su Objetivo general es Determinar el nivel del Sistema de Gestión de Calidad de migración a la norma ISO 9001:2015 de los procesos en la empresa ELECIN S.A. La presente investigación se desarrolló usando el método científico-deductivo porque responde a un conjunto de procedimiento racional, que con lleva en proyectar el conocimiento del estudio de casos general a estudios de casos más específicos, en cuanto al enfoque cuantitativo. Tiene por conclusión que existe un mayor porcentaje de percepción de los trabajadores en el rango regular del nivel de sistema de gestión de calidad de migración a la norma ISO 9001:2015 del proceso mejora continua de la calidad del producto y servicios en la empresa ELECIN S.A.

Según Coaguila (2017) esta titulada como “*Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C.*”, en la Universidad Católica de San Pablo- AREQUIPA. Su objetivo general está enfocado a la calidad y 4 satisfacciones del cliente y cumplimiento de requerimientos, de no ser así ¿Qué cambios se deben realizar para enfocar dichos procesos a la calidad y satisfacción del cliente? La metodología nos dice que primeramente se realizarán entrevistas en los distintos niveles jerárquicos de la organización, y también se realizará una revisión completa de la documentación referente a los procesos operativos, consiste en evaluar cada uno de los puntos de los capítulos 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de la norma ISO 9001:2015, ya que los 3 primeros capítulos son de carácter introductorio. Se obtuvieron las siguientes conclusiones: O&C Metals S.A.C., del total de 100% de los requisitos de la norma ISO

9001:2015, sólo ha obtenido un 14%, por lo que se concluye que se encuentra en una etapa inicial y básica en cuanto a la implementación de un SGC.

Según Saavedra (2018) presento la investigación titulada, “*Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro panaderías del centro de Tambo grande año 2018*”. En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Piura, con el objetivo principal conocer los elementos de la gestión de calidad de las MYPE rubro panaderías del centro de Tambo grande 2018. En la metodología empleo Diseño de la Investigación tipo de la investigación, cuantitativa; nivel de la Investigación, descriptiva; diseño de la investigación, no experimental; ya que era necesario conocer detalladamente el funcionamiento de la organización. Llego a la conclusión de Conocer los elementos de la gestión de calidad de las MYPE rubro Panaderías del centro de Tambo grande 2018. Donde los elementos de la gestión de calidad están determinados por la calidad, higiene, precio y desempeño.

Según Silva (2015) realizo su tesis denominada “*Calidad del servicio al cliente en el restaurant La Lomita- TAMBOGRANDE -2015*”. En la Universidad Nacional de PIURA-PIURA. Tiene por objetivo general determinar ¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio percibida por el cliente? Se aplicó un cuestionario adaptando el modelo de SERVPERF a 171 clientes que suelen frecuentar consumir los apetitosos platos típicos que ofrece la empresa. Los datos se procesaron con el paquete estadístico SPSS. Se utilizará indicadores de estadística descriptiva para el análisis individual de la variable. Se logró encuestar a 171 clientes debido a las restricciones de tiempo. Está constituida por una población infamita, conformada por los clientes que visitan el restaurante "La Lomita" del Distrito de Tambo grande, durante el período de recojo de la información. Tiene por conclusión que los clientes no están de acuerdo en que el restaurant "La Lomita" cuenta con equipos de apariencia moderna, sus instalaciones son poco atractivas y lo

mismo sucede con los materiales asociados al servicio, como la lista de piqueos, almuerzos y precio.

Según Reyes (2017) denominó a su investigación “*Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C, año 2016- PIURA.*” En la Universidad Nacional de PIURA-PIURA. La Metodología de la investigación, para realizar el trabajo de investigación acerca de las fortalezas y oportunidades de mejora de la calidad de servicio que brinda la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C.; el tipo de investigación se conceptualiza como descriptiva ya que; los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis; en presente estudio se adapta al diseño de investigación no experimental pues se realiza en un solo momento y no habrá una manipulación de las variables a estudiar, debido a que será estudiada y observada directamente de la realidad.

Variable de Competitividad

Guarnizo (2019) en su investigación titulada “*Analizar la competitividad hotelera de Cartagena dentro de los objetivos transversales del Plan Regional de Competitividad 2015-2016, en las MYPE del Centro y Bocagrande*”. La metodología para la siguiente investigación es descriptiva y longitudinal para la recolección de datos se utilizó por medio de una encuesta, como muestra tenemos a 200 empleados. La totalidad de hoteles que se encuestaron, al menos según los representantes de los mismos, están formalizados. En el 50% de los hoteles encuestados, la cuarta parte de los empleados manejan al menos otro idioma. En el 41% de los hoteles la mitad del personal maneja una segunda lengua. Solo en 12 el 6% de los hoteles, todo el personal domina otra lengua. La formación del personal del hotel es predominantemente de nivel tecnológica (72%). La educación

técnica, ya que en el 25% de los hoteles, este tipo de educación es la que se presenta. Solo en el 3% de los hoteles se presenta mayormente la educación básica o de bachillerato.

Según Salazar (2016) tiene por título “Ventajas competitivas en los Hoteles de Empresa Familiar en el Eje Cafetero de Colombia” en Colombia. Tiene por objetivo general identificar las ventajas competitivas en las empresas de familia del Sector Hotelero en la región del Eje Cafetero de Colombia. Y por conclusiones se puede decir que en general podemos concluir que las ventajas competitivas en el sector hotelero de empresas de familia, depende de las condiciones dadas por el desarrollo de los factores propios del destino donde está localizada. Esto permite su nacimiento y su expansión, destacando que la capacidad tiene que ver con: el territorio, los recursos naturales; las condiciones socioeconómicas de la región y las políticas públicas.

Mora (2015) en tesis titulada *“Planificación estratégica y niveles de competitividad de las MYPES del sector comercio en Bogotá”*, el objetivo final es determinar el nivel de competitividad de los sectores servicio y comercio en Bogotá, detalle la metodología de investigación cuantitativa desarrollada en el estudio, tiene como resultado que en los últimos tres años siempre se ha ubicado dentro del 25% de los países con menor nivel de competitividad, y que el comportamiento que ha tenido es un comportamiento negativo, ya que aunque en los años 2010 y 2011 ha tenido un comportamiento mejor que al 2009, en general la tendencia es a ubicarse cada vez más lejos de los países más competitivos. Dando con la conclusión que Los niveles de competitividad global de las MIPE de los sectores Comercio y Servicio de Bogotá se encuentran en bien, ya que el sector Servicios tiene un nivel “Muy Alto” de competitividad y el sector Comercio de “Alto” según la clasificación dada por el Mapa de competitividad del BID, además existe un buen desempeño en las 8 dimensiones que componen el instrumento.

Según Castillo (2016) tiene por título *“La competitividad en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas, de la avenida PROCERES DE LA INDEPENDENCIA, Cuadra 10 a la 27, distrito de SAN JUAN DE LURIGANCHO, provincia de LIMA, departamento de LIMA, período 2015”*. En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote-LIMA. Objetivo general, Determinar las características de la competitividad del micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodega, de la avenida Próceres de la Independencia, cuadra 10 al 27, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. Tiene por conclusiones que la mayoría de los representantes legales de las MYPE tienen más de 51 años de edad, el gran porcentaje son casados, cuentan con grado de instrucción secundaria completa, y tienen más de 5 años a cargo de la empresa. Se recomienda a los representantes legales o dueños de las bodegas, que sigan sus estudios superiores ya que el gran porcentaje tiene estudios secundarios.

Según Domínguez (2017) tiene por título *“La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región TACNA”*. En la Universidad San Ignacio de Loyola-LIMA. El Objetivo General es determinar la relación de un modelo de competitividad en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna. Tiene por conclusión que el modelo de competitividad se relaciona significativamente en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna. Esto se debe a la relación que tiene la gestión de competitividad, las estrategias de competitividad y mejoramiento de la productividad en la empresa.

Según Vela (2016) denomino a su investigación *“La Competitividad y la Integración Económica en América Latina: Caso de la Comunidad Andina de Naciones 2006-2014”* de la Universidad Ricardo Palma-LIMA. Tiene por objetivo general,

Determinar cómo la integración económica de América Latina influyó en la competitividad en la Comunidad Andina de Naciones en el periodo 2005- 2014. La metodología es la siguiente, el tipo de Investigación es descriptivo y explicativo constituyéndose en una investigación aplicada. El diseño de investigación corresponde a una investigación correlacionar, debido a que se orienta a establecer la relación que existe entre la Competitividad y la Integración Económica en el periodo 2010-2014. Para el medio siglo de partida con la insurgencia y la independencia a principios de los 1800, la desigualdad se redujo considerablemente y el crecimiento fue tan modesto que el período que se llama a las perdidas décadas. Con la aparición de la denominada “belle époque” en la década de 1870, el crecimiento se elevó a impresionantes los niveles de nuevo, incluso según los estándares mundiales, y la desigualdad aumentó a los niveles más altos, donde han permanecido durante un siglo.

Según Castillo (2016) tiene por título sus tesis *“Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro boticas, ubicadas en el distrito de SULLANA-PIURA. Año 2016”* en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote-PIURA. Como objetivo general presenta, en el caso de esta investigación se está buscando encontrar las propiedades de la capacitación y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas, rubro Boticas En el Distrito de Sullana – Piura. Año 2016. La metodología es de nivel cuantitativo porque examinará los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Y por último tiene por conclusiones que totalmente las MYPE consideran importante la capacitación porque mejora su competitividad, por lo que es necesario que siempre mantengan actualizado al personal implementando programas de capacitación que podrían ser motivadores.

Según De Dios (2016) tiene por título *“Lineamientos estratégicos para orientar la competitividad empresarial del HOSPEDAJE SELECTO E.I.R.L. PIURA, año 2016.”*

En la Universidad Cesar Vallejo-PIURA. Como objetivo general tiene establecer una propuesta de lineamientos estratégicos que permita orientar la competitividad empresarial del Hospedaje Selecto E.I.R.L. Piura, Año 2016. La investigación es de tipo aplicada, finalmente se trató de una investigación cuantitativa, porque se basó en el recojo de datos usando magnitudes numéricas y cuantificables, es de tipo descriptiva porque se detalló las características de la variable y de la realidad de la empresa. Tiene por conclusiones por respecto al plan estratégico de la empresa, se concluye que no existe una misión, visión, valores y objetivos bien establecidos, así mismo se debe tener en cuenta la satisfacción de los clientes, imagen empresarial y la práctica de los valores de solidaridad, responsabilidad, respeto, honestidad y confianza, además debe enfocar sus objetivos en base a las ventas, mercado y clientes.

Según Apaza (2016) tiene por título *“Caracterización de la calidad del servicio y la competitividad en las MYPE comerciales rubro ÓPTICAS del centro de PIURA, AÑO 2016.”* En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote-PIURA. Tiene por objetivo general mostrar las características de la calidad del servicio y la competitividad en las MYPE comerciales rubro ópticas del centro de Piura, año 2016. La metodología, el tipo de investigación que se ha empleado es descriptivo, es de nivel cuantitativo porque las características descritas se van a medir en cantidades. Finalmente tiene por conclusiones lo siguiente, que los resultados de la investigación revelaron que la calidad de servicio que esperan los clientes de las MYPE del rubro óptico es baja, esto se debe a que la actitud de servicio de los trabajadores, los elementos tangibles y la comunicación de las empresas como la publicidad son factores ausentes en las MYPE del rubro óptico, los factores antes mencionados determinan la percepción de la calidad del servicio esperada.

2.2. BASES TEÓRICAS

Variable de Gestión de la Calidad.

La gestión de la calidad resulta hoy en día una estrategia para impulsar a las organizaciones a realizar un producto extraordinario desde una perspectiva integral, teniendo en cuenta el conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin tiene lograr la satisfacción del cliente. Donde podemos especificar sobre las herramientas fundamentales para optimizar los procesos de planeación, control, aseguramiento y mejoramiento de la calidad en una organización empresarial. La empresa tiene que cumplir con requisitos, donde buscan la prevención en el sistema, cuando el nivel estándar es cero defectos y la medida es el precio según la determinación de los costos que exista en una empresa. (Palma, Barrios & Martínez, 2018).

Es beneficioso emplear la gestión de calidad dentro de una empresa para reflejarlo en un producto o servicio, esto nos ayuda a reducir los costos de operación de las empresas al definir métodos para eliminar la recarga de los colaboradores que ocasionan las equivocaciones dentro de los procesos de la producción de un servicio para implementar la mejora continua, de esta manera se genera un aumento en las labores de los colaboradores, esto nos quiere decir que existe un aumento en la producción.

La calidad del producto se relaciona con la calidad tradicional donde busca seguir teniendo los mejores procesos utilizando la mejora continua, utilizando las mismas tradiciones, y así mismo los empleados pueden realizar sus actividades teniendo como resultado de un buen producto a bajos costos. (Herrera, 2016).

La International Organización for standardiation, es una organización que agrupa institutos nacionales de normalización a fin de promover en todo el mundo la elaboración de normas relacionadas con productos y servicios en diversos sectores e industrias

articulares. La norma ISO describe los fundamentos de los sistemas de gestión de calidad y especifica su terminología.

Un estudio de la norma en esta materia la ISO 9001, la gestión de la calidad en Perú, se basa en su estructura y en los principios, se detalla en beneficios cualitativos y cuantitativos. La norma ISO se vincula con la gestión de la calidad, donde buscan que el producto o servicio sea adecuado para su uso, buscando satisfacer las necesidades de los consumidores, y en la medida de lo posible superar las expectativas. (Bolaños, 2015).

La calidad es el conjunto de características de una entidad y las características intrínsecas del producto que confieren satisfacer lo investigado en un determinado mercado, donde buscan satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas. La dinámica del mercado ha conducido a las organizaciones empresariales a implementar herramientas de gestión que les permitan adquirir beneficios al adquirirla.

Características de gestión de calidad según la norma ISO 9001:

El sistema ISO 9001 se encarga de la satisfacción de cada cliente, esto se da mediante cada actividad, utilizando nuevos procesos, teniendo en cuenta los procesos que ya existen y dando la mejora continua de ello.

Se encarga de gestionar y controlar los procesos dentro de la empresa u organización, se realiza el diseño de la presentación de servicios, intervención de la formación, las compras que realiza la empresa con referencia al resto de procesos.

Se encarga de garantizar el cumplimiento de los requisitos del cliente, esta característica se encarga de diseñar y definir el proceso de producción

Fortalecer la relación y el control con los proveedores para asegurar la correcta entrega de los servicios.”

Monitorear y medir el proceso a través de indicadores diseñados para el proceso. Analizar la efectividad y eficiencia del sistema para mejorar su base.”

La característica de integrar los sistemas basados con ciclos de mejora continua, bajo la norma ISO 14001 denominada gestión ambiente, OHSAS18001.

Se estructura mediante el ciclo de mejora continua, donde encontramos planificas, hacer, verificar y actuar.

Se encarga de la certificación y reconocimientos del sistema mediante una entidad de certificación.

a). Beneficios de gestión de calidad

Romero (2019) el futuro de esta empresa depende de nuestra habilidad para ofrecer bienes y servicios de más alta calidad dentro de un mercado. Toda empresa tiene como asunto importante la gestión de Calidad donde determinan los beneficios para obtener y determinar cada uno de ellos dentro de una empresa:

Beneficio 1: Nivel de satisfacción, el objetivo principal dentro cualquier organización o empresa, es conocer con exactitud los niveles de satisfacción de los clientes, cubriendo las expectativas tanto de la calidad de un servicio o producto, siendo acorde con el precio.

Rioja (2019) afirma que existen cuatro niveles de satisfacción, que toda organización debe tener en cuenta para alcanzar el éxito:

Nivel uno. Tu comercio debe de llevar a cabo con las expectativas de tus consumidores. Si bien en este grado todavía no cuentas con su lealtad, el primer paso para lograrlo es tener, en su punto a tus consumidores satisfechos. Supervisar si se está realizando los procesos acordes a la calidad que se piensa presentar. Vigilar a la

competencia de manera constante, de esta manera vamos a conocer sus debilidades y sus fortalezas.

Nivel dos. Sorprende a tus consumidores o compradores, ir más allá de lo que ellos esperan, un servicio al comprar que se eficaz puede conseguir hacerte resaltar de los competidores. El servicio a los consumidores es una forma de destacar de la competencia. Esto ayudara a incrementar en la productividad de la empresa. Los consumidores que experimentan el tipo de servicio que excede sus expectativas comúnmente permanecen dispuestos a abonar por esto. Si conoces cuales son los niveles de satisfacción del comprador y te enfocas en aumentarlos, no pondrán peros a costear lo cual solicitudes y de esta forma obtendrá los ingresos mucho más altos.

Nivel tres. Muy pocas empresas llegan a este nivel, ya que consiste en tener una conexión emocional entre la empresa y el cliente. Cuando los consumidores hayan gozado de esta vivencia, ganaras su lealtad y va ser bastante difícil que se vayan con competencias, puesto que una vez que deleites a los consumidores, estas en el camino de generar un comercio excepcional y enormemente rentable para tu empresa.

Nivel cuatro. El comprador llevara a tu compañía un paso posteriormente de los otros dentro del mercado, necesita no solo que cumplas con las expectativas del comprador y que las superes, sino que los deleites y sorprendas. Busca sorprender a tus consumidores con un valor adicional al de tu servicio, mediante ellos tendrás una postura de dominar el mercado. Si alcanzas estos niveles obtendrás tasas notables de confianza y un gran aumento de tus ingresos.

Beneficio 2: Mejora continua, la empresa que debe analizar con detalle todos los procesos y definir los procedimientos detallados a estandarizar para asegurar la obtención de un producto o servicio uniforme y viable en calidad a lo largo del tiempo que será

presentado dentro de un determinado mercado, ninguna empresa debe dejar de contribuir con la mejora continua en sus procesos.

Rioja (2019) este beneficio de optimización continua no solo tiene sentido para una compañía de producción masiva, sino que además se puede implementar en organizaciones que proporcionan bienes intangible o también conocido como servicios es perfectamente valida y ventajosa. Hay numerosas metodologías relacionadas a optimización continua, entre ellas permanecen Lean Manufacturing, Six Sigma, Kaizen entre otras sin embargo tenemos la posibilidad de mencionar que la roca angular de la optimización continua en cualquier entorno de los procesos de servicios es favorable el circulo de Deming.

La mejora continua es un enfoque para la optimización de procesos operativo que se fundamenta en la necesidad de comprobar siempre las operaciones de los inconvenientes, la reducción de precios posibles, la racionalización y otros componentes que en una empresa permita la mejora. Hurtado (2019) la mejora continua se vincula constantemente con las metodologías de procesos, la actividad de optimización continua da una perspectiva continua, medición y retroalimentación sobre el rendimiento del proceso para fomentar la optimización en la ejecución de los procesos.

Beneficio 3: Participación, imagen y credibilidad, es el proceso dentro de una empresa debe ser analizado y así mismo adquirir conocimiento de todos los colaboradores siéndose ellos integrados a la organización. El potenciar la calidad de la imagen de nuestra organización, para innovar dentro del mercado.

La credibilidad es determinar en las organizaciones que conlleva a las marcas a unir con sus consumidores y con las sociedades donde están operando. Los consumidores que repiten una compra son más sensibles o auxiliar de las actividades un comercio frente

a su sociedad, si este tiene una confianza. Rioja (2019) una compañía que apuesta por quedar en el mercado sabe que observar la confianza de su consumidor se traduce en una sólida fama de la marca, sumada a su capacidad para atraer y retener su personal

Frente a la complejidad cada vez más grande de diferenciación de los servicios dentro del mercado, se debe tomar en cuenta que el periodo de vida de varios bienes es cada vez más corto, la administración de la imagen de la organización se convierte en un aspecto estratégico importante en la carrera por el espacio en el mercado en la actualidad, tener una marca profundo involucra tener credibilidad en el mercado, disponer de la confianza de los clientes y producir a la competencia una gigantesca complejidad para imitar. (Hurtado, 2019)

b). Principios de gestión de calidad:

En la gestión de la calidad tiene como herramienta de organización los ocho principios las que integran a otras formas simples de sistematización, o generación de rutinas, que permiten mejoras en la calidad del trabajo empresarial y personal. Especialmente en la vida familia y en lo personal, buscando implementar los principios para mejorar la calidad del producto o servicio brindado (Alemán, 2016)

Lizarzaburu (2015) para dirigir y operar dentro una organización con el éxito de lograr los objetivos planteados, es necesario dirigir de una manera sistemática y visible, donde se han desarrollado los principios con la intención de que la alta dirección pueda utilizarlos para liderar la empresa hacia la mejora. Cuenta con los siguientes principios:

Principio 1: Enfoque al cliente, toda empresa depende de sus clientes y por lo tanto deben comprender sus necesidades actuales, y a futuro, tener en cuenta las expectativas de cada usuario o cliente. Donde busca una relación balanceada entre la organización y los clientes.

Es importante tener continuamente presente el rol que representa el cliente en cualquier actividad comercial, puesto que son el recurso de más grande relevancia al ser la vía que asegura la ingre de dinero y que coopera en una buena medida al posicionamiento de marca. Hurtado (2019) en el mercado retail presente se busca constantemente el poder triunfar la fidelidad del comprador, teniendo claro que esta va estar sujeta a su nivel de satisfacción referente a los productos adquieren y a la atención recibida en la tienda.

Rioja (2019) cuando el comprador nos honra con su visita, se debe servirlo como nos agradaría que lo hicieran con nosotros mismos. Esto involucra como primer paso comprenderlo y demorarle empatía, segundo paso explicarle con honestidad y pleno entendimiento las propiedades del producto, tercer paso exceder sus expectativas, cuarto paso llevar a cabo continuamente lo cual prometemos y como quinto paso brindar un asombroso servicio post comercialización.

Un comprador cíclico deja 10 veces más beneficios financieros que uno convencido por medio de tácticas publicitarias, además los más fieles se transforman en la mejor publicidad gratuitas al estar ajenos a vínculos corporativos con la marca, lo cual produce mayor confianza a un cliente que recién está conociendo su servicio.

Principio 2: Liderazgo: son aquellos que buscan orientar a la empresa, donde ellos deben inventar, mantener un ambiente laboral estable y motivado, los líderes de una empresa deben contar con estudios técnicos.

El liderazgo es la clave para que una compañía, departamento o plan de cualquier entorno funcione. No obstante, hallar a personas que desarrollen su liderazgo de manera acertada en un equipo no es una labor simple. Martínez, Crespo & Rodríguez (2018) el liderazgo no equivale a la repartición desigual de poder dentro de una empresa. Y aun

cuando sea el jefe el que tenga la última palabra, es el trabajo en grupo el da los superiores resultados.

El liderazgo además podría ser interpretado como una forma de ser, una forma de guiar y ver como las cosas se van moldeando con el paso de los años. Es un proceso de relación entre miembros de un conjunto interesado en el incremento de la organización para la que se labora.

El liderazgo no es plano y dependiendo del entorno en donde se desarrolle puede decidir la clase de transformación social de la que es capaz. Tiene, por consiguiente, una funcionalidad en la organización, sociedad que destaca por su relevación y predominación. Es así como las empresas dependen para cocer y perdurar del liderazgo he ahí donde recae su gran trascendencia. Un jefe va a ser capaz de entablar una buena comunicación y mejorar la función de unión de los miembros, todo con el objetivo de conseguir un objetivo en común. Rioja (2019)

En escasas palabras, el valor de liderazgo recae en que es la pieza clave para supervivencia de cualquier organización. Mas si se toma presente que la capacidad para saber dirigir y guiar es el centro de la misa. Una organización puede que tenga un control optimo, una organización idónea, los recursos de primera calidad, no va poder sobrevivir a la carencia de un jefe que sea apropiado para sus metas, que cuente con las habilidades de liderazgo.

Principio 3: Participación del personal, todos los colaboradores son la esencia de una empresa, el interés y el involucramiento en el trabajo, donde busca que cumplan sus metas, las expectativas que tiene la empresa. La innovación, creatividad y participación de los colaboradores conduce a mejorar el resultado del producto o servicio.

Los empleados conocen la importancia de su trabajo y funciones dentro de la empresa. Consideramos que calidad es un objetivo general que se encarga de comprender las habilidades y los límites de los empleados en el desempeño de funciones. Asumiendo la responsabilidad de cualquier problema que pueda surgir y se encargue de sugerir la solución adecuada. Evalué el desempeño de los empleados de forma regular con metas y objetivos personales. La gestión del conocimiento de los empleados es fundamental a la hora de resolver problemas y afrontar retos y proyectos donde permite debates abiertos sobre cuestiones y temas de interés relacionados con la gestión de su organización. (Martínez, Crespo & Rodríguez, 2018)

Este principio trae consigo beneficios como el compromiso de los colaboradores, esto genera que ellos estén entusiasmados, comprometidos y dedicados con la empresa. mejorará el rendimiento y la eficiencia de los procesos del sistema. Mejorará la innovación y la creatividad para definir los objetivos organizacionales. Estos empleados evalúan su trabajo mediante revisiones periódicas. Los empleados querrán participar de manera voluntaria y contribuirán a la mejora continua. Por lo tanto, las organizaciones deben tener los canales adecuados de participación y comunicación para absorber las sugerencias y recomendaciones de los empleados. (Rioja, 2019)

Principio 4: Enfoque basado en procesos, las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso, permitir una rápida y sencilla identificación de los problemas, e involucrar la toma de decisiones para la solución de ello.

Hurtado (2019) el propósito de un enfoque basado en procesos es mejorar la efectividad y eficacia de la empresa para lograr los objetivos identificados en el plan estratégico que la empresa debe tener. Donde se considera una excelente manera de organizar y administrar como sus actividades laborales crean valor para los clientes, donde predomina:

Identificar los procesos de las empresas

- Definir el propósito de la empresa
- Definir las políticas y objeto de la empresa
- Definir procesos organizacionales
- Secuencia de procesos
- Identificar al dueño del proceso dentro de la empresa
- Definir el documento de procesos

Planificar el proceso

- Identificar las actividades del proceso
- Definir los requisitos del seguimiento y medición
- Identifica los recursos que necesitas
- Verifique su progreso hacia sus metas planificadas

Implementar y medir los procesos

- Implementar procesos y actividades planificados
- Mida, monitoree y controle de acuerdo al plan

Analizar el proceso

- Evalué los datos del proceso desde el monitoreo y la medición hasta la cuantificación del desempeño del proceso.
- Utilice técnicas estadísticas cuando sea necesario.
- Los resultados de las mediciones del desempeño del proceso se comparan con los requisitos definidos para determinar la efectividad y eficiencia del proceso y las necesidades de acciones correctivas.

- Identificar oportunidades de mejora de procesos basadas en datos de desempeño de procesos
- Informar el desempeño del proceso de la alta gerencia.

Acción correctiva y mejora del proceso

- Se debe decidir como tomar las medidas correctivas para eliminar la causa raíz del problema, entre ellos podemos ver problemas como fallas, defectos, falta de control de procesos adecuados
- Tome medidas correctivas y confirme su efectividad.

Un enfoque basado en procesos introduce la gestión de forma horizontal, supera las barreras entre las diferentes unidades funcionales y unifica los enfoques para los objetivos organizativos clase. Puede utilizar un enfoque basado en procesos para mejorar el desempeño organizacional. Al crear y comprender las interacciones y redes de procesos, los procesos se gestión como sistemas. (Rioja, 2019).

Principio 5: Sistema basado para la gestión, se encarga de establecer, captar y tramitar los procesos de interacción como el sistema, busca contribuir a la eficiencia y eficacia dentro de una empresa, para que esta logre sus objetivos o metas trazadas.

Dentro de una empresa se puede utilizar un sistema de gestión del aprendizaje para realizar todo tipo de formación, desde la formación sobre el cumplimiento de políticas de la organización. Los nuevos avances en las tecnologías de aprendizaje están transformando los espacios de aprendizaje en línea al ayudar a los alumnos a satisfacer sus crecientes necesidades, capturar más datos de aprendizaje y habilitar capacidades de aprendizaje. (Rioja, 2019)

El enfoque de sistemas para la gestión implica conocer y gestionar las relaciones entre los diferentes procesos para lograr el objetivo común de la satisfacción del cliente.

Martínez, Crespo & Rodríguez (2018) afirma que antes en norma ISO 9001 este método de gestión por sistemas se consideraba uno de los principios de la gestión de la calidad. La versión del 2015 no repite este principio, debido a que el enfoque del cliente y el enfoque del proceso recalcan en la redundancia del mismo tema.

Principio 6: Mejora continua, toda empresa quiere alcanza la excelencia en su producto o servicio, donde esto se obtiene mediante un desarrollo de mejora continua en los talentos del personal, en los montajes, en la eficiencia de los componentes para las herramientas, en las ligaciones interpersonales, todo esto conduce a la complacencia de los clientes.

Hurtado (2019) afirma que según la norma ISO 9000 define la mejora continua, como el proceso de establecer metas y buscar oportunidades de mejora es un proceso continuo que utiliza los resultados y las conclusiones de la evaluación, el análisis de datos, las revisiones de la dirección y otros medios utilizados, a menudo conduciendo a medidas correctivas o preventivas siendo de beneficio para las empresas.

Mejorar la continuidad del negocio significa encontrar oportunidades para mejorar los procesos dentro de su organización, establecer objetivos para optimizar los procesos y como trabajar y utilizar los resultados de las pruebas y el control para detectar donde y que problemas y cuestiones se involucran en tu negocio.

Principio 7: Toma de decisión, una buena decisión es tomada por la iniciativa en lo basado en el análisis de los datos y la información. Se debe tomar esfuerzo basado y orientado al logro de los objetivos establecidos en el plan de calidad.

Rioja (2019) cuando se enfrenta a un problema, la toma de decisiones comerciales es una forma de elegir entre múltiples opciones posibles para resolver o tomar acciones específicas para impactar en toda la empresa y en los pequeños departamentos. En el

entorno cambiante de hoy, los procesos de toma de decisiones corporativas adoptan diferentes enfoques para garantizar todas las decisiones para el cumplimiento corporativo sin perder los marcos legales o el incumplimiento de los principios. Se crea dentro del mercado legal

Principio 8: Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor, dentro de una empresa una parte fundamental son los proveedores, aunque son independientes, tienen que trabajar en equipo dentro de una organización, buscando aumentar las capacidades de ambos para crear el determinado valor del producto.

Las organizaciones y los proveedores son interdependientes y las relaciones de beneficio mutuo mejoran su capacidad para crear valor, teniendo ventajas como el fortalecimiento de la capacidad de respuesta para crear valor flexibilidad y capacidad de respuesta cumplir con los requisitos del mercado o del cliente. Optimización de costos y recursos. Se establece un equilibrio entre los beneficios a corto plazo y las consideraciones a largo plazo. (Martínez, Crespo & Rodríguez, 2018)

Variable de Competitividad

La productividad es un tema relevante en el desarrollo económico y en el bienestar social, dentro de un determinado rubro, mercado que exista. La teoría de la competitividad es representada por Michael Porter. La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad de la cual produce bienes y servicios. Los fundamentos microeconómicos de la competitividad son vitales para la política económica nacional. (García, León & Nuño, 2017)

Una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores. La competencia empresarial se basa en el precio, aquella organización o empresa busca ofrecer sus productos a un menor precio que sus

competidores sin reducir sus ganancias. Esto se basa en menores costos de producción, esto se da cuando implementan tecnología, factores de producción más productivos, una mejor organización, y así mantengan un margen atractivo sobre la venta dentro del mercado que se está vendiendo su producto o servicio de un determinado rubro.

c) Elementos de competitividad

Sordo (2019) la competitividad dentro de un mercado busca identificar las necesidades de los usuarios o cliente donde brinden el producto a un más bajo precio a diferencia de las diferentes organizaciones o empresas, la compañía tendrá que buscar la adaptabilidad de los bienes y servicios a los clientes, de manera individual o grupal. Los elementos de competitividad siguientes:

Elemento 1: Precio, consta en disminuir los precios en producción, mano de obra o distribución de los productos, pero siempre brindando la mejor calidad. Donde abarca no solo llegar a un determinado público, si no a más clientes por que se vuelva más accesible.

Hernández, Colín & Velásquez (2018) afirma que el precio es una expresión del valor de un producto o servicio expresado en términos de dinero u otros factores útiles y el comprador es el vendedor que obtiene una variedad de beneficio por poseer o usar el producto o servicio. Los tipos y fuentes de pago han cambiado a lo largo de la historia, siendo los pagos en efectivo los más comunes y las relaciones transaccionales a menudo implican la dependencia de la transacción de la moneda local o incluso la dependencia.

Uno de los sellos más distintivos de este término es el hecho de que ciertos valores se miden en unidades una moneda específica y varían según la región en la realiza la compra del producto o servicio. Los precios están sujetos a regulación por que reflejan la relación de las regulaciones nacionales, la oferta y la demanda, suceden casos

excepcionales donde se da el intercambio de bienes y servicios accesibles en el mercado de internet. (Ahumada, Ravina & López, 2018).

Elemento 2: Calidad, este elemento se encarga de cuidar cada detalle y el prestigio del producto o servicio que presentara en un determinado rubro. Aun que por ello el precio se incremente y no sea accesible para el consumidor.

La calidad del servicio que brinda una empresa está íntimamente relacionada con la satisfacción percibida y en general la calidad de un producto es la calidad y durabilidad del producto. Su principal objetivo es proporcionar la máxima satisfacción a los consumidores y facilitar la consecución de los objetivos de la empresa, donde se aplica a diversas áreas y procesos de una empresa. (Ibarra, González & Demuner, 2017)

Elemento 3: Experiencia, es aquella que se basa en la atención que le brindas a los clientes. Donde das un trato único a los consumidores y los vuelva leales a consumir tus productos o servicios. El precio que se cobra por un servicio depende mucho del interés del cliente, la calidad del servicio depende la experiencia del servidor y al mismo tiempo, también se tiene en cuenta la diversidad económica en función de la ubicación y el servicio.

Ahumada, Ravina & López (2018) en termino de felicidad, todos quieren contar con experiencia dentro de un terminado rubro, mediante ello se puede seleccionar información del plan de estudio o carrera profesional, así mismo como una carta de presentación, donde dispones la información de cuantos años tienes enfocado en este determinado rubro, donde demostró habilidades, destrezas, contribuyendo a la eficiencia de la productividad.

Elemento 4: Personalización, los clientes buscan que la empresa lo entienda. Por ello las empresas deben de conocer mejor a sus consumidores, es donde parte la diferencia de las demás organizaciones o empresas.

Cada vez más personas están hartas de productos voluminosos y de mala calidad apostar por el diseño original producido localmente es casi una expresión de intención. Muchas personas, a diferencia de otras deben centrarse en la calidad y el conocimiento, ya que la tecnología avanza cada día más por lo tanto los clientes son mucho más exigentes. (Hernández, Colín & Velásquez, 2018)

La gente ya no busca los diseños más únicos y diferentes, también está interesada en los productos que mejor se adaptan en su estilo de vida y visión del mundo. Quieren productos diseñados y fabricados a medida que reflejan quienes son y que quieren apoyar. Esta identificación y personalización puede provenir de empresas que tienen en cuenta al consumidor a la hora de crear y diseñar sus propios modelos de productos. (Ahumada, Ravina & López, 2018)

d) Factores de competitividad:

Mamaqui, Meza & Albisu (2016) las estrategias de las empresas pretenden desarrollar factores competitivos perdurables, donde la competencia lo verá difícil de imitar, serán actuales y potenciales. Los factores parten según el grado en el que influyen en la competitividad y a los aspectos más importantes que ayudan a mantener o mejorar la competitividad empresarial. Los factores son los siguientes:

Factor 1: Capacidad directiva, es la capacidad de dirigir, para poder ser competitivos dentro de un determinado rubro, donde el empresario debe tener la capacidad directiva, para que la empresa pueda surgir con su producto.

La capacidad directiva se considera un factor técnico en su conjunto. No se trata de administrar cuentas de redes sociales, si no de comprender como la inteligencia artificial, la gestión de datos y la robótica aportaran un nuevo poder a su negocio, mediante el modelo de gestión que se estructure. Se desarrolla la gestión empresarial busca que el autor de soluciones innovadoras basadas en tecnología haya sido patentado. (Ramírez & Ampudia, 2018)

Factor 2: Diferenciación en la producción o prestación de servicio, es aquel producto o servicio que busca una estabilidad y acogida muy diferente al resto, donde pueden ser ofertas estándar y los servicios son heterogéneos y variables.

Bernal & Rodríguez (2019) la mayoría de personas dice que es probablemente la diferencia más obvia, el producto es algo que podemos tocar, saborear, oler, ver y oír. Sin embargo, los servicios son acciones, por lo que se componen de materia. La diferencia entre un tipo de producto y un servicio intangible está en el punto de venta. Si bien el producto ya existe, el servicio solo se siente después de recibirlo. Un bien intangible no es algo perceptible que ocurre cuando una persona quiere recibir un servicio. Básicamente, cuando entra un cliente ya se da un servicio.

Factor 3: Relación calidad y precio, el crecimiento de la competencia en los diferentes mercados influye el precio versus la calidad, donde se enfocan en el objetivo de tener mayor número de clientes, en algún momento tendrá que variar su precio, pero siempre brindando calidad a sus consumidores.

El valor de un producto está determinado por la calidad del producto fabricado, el país de fabricación y la reputación de la marca que vende el producto. En este caso puede haber muchos transportes, pero la diferencia es la calidad y la imagen que tiene este transporte, si es confiable dentro del mercado. (Ramírez & Ampudia, 2018)

Factor 4: Recursos tecnológicos, estos recursos de busca implementar en una empresa con el objetivo de que los usuarios o consumidores busquen satisfacer sus necesidades o que el producto se vuelva más accesible para el público.

Ramírez & Ampudia (2018) los recursos tecnológicos actuales son una parte integral de la empresa y el hogar. Se ha convertido en una alianza importante para realizar todo tipo de tareas en tecnología. Enfatizar el uso de recursos técnicos en el campo de la educación dentro de las aplicaciones existentes. Por tanto, existe un denominado centro de tecnología de la información y comunicación. Donde se toda empresa de implementar en sus procesos, atención, etc.

Factor 5: Capacidad innovadora, muchas personas no buscan innovar su empresa, su marca por el miedo a no tener la suficiente acogida como están siempre presente, pero muchos empresarios acuden a esta capacidad para buscar llamar la atención de aquellos clientes que aún no conocen su marca, su producto, su servicio.

Mediante la dirección se debe impulsar el cambio, pero la transformación digital no puede ser una iniciativa elite. Es una resolución que debe derrocar a toda la organización y su éxito se verá moderado por el proceso de democratización. Entonces para superar estos cambios de esta era las organizaciones necesitan personas apostantes que crean en lo que están haciendo en termino de creatividad e innovación. (Bernal & Rodríguez, 2019)

Factor 6: Recursos comerciales, este factor empresarial tiene la capacidad de crear y darle valor a los clientes a través de sus productos o servicios que adquieren desde la empresa.

Ganar más dinero con los mismos recursos y mejorar el desempeño comercial de su equipo de ventas es uno de los principales desafíos de los gerentes en las empresas

según las ventas, mejorar la productividad de cualquier equipo, especialmente el equipo de ventas, debe ser uno de los pilares de cualquier estrategia empresarial que sume los recursos comerciales. (Bernal & Rodríguez, 2019)

Factor 7: Capacidades del capital humano, hablamos de los colaboradores, ellos son parte de empresa son la esencia, así estas personas requieren de charlas para extender sus capacidades de producción, requieren de entrenamiento, y la experiencia que adquieran día a día

Ramírez & Ampudia (2018) afirma que el capital humano se ha convertido en un término ampliamente utilizando en la teoría del crecimiento económico y se refiere a un factor virtual de producción que depende no solo de la cantidad sino también de la calidad. algunos de estos factores cualitativos son el nivel educativo y la productividad de los involucrados en la propia producción.

Factor 8: Recursos financieros, estos recursos son los activos que tiene de liquidez en una identidad financiera, cuenta como recurso financiero los créditos, el dinero efectivo, las divisas, los ahorros en las distintas entidades financieras y las acciones.

Todos los factores son esenciales y de mucha importancia en la competitividad, radica en saber cómo administrar los recursos de una empresa, por lo tanto, la competitividad se fundamenta en la productividad. Es la relación que existe en la producción obtenida mediante el sistema de producción de bienes o servicios y los recursos utilizados, siendo utilizados de una manera eficiente o la relación en los resultados obtenidos con respecto a los recursos usados, consta en reducir los costos para que el precio se más accesible dentro del mercado frente a la competencia. (Bernal & Rodríguez, 2019)

III. HIPÓTESIS

La hipótesis de la investigación es una proposición hecha mediante la recopilación de datos e información. Aunque no se ha confirmado, puede responder alternativamente a problemas con una base científica, que también puede usarse como sugerencias temporales que no están destinadas a ser utilizadas. Probar estrictamente qué predicciones deben verificarse mediante métodos científicos. (Perales, 2015)

IV. METODOLOGIA

4.1 Tipo de investigación.

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemática con el propósito de cuantificar el problema de investigación. (Hernández, 2018)

La investigación es de tipo cuantitativa puesto que se cuantificó y se midió de manera numérica las variables propuestas gestión de la calidad y competitividad de las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

4.2 Nivel de la investigación

Se utilizará el nivel descriptivo. Hernández (2018) la investigación descriptiva se refiere a la generación de preguntas de diseño de investigación y análisis de datos realizados sobre las variables establecidas, según la línea de investigación. Esto se denomina método de investigación observacional porque ninguna de las variables estudiadas se ve afectada.

La investigación descriptiva es para determinar las características de la MYPE según las variables de Gestión de la calidad y Competitividad, con el fin de establecer su estructura. Donde los resultados de una investigación descriptiva se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos referidos.

4.3 Diseño de la investigación.

Se utilizará el diseño no experimental. Hernández (2018) el estudio no experimental se observan situaciones que ya existieron, variables, eventos donde el investigador no cambia el tema de investigación, por lo tanto, los estudios empíricos,

situación actual e incidencia que ya ocurrieron y según ello se analiza en un contexto natural.

El diseño será no experimental, se realizó sin manipular de forma deliberada ninguna las variables de Gestión de la calidad y Competitividad el investigador no sustituye internacionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto de realidad y tiempo determinado

4.4 Población y muestra

La presente investigación se determinó dentro del rubro de transportes terrestre, ruta Paita-Piura. Según Hernández (2018) es el conjunto de asuntos limitados y accesibles y limitado que servirían de referencia para la elección de una muestra. Se muestra desde el punto estadístico, puede ser finito o infinito, donde pueden intervenir, colaboradores, objetos, MYPE, etc. Así mismo se puede medir según los objetivos de la investigación.

Mediante la investigación se busca investigar dos variables Gestión de la calidad y competitividad, donde hemos considerado que ambas poblaciones son finitas e infinitas, fue reflejado en la matriz de operacionaliza y la matriz de ITEMS. Detallaremos cada variable que se investigó:

Para la variable de Gestión de la calidad: tiene población finita en la dimensión de beneficios. Mientras que en la dimensión de principios es finita en los indicadores de liderazgo, participación del personal, enfoque basado en procesos, enfoque de sistema basado para la gestión, mejora continua, enfoque basado en hechos para la toma de decisiones y relaciones mutuamente beneficiosas para el proveedor; sin embargo, solo un indicador denominado como enfoque al cliente es infinito.

Para la variable competitividad: en la dimensión elementos tiene población infinita en los indicadores de precio y calidad, mientras que en los indicadores de experiencia y personalización es finita. Mientras que en la dimensión factores es infinita para los indicadores de diferencia en la producción o prestación de servicios y relación calidad y precio, mientras que, para los indicadores de capacidad directiva, recursos tecnológicos, capacidad innovadora, recursos comerciales, capacidades del capital humano y recursos financieros es finita.

Muestra:

Según Cavada (2019) la muestra es un conjunto representativo del número de individuos ya representado en la población. Así mismo se puede definir como la muestra probabilística finita o infinita de una población, lo que puede ayudar a determinar las conclusiones de nuestra investigación.

Para los indicadores de las Variables Gestión de calidad y competitividad donde su población es Finita:

M 1. En esta muestra se identificaron un total de 4 propietarios de las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura.

Cuadro 1: relación con los propietarios de las MYPE en estudio

ORDEN	MYPE	PROPIETARIOS
1	P0001	1
2	P0002	1
3	P0003	1
4	P0004	1
TOTAL		4

Fuente: elaboración propia

M 2. Para esta muestra se consideró 16 colaboradores de las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura.

Cuadro 2: relación con los colaboradores de las MYPE en estudio

ORDEN	MYPE	N° DE COLABORADORES
1	P0001	4
2	P0002	3
3	P0003	5
4	P0004	4
TOTAL		16

Fuente: elaboración propia

Para los indicadores de las Variables Gestión de calidad y competitividad donde su población es infinita:

M 3. En la muestra de clientes, no contamos con número exacto que acuden a las 4 MYPE de transporte terrestre, en lo cual es necesario emplear una fórmula estadística de muestra de la población infinita de clientes, se detalla de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 \cdot x \cdot y}{e^2}$$

Dónde:

n = ¿Tamaño de muestra?

Z = Nivel de confianza al 90% establecido por el investigador

p = 0.5 probabilidad de éxito

q = 0.5 probabilidad de fracaso

e = 10 % Margen de error permisible establecido por el investigador

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.645)^2 (0.5) (0.5)}{(0.10)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.5)(0.5)}{(0.01)}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$\mathbf{n = 68}$$

Se determinó que el tamaño de la muestra de clientes es de 68 clientes

4.5 Definición y operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA	FUENTE	
GESTIÓN DE CALIDAD	Según Reyes (2015) afirma que la calidad permite proporcionar un producto o servicio a los consumidores donde satisface plenamente las expectativas y necesidades de estos, a un precio que refleja el valor real del producto o servicio que los provee. Esto nos ayuda ya que buscamos crear una confianza con los clientes”	BENEFICIOS	La dimensión beneficios se medirá con los indicadores: “Nivel de satisfacción, Mejora continua, Participación, imagen y credibilidad” con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario de escala nominal	Nivel de satisfacción	Nominal	Propietario	
				Mejora continua	Nominal	Propietario	
				Participación, imagen y credibilidad	Nominal	Propietario	
		PRINCIPIOS	La dimensión principios se medirá con sus indicadores: “Enfoque al cliente, Liderazgo, Participación del personal, Enfoque basado en procesos, Enfoque de sistema basado para la gestión, Mejora continua, Enfoque basado en hechos para la toma de decisión y Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor” con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario de escala nominal		Enfoque al cliente	Nominal	Cliente
					Liderazgo	Nominal	Propietario
					Participación del personal	Nominal	Colaborador
					Enfoque basado en procesos	Nominal	Colaborador
					Enfoque de sistema basado para la gestión	Nominal	Propietario
					Mejora continua	Nominal	Propietario
					Enfoque basado en hechos para la toma de decisión	Nominal	Propietario
					Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor	Nominal	Propietario
COMPETITIVIDAD	Según Hernández (2015) . Nos dice que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores. La competencia empresarial se basa en el precio, aquella organización o empresa que busca ofrecer sus productos a un menor precio que sus competidores sin reducir sus ganancias	ELEMENTOS	La dimensión elementos de ventaja de competitividad se medirá con sus indicadores: “precio, calidad, experiencia y personalización” con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario de escala nominal	Precio	Nominal	Cliente	
				Calidad	Nominal	Cliente	
				Experiencia	Nominal	Colaborador	
				Personalización	Nominal	Propietario	
		FACTORES	La dimensión factores se medirá con sus indicadores: Capacidad directiva, Diferenciación en la producción o prestación de servicio, Relación calidad /precio, Recursos tecnológicos, Capacidad innovadora, Recursos comerciales, Capacidades del capital humano y Recursos financieros” con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario de escala nominal		Capacidad directiva	Nominal	Propietario
					Diferenciación en la producción o prestación de servicio	Nominal	Cliente
					Relación calidad /precio	Nominal	Cliente
					Capacidad innovadora	Nominal	Propietario
					Capacidades del capital humano	Nominal	Propietario
					Recursos comerciales	Nominal	Propietario
					Recursos tecnológicos	Nominal	Propietario
					Recursos financieros	Nominal	Propietario

Fuente: elaboración propia

4.6 Técnicas e instrumento

Técnica

Para (Díaz S. C., 2015) Las técnicas es una colección de mecanismos, medios y sistemas que guían, recopilan, guardan, rehacen y transmiten datos en una encuesta determinada. Por lo tanto, con el desarrollo de este estudio, se utilizaron técnicas de encuesta para muestrear la población objetivo.

Instrumento:

Encuesta: Se efectuará una encuesta dirigida a los trabajadores, propietarios y clientes; con el objetivo de obtener información respecto a las variables de Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, año 2019.

4.7 Plan de análisis

En cuanto a la investigación realizada, los datos recopilados deben ir a través de un programa donde se buscará la frecuencia y el porcentaje de cada elemento Luego se presentarán a través de las tablas y figuras utilizadas en el programa Excel Los datos serán analizados y los resultados y porcentajes deben ser explicados.

Para (Díaz S. C., 2015), expone que las herramientas de investigación son recursos que los investigadores pueden usar para tratar fenómenos y extraer información de ellos, de modo que puedan registrar la información recopilada y facilitar la toma de decisiones y los cálculos estadísticos. Los cuestionarios se recopilan para recopilar información de investigación, que es la única forma posible de comunicarse con un gran número de personas para comprender varios aspectos de las variables estudiadas, mientras que las preguntas de estandarización pueden producir datos más confiables.

4.8 PRINCIPIOS ÉTICOS

Uladech, (2019) en su Código de Ética para la Investigación, publicó: Los principios éticos descritos en el presente código, deben regir las normativas de elaboración de los proyectos de investigación en la universidad, realizados para los distintos niveles de estudios y modalidad; así como para los proyectos del Instituto de Investigación. El presente Código de Ética tiene como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad. Ese quehacer tiene que llevarse a cabo respetando la correspondiente normativa legal y los principios éticos definidos en el presente Código, y su mejora continua, en base a las experiencias que genere su aplicación o a la aparición de nuevas circunstancias. La aceptabilidad ética de un proyecto de investigación se guía por cinco principios éticos en cuanto se involucre a seres humanos o animales. Estos principios éticos tienen como base legal a nivel Internacional: el Código de Núremberg, la Declaración de Helsinki y la Declaración Universal sobre bioética y derechos Humanos de la UNESCO. En el ámbito nacional, se reconoce la legislación peruana para realizar trabajos de investigación.

PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA

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. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus

derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad. (Uladech, 2020).

Evaluamos de manera pertinente el desarrollo del protocolo de consentimiento, asimismo el propietario de la MYPE coló sus datos y firma para proceder con la autorización de que podemos aplicar el instrumento de recojo de información. Mediante ello informamos con claridad el propósito de la investigación, donde consideramos el perfil del mismo. También informamos que cuando se aplique la encuesta puede retirarse en cualquier momento si no desea continuar por abstenerse a dar respuesta.

De esta manera presentamos la evidencia del protocolo de consentimiento informado de los propietarios, presentamos la solicitud del permiso a las MYPE para la autorización de los participantes fueron encuestados de manera online.

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. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. (Uladech, 2020)

Respondimos cada una de las respuestas de nuestros participantes, de esta manera estuvieron informados de nuestra investigación y se sentirán seguros de dar su consentimiento para ser encuestados, ya que para proceder a encuestar tenemos que tener el consentimiento de cada uno de ellos, como primordial de las MYPE.

d) 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. (Uladech, 2020)

Mediante la pandemia que estamos viviendo en la actualidad, hemos aplicado la encuesta de manera online, de esta manera evitaremos el contagio del virus COVID-19, ya que es un riesgo en nuestra actualidad que podría llevarnos hasta la muerte, de esta manera nuestros participantes estuvieron fuera de riesgo.

e) 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. (Uladech, 2020)

Al inicio de nuestra encuesta le mostramos a los participantes que la presente investigación será de manera voluntaria, donde todo será equitativo, ya que los datos demográficos son por igualdad a todos nuestros participantes. Asimismo, les informe que podrán visualizar los resultados en el repositorio de la universidad ULADECH por que serán publicados.

f) 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. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados. (Uladech, 2020)

En este principio lo argumentaremos de la siguiente manera, nuestros participantes observaron que en nuestra encuesta su participación será de manera anónima, cuidaremos su identidad, ya que el manejo de la información será por la autora de la investigación bajo el asesoramiento del docente tutor.

4.9 Matriz De Consistencia

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	
<p align="center">GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE, RUBRO DE TRANSPORTE TERRESTRE, RUTA PAITA-PIURA, AÑO 2019</p>	<p align="center">¿Cuáles son las características de gestión de la calidad y competitividad de las MYPE, rubro de transporte terrestre ruta PAITA-PIURA, año 2019?</p>	<p align="center">Objetivo general Identificar las características en la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta de PAITA-PIURA, año 2019.</p>		<p>La hipótesis de la investigación es una proposición hecha mediante la recopilación de datos e información. Aunque no se ha confirmado, puede responder alternativamente a problemas con una base científica, que también puede usarse como sugerencias temporales que no están destinadas a ser utilizadas. Probar estrictamente qué predicciones deben verificarse mediante métodos científicos (Perales, 2015).</p>	<p align="center">DISEÑO (Hernández, 2018)</p>	<p align="center">TÉCNICAS E INSTRUMENTOS (Díaz, 2015)</p>
		<p align="center">Objetivos específicos a) Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.</p>	<p align="center">GESTIÓN DE LA CALIDAD</p>		<p>Tipo: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental de corte transversal</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>
		<p>b) Conocer los principios de la gestión de calidad dentro de una MYPE, rubro de transporté terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.</p>			<p align="center">POBLACIÓN Y MUESTRA (Hernández, 2018)</p>	<p align="center">PLAN DE ANÁLISIS (Díaz, 2015)</p>
		<p>c) Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE, en el rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.</p>	<p align="center">COMPETITIVIDAD</p>		<p>Población: Gestión de la calidad fue infinita Competitividad fue infinita Muestra: Propietarios 4 Colaboradores 16 Clientes 68</p>	<p align="center">Word y Excel</p>
		<p>d) Determinar los factores de la competitividad en las MYPE, en el rubro de transporté terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.</p>				

Fuente: elaboración propia

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Variable Gestión De Calidad

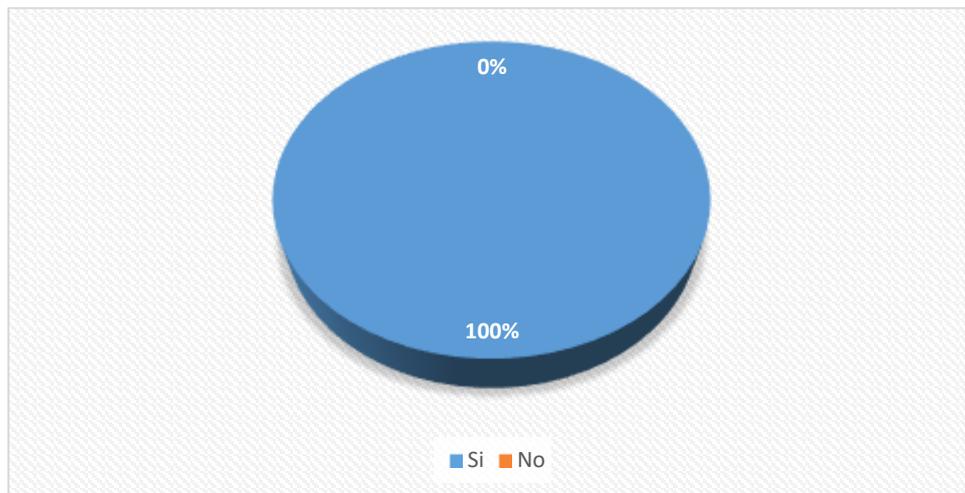
Objetivo 1: Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

Tabla 1 ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario

Elaboración: Propia



Grafica 1: diagrama circular que representa, ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente

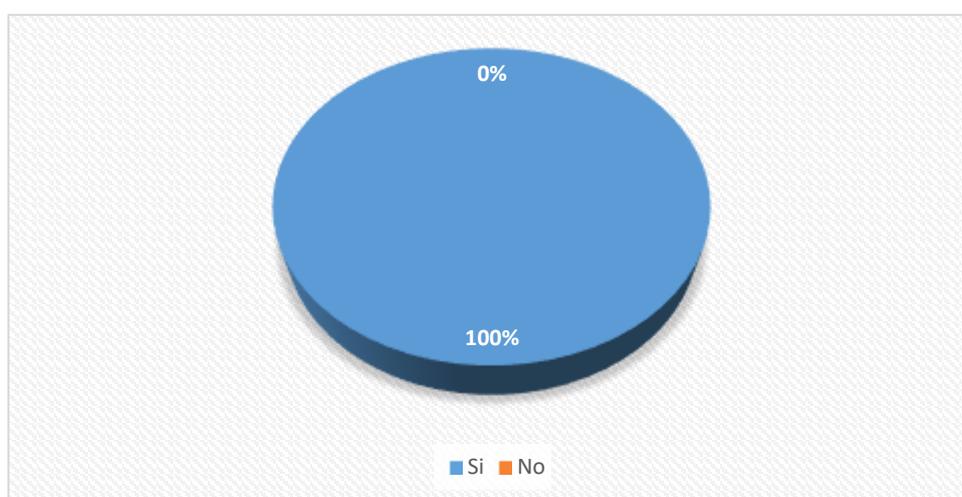
Interpretación: Según la tabla 1 y figura 1, el 100% (4) de propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifestado que los propietarios de la MYPE si propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.

Tabla 2
¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario

Elaboración: Propia



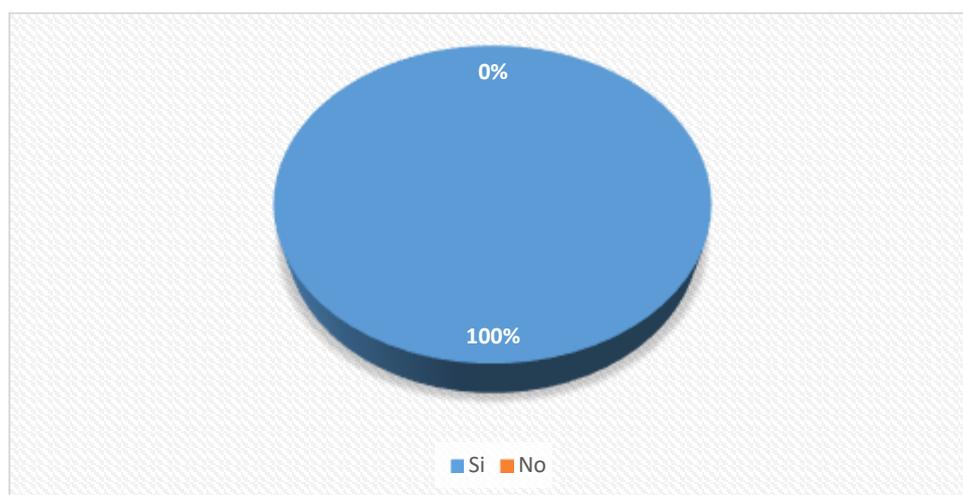
Grafica 2: Diagrama circular que representa ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?

Interpretación: En la tabla 2 y figura 2, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que ellos diseñan estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE

Tabla 3 ¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración: Propia



Grafica 3: Diagrama circular que representa ¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?

Interpretación: En la tabla 3 y figura 3, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que su marca actual le ayuda a conseguir sus objetivos.

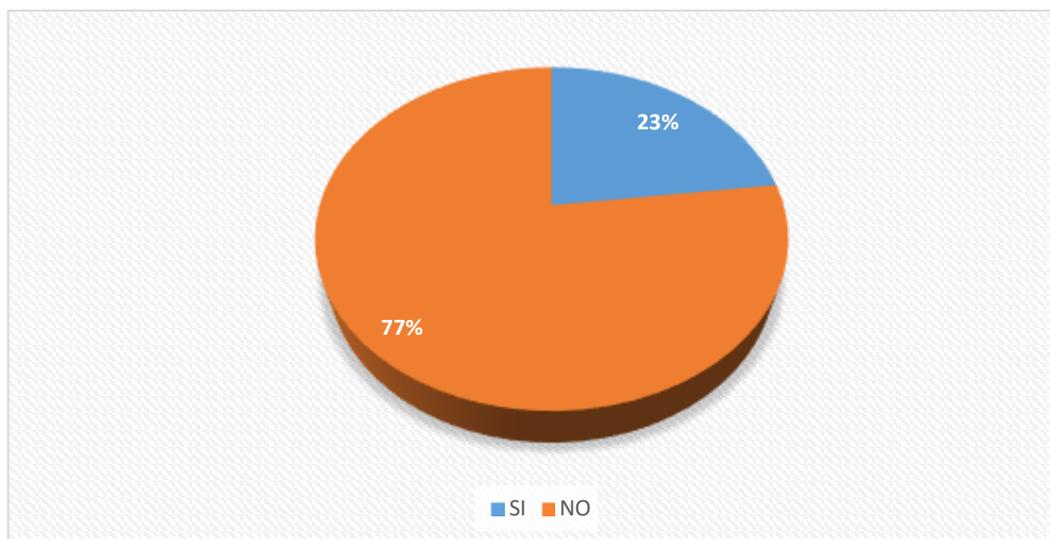
5.1.1. Objetivo 2: Conocer los principios de la gestión de la calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

Tabla 4
¿usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	52	77%
No	16	23%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes que la MYPE, rubro de transporte.

Elaboración: Propia



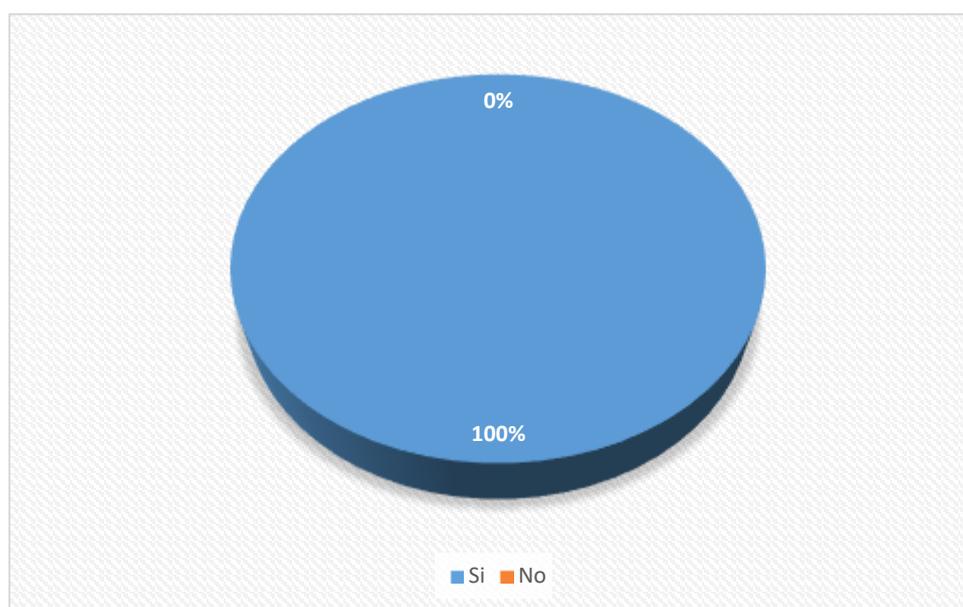
Grafica 4: diagrama circular que representa, ¿usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?

Interpretación: En la tabla 4 y figura 4 denominada ¿usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?, el 52 % de los clientes de las MYPE del rubro de transportes terrestre, ruta Paita-Piura, nos manifiesta que no se encuentran satisfechos con el servicio que les proporciona la MYPE. Mientras que el 23% manifiestan los contrarios.

*Tabla 5:
¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración: Propia



Grafica 5: Diagrama circular que representa ¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?

Interpretación: En la tabla 5 y figura 5, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que mantiene comunicación directa con el ambiente interno

*Tabla 6:
Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	63%
No	6	37%
Total	16	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración: Propia

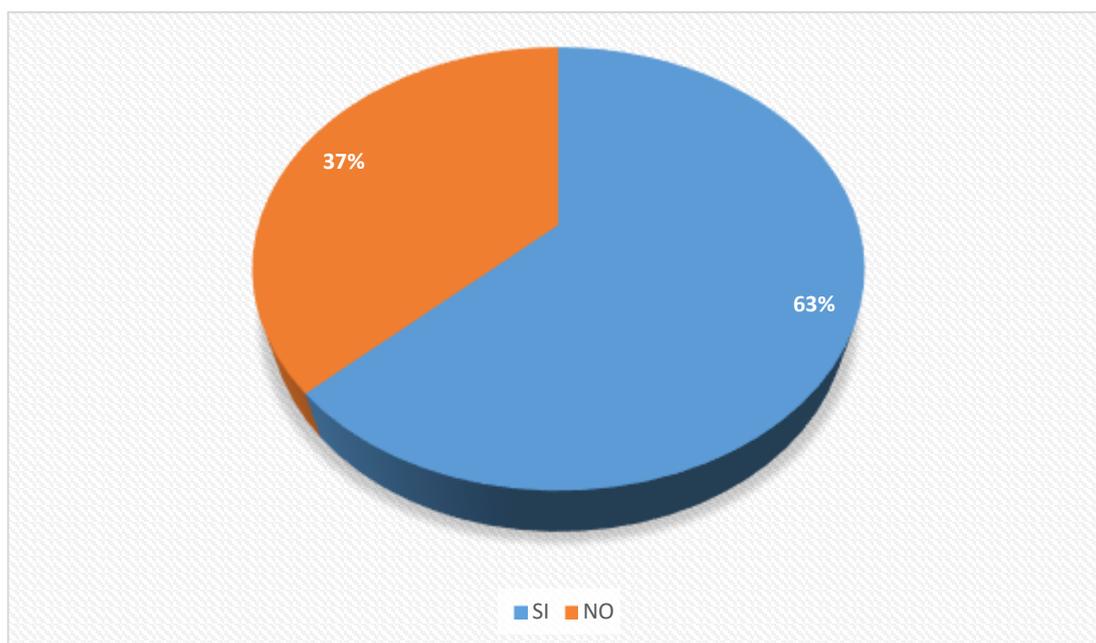


Figura 6: Diagrama circular que representa ¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?

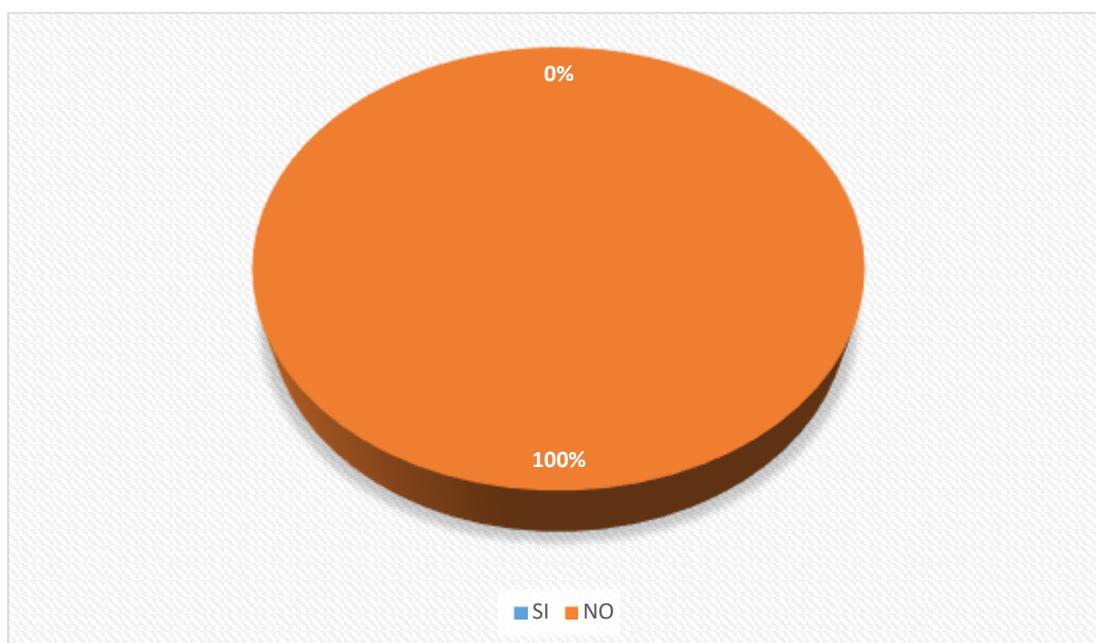
Interpretación: En la tabla 6 y figura 6, se puede observar que el 63% (10) colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que reciben reconocimientos cuando logran alguna meta dentro de la MYPE, mientras que el 37% (6) de colaboradores manifiestan lo contrario.

*Tabla 7:
¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	4	100%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario

Elaboración: Propia



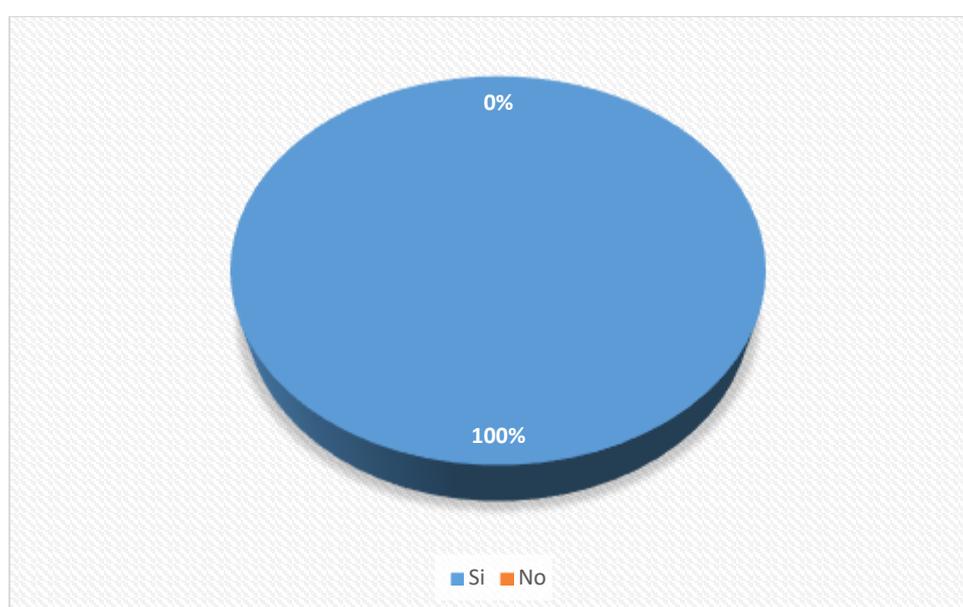
Grafica 7: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?

Interpretación: En la tabla 7 y figura 7, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que no consideran que existen deficiencia en los procesos administrativos

*Tabla 8:
¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración: Propia



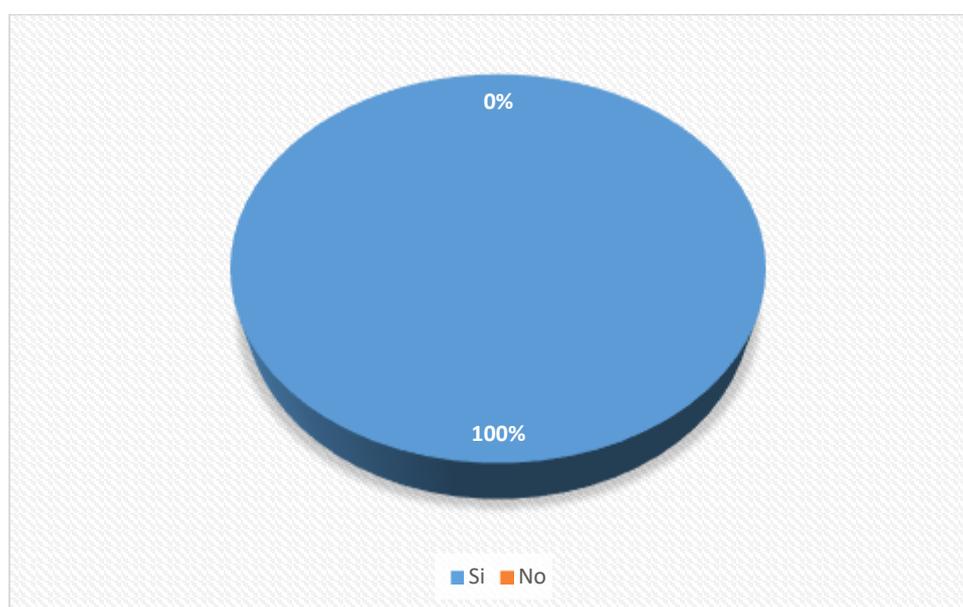
Grafica 8: Diagrama circular que representa, ¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?

Interpretación: En la tabla 8 y figura 8, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si identifican a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE.

*Tabla 9:
¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración: Propia*



Grafica 9: Diagrama circular que representa, ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?

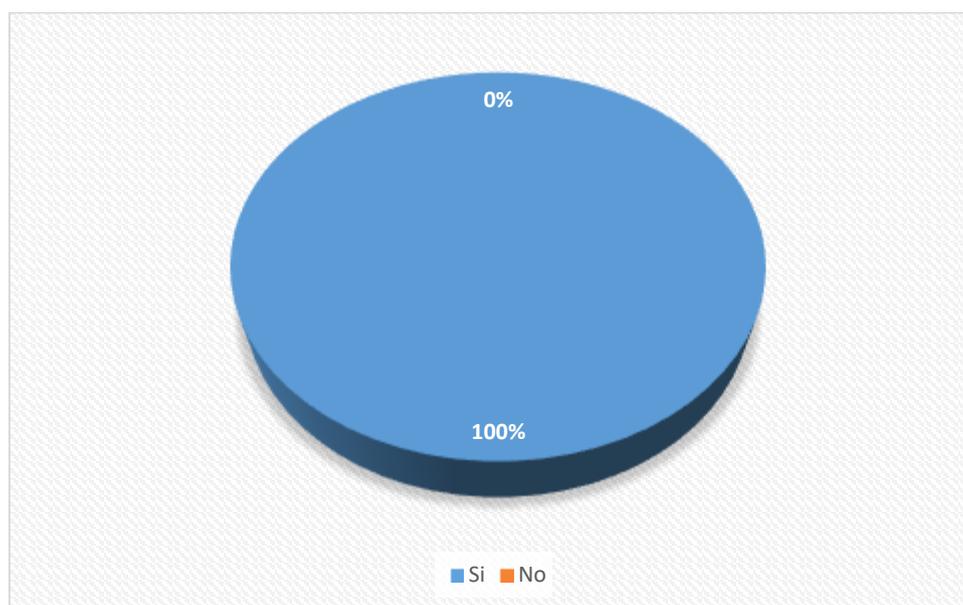
Interpretación: En la tabla 9 y figura 9, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE

Tabla 10: Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario

Elaboración: Propia



Grafica 10:

Diagrama circular que representa, Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?

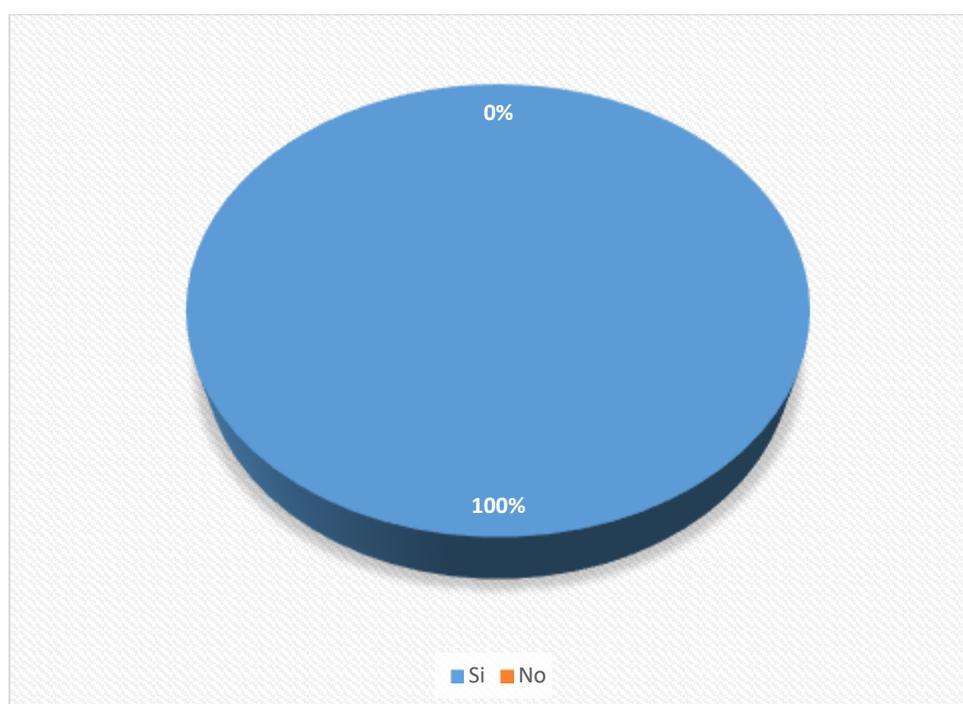
Interpretación: En la tabla 10 y figura 10, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que frente a un inconveniente antes proceder a tomar una decisión si analizan los datos para encontrar una solución

Tabla 11: ¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario

Elaboración: Propia



Grafica 11: Diagrama circular que representa, ¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?

Interpretación: En la tabla 11 y figura 11, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si mantiene una grata relación con sus proveedores

Variable Competitividad:

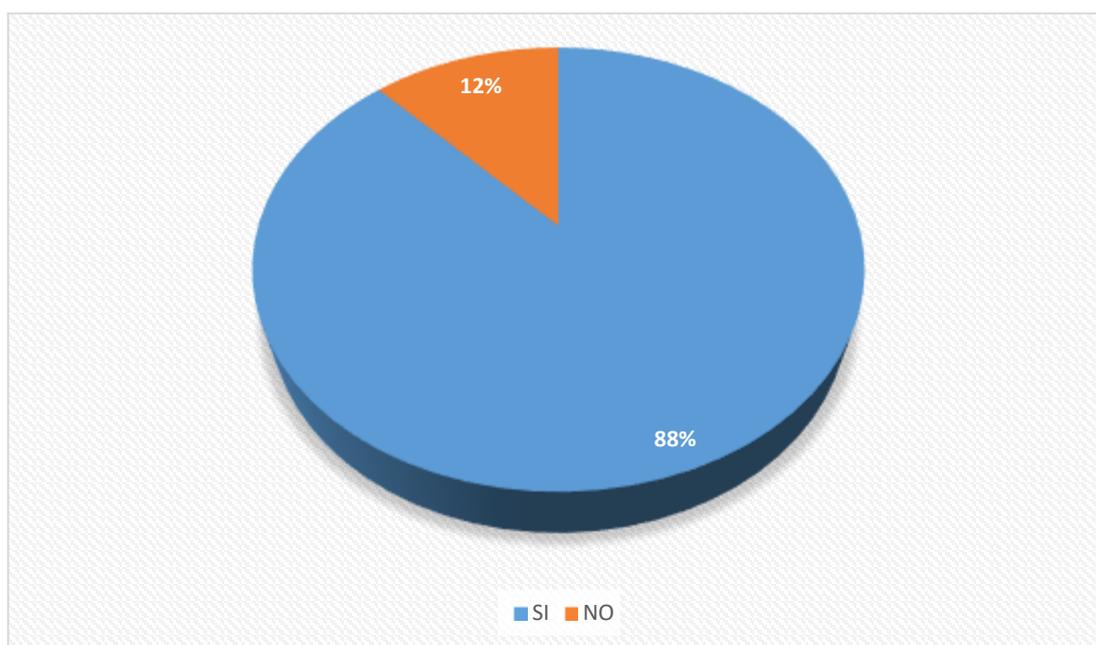
5.2.1. Objetivo 3: Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

Tabla 12: ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	88%
No	8	12%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

Elaboración: Propia



Grafica 12: Diagrama circular que representa, ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?

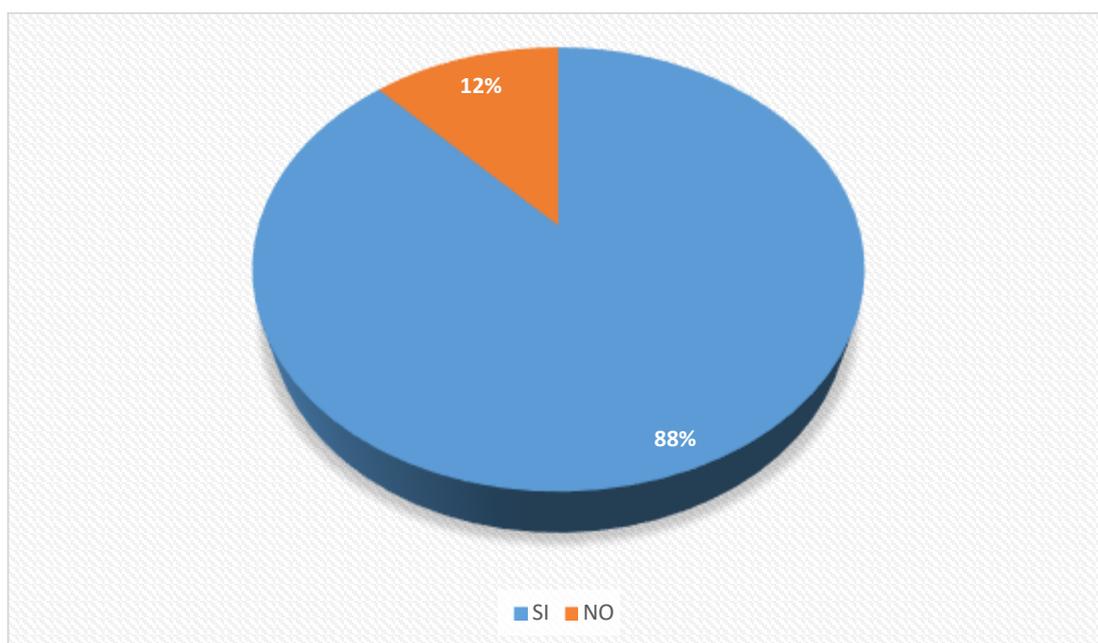
Interpretación: En la tabla 12 y figura 12, se puede observar que el 88% (60) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que su precio es accesible para ellos, mientras que 12% (8) consideran lo contrario.

Tabla 13: ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	88%
No	8	12%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

Elaboración: Propia



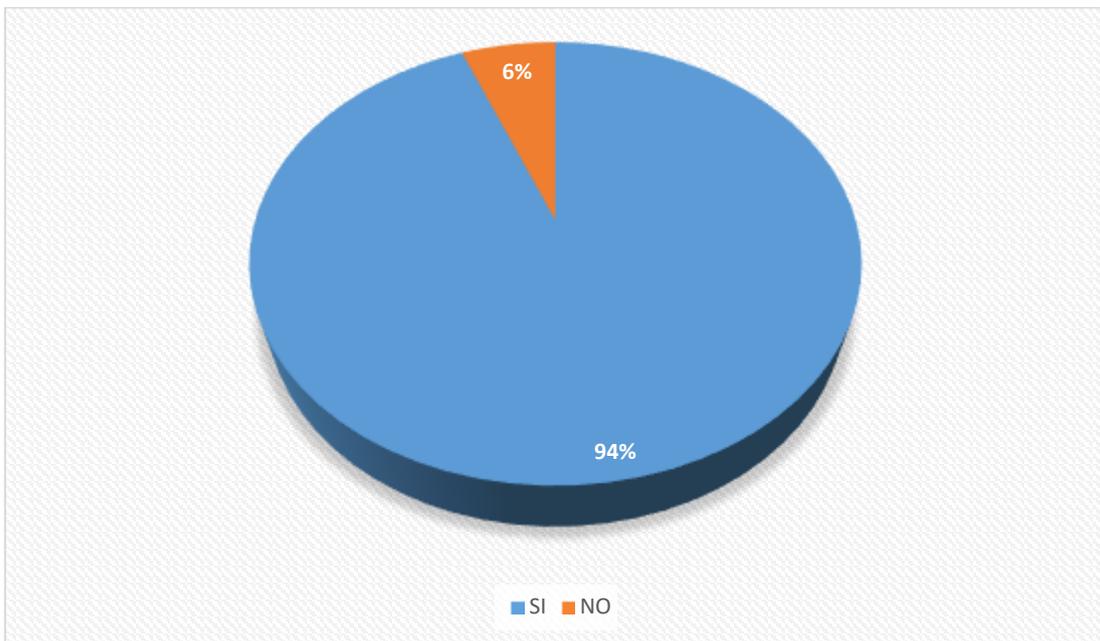
Grafica 13: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?

Interpretación: En la tabla 13 y figura 13, se puede observar que el 88% (60) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que el servicio que le brinda la MYPE es de calidad, mientras que 12% (8) consideran lo contrario.

*Tabla 14:
¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	94%
No	1	6%
Total	16	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al colaborador
Elaboración: Propia



Grafica 14: Diagrama circular que representa, ¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?

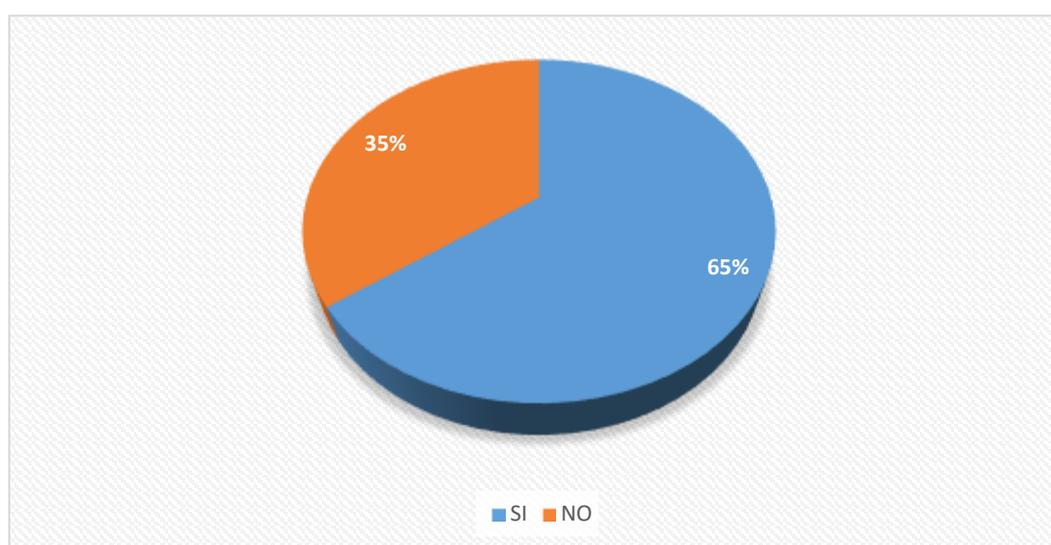
Interpretación: En la tabla 14 y figura 14, se puede observar que el 94% (15) colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que cuentan con experiencia de más de un año manejando autobuses, mientras que el 6% (1) de colaboradores manifiestan que no cuentan con experiencia.

*Tabla 15:
¿usted cuenta con la experiencia de más de un año manejando autobuses?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	65%
No	6	35%
Total	16	100%

Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, rubro de transportes

Elaboración: propia



Grafica 15: diagrama circular que representa, ¿usted cuenta con la experiencia de más de un año manejando autobuses?

Según la tabla 15 y la figura 15, el 65% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, nos manifiestan que cuentan con más de un año de experiencia manejando autobuses.

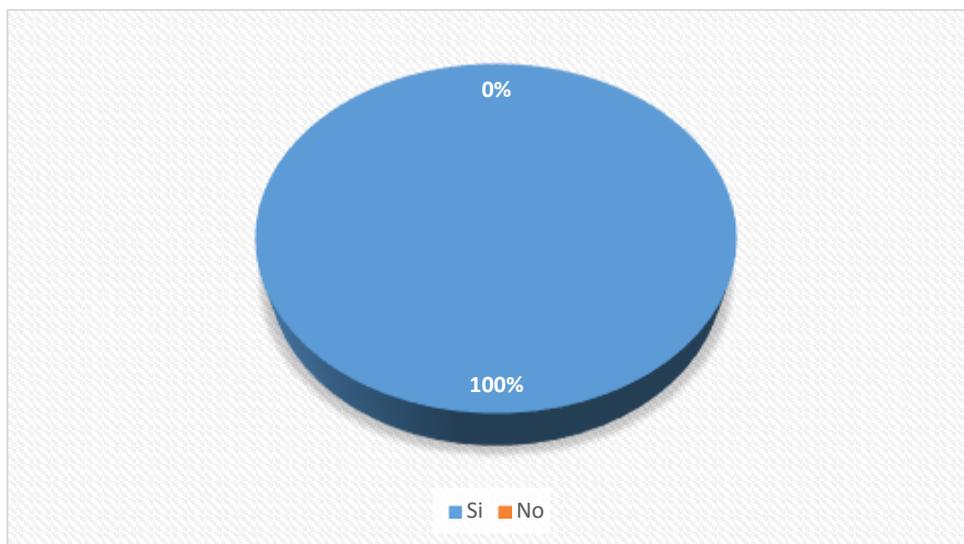
Tabla 16:

¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario

Elaboración: Propia



Grafica 16:

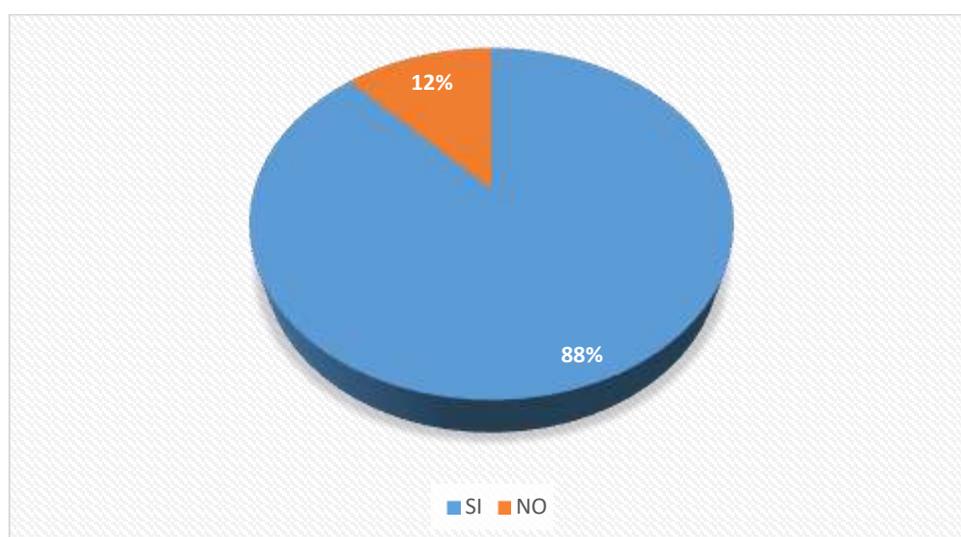
Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?

Interpretación: En la tabla 16 y figura 16, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE

*Tabla 17:
¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	88%
No	8	12%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente
Elaboración: Propia



Grafica 17: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?

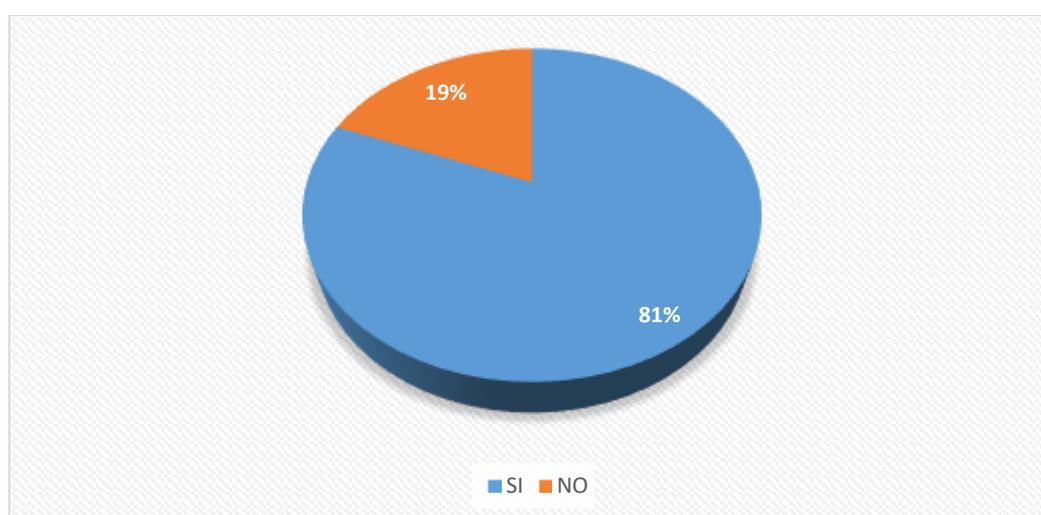
Interpretación: En la tabla 17 y figura 17, se puede observar que el 88% (60) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que el servicio que le brinda la MYPE es eficiente, mientras que 12% (8) consideran lo contrario.

*Tabla 18:
¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	81%
No	13	19%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al cliente

Elaboración: Propia



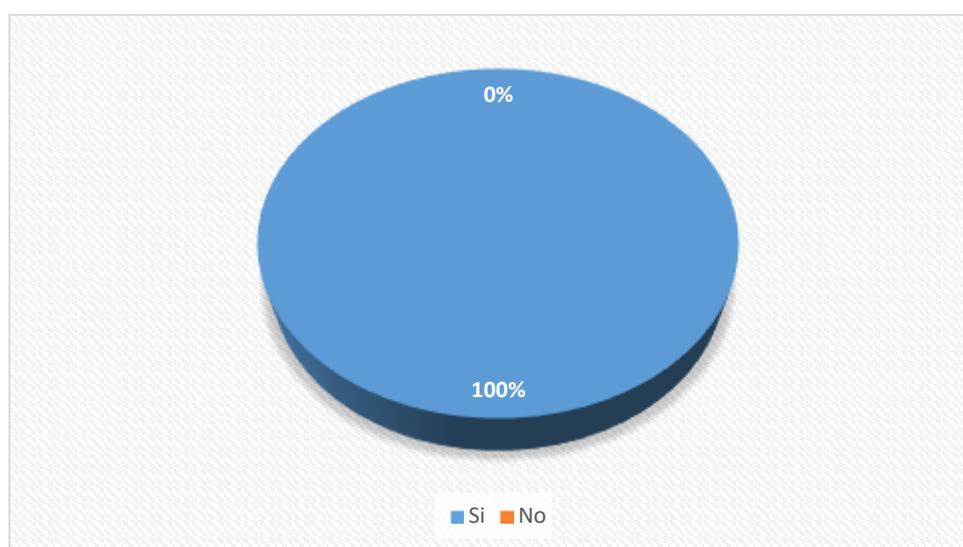
Grafica 18: Diagrama circular que representa, ¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?

Interpretación: En la tabla 18 y figura 18, se puede observar que el 81% (55) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que su precio es acorde con el servicio brindando, mientras que 19% (13) consideran lo contrario.

*Tabla 19:
¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración: Propia*



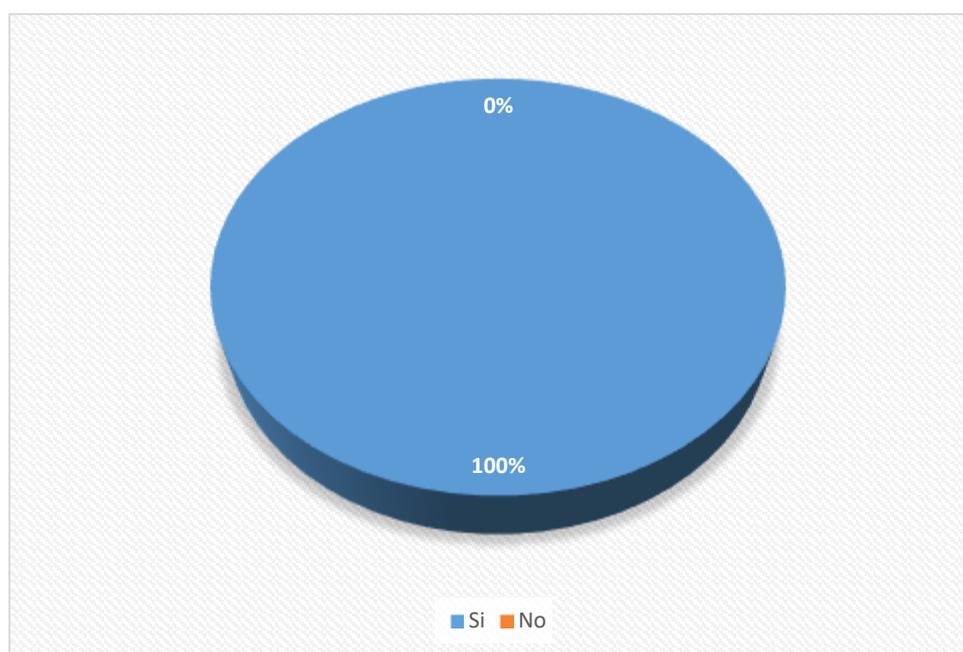
*Grafica 19:
Diagrama circular que representa, ¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?*

Interpretación: En la tabla 19 y figura 19, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes.

*Tabla 20:
¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración: Propia*



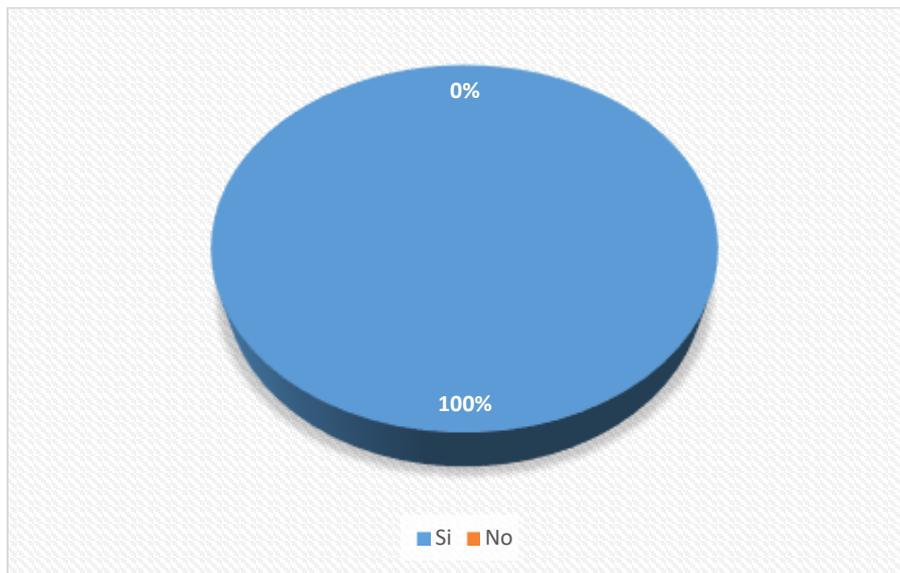
Grafica 20: Diagrama circular que representa, ¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?

Interpretación: En la tabla 20 y figura 20, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que al renovar su marca ellos obtienen acogida por sus clientes.

*Tabla 21:
¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración: Propia*



Grafica 21: Diagrama circular que representa, ¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?

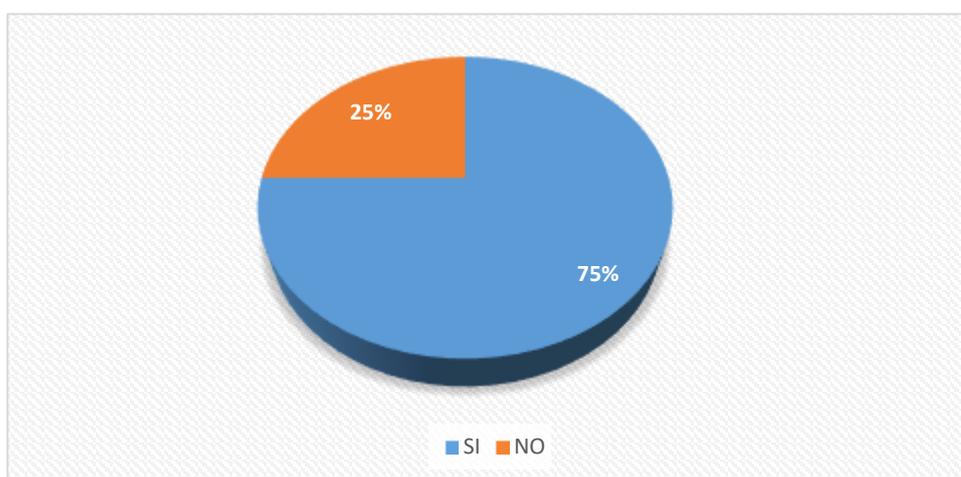
Interpretación: En la tabla 21 y figura 21, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si proporcionan capacitaciones a sus colaboradores.

5.2.2. Objetivo 4: Determinar los factores de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

Tabla 22: ¿A usted le proporcionan capacitaciones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	75%
No	4	25%
Total	16	100%

*Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, rubro de transportes
Elaboración: propia*



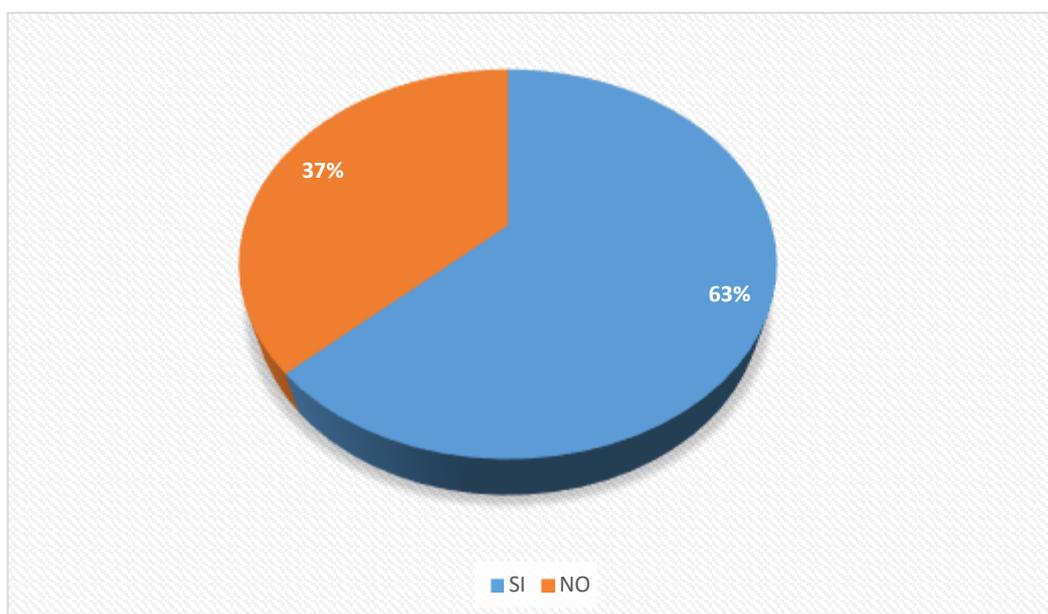
Grafica 22: diagrama circular que representa, ¿A usted le proporcionan capacitaciones?

Según la tabla 22 y figura 22, el 75% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, en la ruta Paita-Piura, manifiestan que si reciben capacitaciones.

Tabla 23: ¿Usted recibe un salario fijo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	63%
No	6	37%
Total	16	100%

Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, rubro de transportes
Elaboración: propia



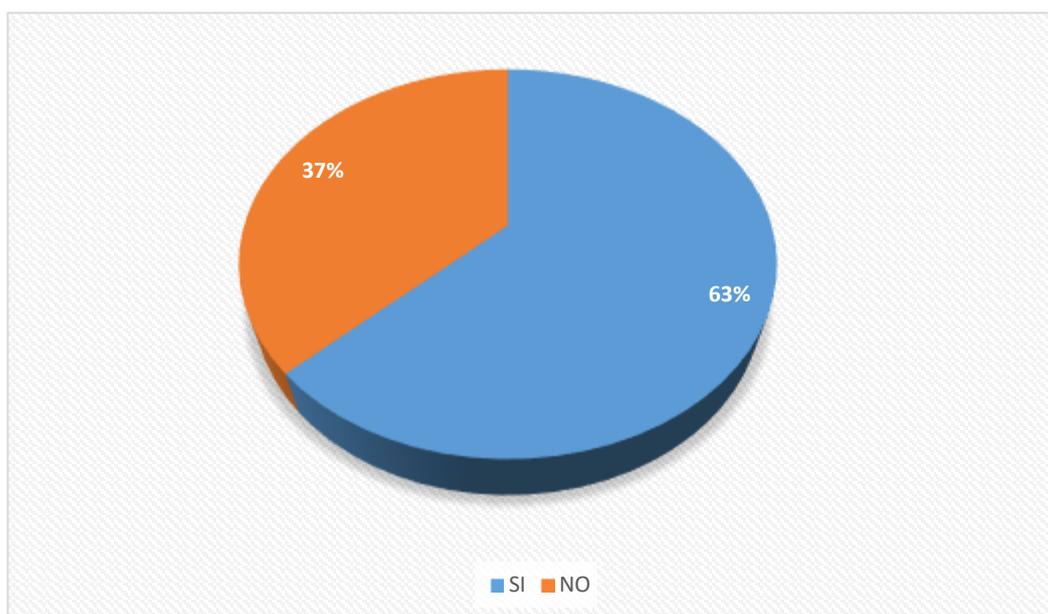
Grafica 23: diagrama circular que representa, ¿Usted recibe un salario fijo?

Según la tabla 23 y figura 23, el 63% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, en la ruta Paita-Piura, manifiestan que cuentan con un salario fijo, mientras que el 37% de los colaboradores manifiestan lo contrario.

Tabla 24: ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	63%
No	6	37%
Total	16	100%

Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores de la MYPE, rubro de transportes
Elaboración: propia



Grafica 24: diagrama circular que representa, ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?

Según la tabla 24 y figura 24, el 63% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, en la ruta Paita-Piura, manifiestan que sienten que valoran su desempeño, mientras que el 37% de los colaboradores manifiestan lo contrario.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1.1 Objetivo: Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019

Según la tabla 1 y figura 1, el 100% de propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifestado que los propietarios de la MYPE si propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes. Resultado cercano con el estudio de Palma, Parejo, & Sierra (2018) afirma que las estrategias para mejorar la calidad en la atención al cliente, son diseñadas surgir y como una meta principal es la satisfacción, la determinamos de esta manera; el mantenimiento de infraestructura, instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria.

Jáuregui (2017) las estrategias para la mejora continua son esenciales ya que la empresa podrá lograr sus objetivos teniendo en cuenta que mejorará los costes, la calidad del producto o servicio, reducción del tiempo en los procesos, por lo tanto, necesitamos la participación y dedicación de todos los colaboradores dentro de la empresa.

En la investigación podemos tener por resultados que los propietarios afirman proponer estrategias para mejorar el nivel de satisfacción de sus clientes, de esta manera buscan fidelizar a sus clientes y diferenciarse la competencia del mercado de rubro de transportes terrestres, ruta Paita, Piura.

En la tabla 2 y figura 2, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que ellos diseñan estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE.

Godos (2018) en su investigación, señala que los propietarios tienen claro sus estrategias para contribuir a la mejora continúa teniendo en cuenta sus servicios a ofrecer

que crean con vínculos del público invitando a sus consumidores a dar dictámenes para mejorar su producto y servicio enfocándose en sus necesidades.

Bances, (2016) en su investigación, indica que todos los propietarios de los establecimientos efectúan constantemente estrategias para mejorar la calidad, el cual es apreciable he indicado por lo que genera eficacia, con proporción a desarrollar la atención en cuanto a su calidad para un satisfactorio servicio.

Podemos decir que los propietarios optan por diseñar estrategias para contribuir a la mejora continua frente a la gestión de la calidad, donde buscando mejorar los procesos dentro de la MYPE de transporte terrestre, basándose en las necesidades según las estrategias propuestas, de esta manera se puede lograr la optimización

En la tabla 3 y figura 3, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que su marca actual le ayuda a conseguir sus objetivos.

Para Mondragón & Silva (2016) señalan también como una estrategia la marca de la empresa de esta manera busca ser el centro del mercado y sobre todo impulsar al desarrollo de la MYPE, teniendo en cuenta que mediante ella se alcanzara los objetivos. Donde el considera que es una técnica de marketing en su apogeo en las distintas empresas, ya que esto conlleva a un gran afán en las distintas marcas, lo que lo lleva a diferenciar dentro del mercado.

Arrascue & Cardozo (2015) en su investigación nos presenta que dependemos del nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: un cliente insatisfecho cambiara de marca o proveedor de forma inmediata.

Donde se pudo observar en la investigación que los propietarios buscan con su marca actual alcanzar sus objetivos dentro de la MYPE, donde la marca presenta de distintas maneras, y se diferencia de los competidores que existen dentro del mercado, donde el cliente se siente identificado con la marca de la empresa de transporte terrestre.

5.2.1.2. Conocer los principios de la gestión de la calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

En la tabla 4 y figura 4 denominada ¿usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?, el 77% de los clientes que asisten a las MYPE del rubro de transportes terrestre, ruta Paita-Piura, nos manifiesta que no se encuentran satisfechos con el servicio que les proporciona la MYPE.

Resultado cercano con el estudio de López & Núñez (2018) afirma que la satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende alcanzar sus objetivos dentro del mercado. El cliente satisfecho ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales de producción, finanzas, recursos humanos, por lo tanto, es muy importante tener un cliente satisfecho para que una empresa sea exitosa.

Huaranca (2017) la satisfacción del cliente es la conformidad del cliente con el bien tangible o intangible que adquirió, por lo tanto, se considera que para una empresa es alcanzar esta meta comercial, con el objetivo de que cliente vuelva con una nueva adquisición de un producto nuevo en la MYPE, por lo tanto, el cliente se fideliza con la MYPE.

En la tabla 5 y figura 5, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que mantiene comunicación directa con el ambiente interno.

Para Gastañaudi (2017) en su investigación tenía como objetivo determinar la comunicación directa con el ambiente interno abarca al personal de una organización y establece la base de como el personal entiende percibe el clima laboral dentro de la MYPE, repercuten significativamente en el desenvolvimiento del Trabajador, de tal manera que buscan como poder ser identificado, a la vez reconocido de manera sobresaliente de la rivalidad.

Según Carrillo & Gómez, (2012) precisa que formar un hábito por parte del jefe en vínculo con los colaboradores, conduciéndolos y mejorando su desempeño en sus áreas, con el fin de obtener fases de desarrollo favorables del servicio enlazadas con la atención a brindar, y el crecimiento de los mismos, creando estrategias para un resultado favorable.

Se pudo observar según la investigación que los propietarios mantienen una comunicación directa con sus colaboradores, teniendo en cuenta que el ambiente interno de la MYPE es muy valioso, por lo tanto, los propietarios consideran que mediante ello pueden alcanzar los objetivos de producción dentro de la MYPE de transportes.

En la tabla 6 y figura 6, se puede observar que el 63% (10) colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que reciben reconocimientos cuando logran alguna meta dentro de la MYPE, mientras que el 37% (6) de colaboradores manifiestan lo contrario.

Cabezón (2015) afirma que el reconocimiento laboral es una de las fuentes más importantes dentro de una empresa, ya que la satisfacción de los clientes internos que son

los colaboradores, depende la productividad de la empresa, por lo tanto, ellos deben estar motivados constantemente, para el bien de la empresa.

Para Saavedra (2018) en su investigación nos afirma que el reconocimiento del trabajo bien hecho y valorar el esfuerzo del personal actúa como una fuerza invisible, que va asociada con la satisfacción y el bienestar de todos los colaboradores dentro de la empresa. Se considera un reconocimiento laboral a una técnica clave para retener el talento, ya que es muy importante que los colaboradores sepan que su trabajo es reconocido.

Para ello podemos decir que dentro de la MYPE de transportes que el reconocimiento laboral produce una satisfacción de manera interna en cada colaborador, por lo tanto, ellos sienten que desarrollan su trabajo con seguridad, confianza, brindando la aportación necesaria y eficiente a la empresa.

En la tabla 7 y figura 7, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que no consideran que existen deficiencias en los procesos administrativos.

Asimismo, Castillo (2017) afirma que la planificación del proceso administrativo es la parte del proceso donde se encargan de establecer los objetivos o metas en un determinado plazo para la MYPE, por lo tanto, esto conlleva a cuatro etapas fundamentales, que son las siguientes, planificación; organización; ejecución; y control, mediante estos procesos se puede decir que las empresas buscan alcanzar sus objetivos propuestos.

La aplicación de procesos administrativos permite aprovechar la mano de obra dentro de la empresa, utilizando los recursos técnicos que existen dentro de ella, de esta manera se permite tener organizados los recursos y disponerlos de manera eficiente. Se

puede aplicar en cualquier MYPE, pero esto depende de los puestos jerárquicos cuyas funciones son administrativas. (Saavedra, 2018).

Podemos decir que en la investigación los propietarios no existen deficiencias en los procesos administrativos, donde estos conjuntos de funciones son esenciales dentro de la MYPE de transportes terrestre ruta Paita-Piura.

En la tabla 8 y figura 8, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si identifican a los procesos administrativos dentro de la MYPE.

Según Apaza (2016) nos afirma que los procesos administrativos son esenciales para una empresa, aquella persona encargada de ejercerlo de manera jerárquica es el administrador, esta persona ejerce este cargo, donde tiene la potestad de tomar decisiones, teniendo una inteligencia interpersonal, se encarga de motivar de una manera dinámica con su equipo de trabajo, sin diferencias, colocando los intereses de la empresa como lo primero.

Reyes (2017) nos dice que toda MYPE que pretende alcanzar sus metas, debe utilizar los procesos administrativos, sin este proceso es dudoso que se alcance los objetivos o metas que existan dentro de la empresa, por lo tanto, en muchas veces es imposible, es por ello que se recomienda utilizar los procesos administrativos de esta manera la organización será más eficiente y eficaz dentro del rubro de transportes terrestre, ruta Paita, Piura.

En la tabla 9 y figura 9, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE.

Según Castillo (2017) afirma que la mejora continua es un enfoque esencial para los procesos operativos dentro de la MYPE donde se enfoca en las necesidades de revisar continuamente la reducción de costos de oportunidad, optimizar y aumentar la calidad de los servicios ofrecidos por la MYPE.

Álvarez (2016) toda MYPE es aplicada de forma directa la manufactura, esto se debe a la necesidad constante de miniar costos de producción obteniendo la mejor calidad en servicios. La mejora continua se centra en eliminar las actividades que no son necesarias, que puede generar pérdidas para MYPE, se puede asociar con la metodología de procesos, donde se puede visualizar la visión y la misión de la empresa.

En la tabla 10 y figura 10, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que frente a un inconveniente antes proceder a tomar una decisión si analizan los datos para encontrar una solución.

Espinoza (2015) afirma que tomar una decisión es siempre un riesgo, donde si se debe dar el valor necesario a la opinión de todos, pero a la hora de tomar la decisión se debe tomar todos los datos necesarios, ya que todo el peso caerá sobre esta persona, por lo tanto, es esencial que siempre existan profesionales en este caso, se debe tener un encuentras datos reales y evidencias sin dejan ningún detalle.

Las decisiones las tomamos constantemente, en muchas oportunidades sin darnos cuenta, existen decisiones que debemos de tomar para elegir el futuro de una empresa, por eso es idóneo que siempre se verifique los riesgos que existen antes de tomar la decisión ya que está en juego la posición de la empresa, aceptando la opinión de todos. (Coaguila, 2016).

En la tabla 11 y figura 11, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si mantiene una grata relación con sus proveedores.

Bances (2016) coincide con nuestra tabla al corroborar que, si maneja una buena comunicación con sus proveedores ya que es una de las piezas clave para poder otorgar un buen servicio al consumidor, estas relaciones se dan de manera grata para el bienestar de la empresa, de esta manera existirá una mejor comunicación.

Arias-Muñoz, (2019) en la Calidad de servicio, se pretende asociar buenos desempeños y disposiciones dominables de sus proveedores en donde se obtendría crear un resultado favorable teniendo en cuenta siempre los efectos indirectos que pueda generarse si la comunicación, por lo tanto, lo recomendable es que existe una grata relación en ambos.

Variable Competitividad

Objetivo: Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

En la tabla 12 y figura 12, se puede observar que el 88% (60) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que su precio es accesible para ellos, mientras que 12% (8) consideran lo contrario.

Quero (2015) afirma que los precios son una atracción para los clientes, donde no son ajustados en los mercados activos, donde se busca que sean accesibles para los consumidores de servicios de transportes, este principio es muy importante en la economía general, donde se debe buscar ofrecer un precio accesible para todos.

El precio se suele medir por unidades monetarias, lo cual interviene a momento de comprar el servicio en las MYPE de transporte, por lo tanto, el precio debe ajustarse a

la economía del cliente, por lo tanto los consumidores buscan precios cómodos. En este sentido el precio nos va reflejar la relación de intercambio de servicios, interviniendo la oferta y la demanda dentro de la MYPE.

Según la investigación podemos decir como resultado manifiestan que los precios son accesibles para los clientes, donde es primordial que precio lo diferencia de los competidores, así mismo se buscara garantizar la calidad del servicio brindado por las MYPE en el rubro de transporte terrestre.

En la tabla 13 y figura 13, se puede observar que el 88% (60) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que el servicio que le brinda la MYPE es de calidad, mientras que 12% (8) consideran lo contrario.

Roldán (2017) señala que cuando una organización consigue fidelizar clientes o está en proceso continuo de mejoramiento, se está encaminando a lograr la satisfacción de las demandas de sus compradores, de tal manera que los clientes empiezan a darle valor a su negocio de preferencia, no simplemente porque el ambiente es de su agrado sino porque la atención y los productos ofrecidos denotan sustentabilidad en todo momento.

Burgos (2017) en su informe señala que los errores más comunes dentro de una organización es tener una relación distante entre sus competencias ya que se genera una disputa entre ellas e incluso entre propietarios, afectando a su entidad, de esa manera es esencial constantemente llevar una relación de manera pacífica.

En la tabla 14 y figura 14, se puede observar que el 94% (15) colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que cuentan con experiencia de más de un año manejando autobuses, mientras que el 6% (1) de colaboradores manifiestan que no cuentan con experiencia.

Chicana (2017) afirma que la experiencia que tenga un colaborador es muy importante para la productividad de la MYPE, de esta manera lo pueden demostrar en el currículo según el puesto que ya halla desempeñado en su anterior trabajo, donde se puede considera que el tiempo de experiencia debe ser mayor a un año.

La experiencia laboral depende de cada colaborador, se asocia muchas veces a la madurez de la persona, a la destreza en su puesto de trabajo, teniendo conocimientos utilices para empresa, por lo tanto, es importante el aprendizaje que se puede adquirir para utilizarlo como un antecedente en nuestros conocimientos que están dispuestos a demostrar en la MYPE. (Ibarra, 2016)

Según la tabla 15 y la figura 15, el 65% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, nos manifiestan que cuentan con más de un año de experiencia manejando autobuses. Mientras que el 35% no cuentan con la experiencia adecuada.

Resultado cercano con el estudio de Duque (2017) afirma que la experiencia laboral hace referencia al conjunto de conocimientos y aptitudes que un individuo o grupo de persona a adquiridos a partir de realizar alguna actividad profesional en un transcurso de tiempo determinado.

La Rosa (2018) es la experiencia laboral hace referencia al aprendizaje que tiene el colaborador en una determinada área, interviene el reclutamiento para poder saber que colaborador elegir, si se busca contratar un nuevo colaborador con el perfil idóneo que estamos buscando para la MYPE.

Tenemos como resultado que el gran porcentaje de los colaboradores si cuenta con un año de experiencia manejando autos, esto es favorable para MYPE de transporte

terrestre por que la productividad aumentara, y proporcionaran un buen servicio de calidad a los usuarios

En la tabla 16 y figura 16, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE.

Según Saavedra (2018) nos dice que el potencial es reconocido como una capacidad para ejecutar y realizar una actividad dentro de una determinada área, en este caso en las MYPE de transporté terrestre, se considera una cualidad positiva de un colaborador, donde estas personas idóneas para la empresa, de esta manera buscan alcanzar metas que para muchos pueden ser inalcanzables.

Del mismo modo Balladares (2017) señala que en toda empresa se exige amoldarse a programaciones para mejorar su gestión, enfocadas a distintas técnicas par resaltara en su entorno operativo, una de ellas consta en la orientación de sus trabajadores para que tengan el conocimiento adecuado en cómo realizar una buena tarea formando de tal modo una atención buena para el público y una mejor coordinación de lis mismo dentro de la empresa.

En la tabla 17 y figura 17, se puede observar que el 88% (60) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que el servicio que le brinda la MYPE es eficiente, mientras que 12% (8) consideran lo contrario.

Navarro (2015) quien en su investigación ha identificado que en algunos casos el personal de las MYPE no es empáticos y que los clientes no se encuentran satisfechos ni completamente convencidos con el trato brindados, para lo cual resalta que es muy importante tener una comportamiento grato y agradable con el cliente, ya que ellos son la

principal fuente que garantiza el incremento y permanencia de la rentabilidad en las empresas

Asimismo, Carrasco (2017) señala que hoy en día las compañías contraen en incrementar sus destrezas en lo comercial para entrar en competencia con las demás, sin embargo, se basan en desarrollarse sin tener consideración de nuevos métodos que les servirían para mejorar sus propagandas del establecimiento, y hacer presente que es una compañía que se adapta con la sociedad.

En la tabla 18 y figura 18, se puede observar que el 81% (55) clientes de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que su precio es acorde con el servicio brindando, mientras que 19% (13) consideran lo contrario.

Según Gonzales (2017) afirma el precio parte sobre gastos que existen dentro de la MYPE, teniendo en cuenta los márgenes de ella, pueden existir las listas de precios, descuentos o rebajas a nuestros clientes, e incluso créditos a nuestros usuarios, se considera que es flexible teniendo un precio mínimo y máximo, pero se considera que todo precio debe ser reflejado según la calidad de servicio.

Según Burgos (2017) señala que siempre hay que estar a las expectativas de los clientes, a lo que ellos sugieran precios bajos para obtener una ventaja competitiva, tomando en cuenta su opinión, el cliente al llegar a un establecimiento de servicio es porque requiere de uno de ellos, pero sobre todo busca seguridad, confort en cada uno de los transportes terrestres. Buscando superar a la competencia, mediante precios al alcance de los clientes.

En la tabla 19 y figura 19, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes.

Riaño (2018) considera que una empresa que crea nuevos productos, ofrece mercaderías novedosas y variedad en tu estantería, se encuentra integrando un indicador esencial para lograr la competitividad y así sus productos sean demandados por mercado nacional e incluso internacional. La tecnología de la información y comunicación más conocida como TIC es aquella que busca la innovación, de que toda empresa tenga retos buscando nuevos modelos de negocios buscando fidelizar a los clientes para con la empresa.

Arvai (2016) considera que la innovación en un negocio es parte de la competitividad de la empresa, tomándolo desde el punto de vista relacionado con el desarrollo de productos novedosos, variedad de productos, sobre todo aquellos que en la competencia no se vendan. Se busca canalizar esfuerzos, buscando nuevas estrategias mediante la innovación integrando TIC, donde cada vez aumenta más, surgen nuevos modelos de autos, buscando comodidad de los clientes.

Podemos decir que las MYPE emplean la innovación dentro de sus autos, la tecnología para alcanzar una mayor acogida dentro del mercado de transporte, buscando un soporte de promoción y fortalecimiento de competitividad de las MYPE de transporte terrestre.

En la tabla 20 y figura 20, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que al renovar su marca ellos obtienen acogida por sus clientes.

Según Castillo (2017) afirma que la marca es aquel elemento esencial para una MYPE, esto les ayuda a diferenciarse de la competencia, y que los clientes actuales y potencia los conozcan, se identifiquen con ella. De esta manera puede ser representado ya sea mediante un nombre, signos, símbolos, etc.

En esta actualidad el marketing de percepciones está instalado en todas las empresas, por lo tanto, toda MYPE debe de contar con su marca frente al producto, de esta manera el usuario lo reconocería y se identificaría si el servicio es de calidad, podría haber una recomendación de ella, obteniendo la posición en el mercado de transportes terrestre. (Ladines, 2016).

En nuestra investigación podemos decir que los propietarios mantienen su marca para alcanzar sus objetivos, así mismo buscan que alcanzar diferenciarse dentro del mercado de transportes.

En la tabla 21 y figura 21, se puede observar que el 100% (4) propietarios de las MYPE del rubro de transporte terrestre, ruta Paita-Piura, manifiestan que si proporcionan capacitaciones a sus colaboradores.

Según Vela (2016) afirma que dentro de toda MYPE se debe considerar los programas de capacitación, de esta manera el capital humano estará preparado para cumplir sus funciones, teniendo en cuenta que será un gasto para las MYPE, pero un colaborador preparador, será favorable para la producción y su desarrollo de la empresa, no es unas obligaciones, pero es necesario para que no existan deficiencia o una baja producción. Dentro de estas capacitaciones debe existir el protocolo de atención cliente, para que aquel colaborador que recién ingresa tenga conocimiento de los procesos de la MYPE, recargando su función teniendo la igualdad entre hombres y mujeres.

Igualmente, Gutiérrez (2016) afirma que para que un colaborador sea eficiente necesita estar capacitado, con temas de la actualidad, de esta manera va desarrollar su aprendizaje con la nueva tecnología que para muchos colaboradores en su área de trabajo tienen dificultad, por lo tanto, la empresa debe verse en posibilidad de brindar capacitaciones para que los colabores realicen su actividad de la mejor manera.

En la investigación los propietarios nos afirman que ellos realizan capacitaciones a sus colaboradores para que puedan lograr una excelente productividad dentro de la MYPE, desarrollando nuevas habilidades que no descubrían.

Determinar los factores de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.

Según la tabla 22 y figura 22, el 75% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, en la ruta Paita-Piura, manifiestan que si reciben capacitaciones.

Resultado cercano con el estudio de Paredes & Reátegui (2017) afirma que en muchas compañías hay quienes consideran las capacitaciones como gastos innecesarios, sin embargo, se trata de una de las grandes inversiones que una empresa puede hacer para potenciar el desarrollo de sus personas y lograr los objetivos de la organización.

Luévano & Martínez (2017) es muy importante las capacitaciones dentro del ámbito empresarial y laboral ya que mediante ello puede haber una mejor productividad, por lo tanto, se alcanzará uno de los objetivos planteados. Así mismo es beneficiosa para los colaboradores por que se desarrollaran sus habilidades, aptitudes, la conducta que deben de tener dentro de la MYPE y sobre todo explayar sus conocimientos.

Según la tabla 23 y figura 23, el 63% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, en la ruta Paita-Piura, manifiestan que cuentan con un salario fijo, mientras que el 37% de los colaboradores manifiestan lo contrario.

Según Cruz (2015) afirma que este factor es muy importante para la MYPE, ya que el colaborador depende su economía, teniendo en cuenta sus necesidades, vestir, pagar en muchas veces alquiler de un hogar, comer, salud, entre más necesidades que puede tener. Por lo tanto, la remuneración es aquella prestación profesional de un colaborador que da a una empresa, sin perder sus derechos como trabajadores, teniendo

periodos de descanso, siendo esto una motivación para un colaborador y dependiendo este su productividad.

Salazar (2016) afirma que no es salario, los bonos, gratificaciones que recibe un colaborador, ya que esto es una motivación para todo trabajador. Se conoce como jornada laboral aquellas prestaciones que son remuneradas de manera diaria, existiendo jornadas de más de doce horas generando el abuso y explotación para los colaboradores, donde no se respeta sus derechos, lo que ocasionará la fatiga, estrés, frustración que puede sentir el colaborador.

En la investigación existen un determinado porcentaje que no cuentan con un salario fijo donde deberían reconocer su jornada de manera prudente y adecuada, valorando su desempeño dentro de la MYPE, esto genera una mayor productividad, por lo tanto, es considerado que el salario es una gran motivación para los colaboradores.

Según la tabla 24 y figura 24, el 63% de los colaboradores de las MYPE del rubro de transporte terrestre, en la ruta Paita-Piura, manifiestan que siente que valoran su desempeño, mientras que el 37% de los colaboradores manifiestan lo contrario.

Según Tineo (2017) afirma que el desempeño de un colaborador dentro de la MYPE, sus acciones son relevantes con los objetivos de la organización, donde se puede medir según la competencia de cada colaborador, donde puede alcanzar el éxito como también no, eso será una contribución para empresa, esto va depender de aquellas caracterizas que presenta el colaborador dentro de la empresa.

Asimismo, Delgado (2015) el desempeño laboral son aquellas conductas que tiene el colaborador en su periodo de jornada laboral, debe ser de manera positiva para la eficiencia de la MYPE, se considera un principio fundamental, donde se busca mejorar el desempeño, enfocándose en las deficiencias de ellos, una vez ya identificado podremos

resaltar los esfuerzos que ellos emplean en alcanzar sus objetivos, donde muchas veces las metas son difíciles.

Existe un determinado porcentaje de colaboradores que sienten que no valoran su desempeño en su determinada área de trabajo, por lo tanto, los propietarios deben enfocarse en este pequeño porcentaje para motivar los colaboradores hacerlos parte de la MYPE, de esta manera serán más eficientes y eficaces.

VI. CONCLUSIONES

En el desarrollo de la investigación titulada, “Gestión de la calidad y competitividad de las MYPE rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019” se llegó a identificar las siguientes conclusiones de acuerdo a los objetivos específicos.

- a) Determinamos los beneficios de la gestión de la calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019, se puede concluir que los beneficios de la gestión de calidad son importantes para alcanzar el éxito en toda empresa, ya que los propietarios se encargan de proponer y diseñar estrategias que les ayudan con la mejora continua dentro de sus procesos que realizan en sus actividades generando una gran satisfacción en sus clientes, asimismo la imagen actual que tienen en las MYPE en sus autobuses, les ayudo alcanzar sus objetivos trasados.
- b) Conocimos los principios de la gestión de la calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019; donde podemos concluir que los propietarios mantienen comunicación directa con su ambiente interno, asimismo frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión se encargan de analizar los datos para encontrar una solución. Manejan una grata relación con sus proveedores y finalmente nos afirman que no existen deficiencias en los procesos administrativos.
- c) Identificamos los elementos de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019; podemos concluir que los colaboradores tienen mas de un año de experiencia manejando autobuses, asimismo nos afirman que el servicio de transporte que le proporcionan a los

clientes es manera especial, teniendo una conexión especial con ellos. Los propietarios afirman que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo, teniendo la confiabilidad de que lo van desempeñar con eficiencia dentro la MYPE.

- d) Determinamos los factores de la competitividad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019; podemos concluir que los propietarios emplean la tecnología para brindarle comodidad a sus clientes, teniendo autobuses modernizados. Asimismo, tienen la confiabilidad de seguir teniendo la misma acogida por sus clientes si en caso renovaran su marca. Por otro lado, nos afirmaron que les proporcionaban capacitaciones a sus colaboradores, teniendo en cuenta las necesidades que ellos tienen, de esta manera mantiene su capital humano dentro de la MYPE.

RECOMENDACIONES

La primera recomendación que brindaría según el primer objetivo sería que actualicen su marca así de esta manera alcanzaran sus objetivos trazados. Utilizar colores llamativos mediante el marketing sin perder la esencia de las MYPE. Deben implementar las inversiones de marketing y publicidad, para que la MYPE se pueda diferenciar dentro de la competencia en un determinado mercado. Proponer el valor añadido a su servicio de esta manera va superar las expectativas de sus clientes conforme a promoción y credibilidad. De esta manera buscamos que mejore bajo los beneficios de la gestión de la calidad.

Según el segundo objetivo, propondría la siguiente recomendación escuchar las sugerencias de los clientes de las MYPE para así obtener la satisfacción de ellos frente al servicio proporcionado. Motivar a los colaboradores mediante reconocimientos según el desempeño que mantengan dentro de las MYPE de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA.

Mi tercera recomendación propuesta según el tercer objetivo sería lo siguiente revisar los costos y gastos para así mismo revisar el precio que se le brinda según el servicio que brinda la MYPE, ya que según la MYPE varía el precio y no es uniforme, por lo tanto, eso genera inestabilidad en los clientes.

Mi última recomendación según el cuarto objetivo sería que la empresa innove y emplee la tecnología dentro de la MYPE para la comodidad del cliente. Así mismo conocer más a los colaboradores para que ellos se sientan parte de la MYPE y trabajen cómodos como un equipo de trabajo, valorando su opinión y su desempeño dentro de ella.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahumada-Tello, E., Ravina-Ripoll, R., & López-Regalado, M. E. (2018). *Responsabilidad Social Universitaria. Desarrollo de competitividad organizacional desde el proceso educativo*. Actualidades Investigativas en Educación, 18(3), 359-389.
- Alemán, C. (2016). *Los Ocho Principios de la Calidad*. Editorial Norma, Bogotá. Recuperado de: <http://www.qmtiltda.com/phocadownload/G>. Calidad ..., 2017 - academia.edu
- Alzates, A. Ramírez, J. & Bedoya, L. (2018). *Implementación de un sistema integrado de gestión de calidad*. Ciencias administrativas, (13), 032. Recuperado de: <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/3810>
- Apaza, L. L. (2016). *Caracterización de la calidad del servicio y la competitividad en las MYPE comerciales rubro ÓPTICAS del centro de PIURA, AÑO 2016*. (Tesis para el título de licenciado en Administración). En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote-Piura
- Arrascue D. J. & Cardozo E. (2015). *Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte "CLINIFER" CHICLAYO2015*. (Tesis para licenciado en Administración). Universidad Señor de SIPANChiclayo
- Betancourt, D. (2019). *Análisis PESTEL para describir el contexto organizacional*.
- Bernal-Jiménez, M. C., & Rodríguez-Ibarra, D. L. (2019). *Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial*. Scientia et technica, 24(1), 85-96.
- Burgos, G. D. (2017). *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-BAR OUZO AGAVE AZUL S.A.S. Bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica Colombiana NTSUSNA 008*. (Tesis para Ingeniera Industrial). Universidad Libre de Colombia-Bogotá.
- Cabezón, G. S. (2015). *Control de Calidad en la Producción Industrial*. (Tesis para Ingeniera Industrial). Universidad de Valladolid- España
- CARRANZA, X. (2018). *CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELES DEL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE SULLANA, 2018*.
- Castillo O. L. (2016). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016*” (Tesis para el título de licenciado En Administración). Universidad Católica Los ÁngelesChimbote-Piura
- Castillo, T. K. (2017). *Modelo de gestión estratégica con enfoque de innovación para la mejora de la competitividad empresarial*. (Tesis para el grado de Licenciada en Comercio y Negocios Internacionales). En la Universidad Nacional de Pedro Ruiz Gallo-Lambayeque.

- Castillón, G. E. (2016). *La competitividad en el micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas, de la avenida PROCERES DE LA INDEPENDENCIA, Cuadra 10 a la 27, distrito de SAN JUAN DE LURIGANCHO*. (Tesis para el título de licenciado en Administración). En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote-Lima
- Coaguila, G. A. (2017). *Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C.* (Tesis profesional en Ingeniero Industrial). Universidad Católica de San Pablo- Arequipa.
- Correa, F. (2018). *Caracterización De La Capacitación Y La Competitividad En Las Mype Del Rubro Restaurantes De La Urbanización Santa Ana De Piura, Año 2018*. 112. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3525>
- CHIRINOS, Y. D. V., MERIÑO, V. H., MARTINEZ, C. Y., & PEREZ, C. M. (2018). *Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES*. Revista Espacios, 39(07)
- De Dios G. H. (2016). *Lineamientos estratégicos para orientar la competitividad empresarial del HOSPEDAJE SELECTO E.I.R.L. PIURA, año 2016*. (Tesis para el título de licenciado en Administración). Universidad Cesar Vallejo-Piura.
- Domínguez, Z. A. (2017). *La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región TACNA*. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business). En la Universidad San Ignacio de Loyola-Lima.
- Duque, D. (2017). *Modelo teórico para un sistema integrado de gestión (seguridad, calidad y ambiente)*. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, (18), 115-130.
- Eliza Zambrano Olivera. (2015). Las Mypes y las ventas al Estado. *Contratando*, 20. <http://www.perucontrata.com.pe/boletincontratandoedicion20.pdf>
- González, R. (2015). *La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería low cost Presentado por Rafael González Pastor Tutelado por Doña Marta Laguna*. 69. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6001/1/TFG-N.95.pdf>
- Hernández Castorena, O., Colín-Salgado, M., & Velásquez-Espinosa, N. (2018). *Análisis de la relación hábitos y aceptación de 9's como elemento de competitividad en la pyme manufacturera de Aguascalientes, México (Analysis of the Relationship between Habits and Acceptance of the 9's As a Competitiveness Factor in Manufacturing SMEs in Aguascalientes)*. Revista CEA, 4(7).
- Hurtado Bautista, F. (2019). *La Gestión De Calidad y su influencia en los beneficios De Las Mypes del sector servicio-Rubro Restaurantes del ovalo de Santa Anita, Distrito de Santa Anita, Lima 2018*.
- Hernández, R. S. C. B. M. (2018). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.5TA EDICION*. In *經濟研究*.
- Huaranca Canchari, L. (2017). *Gestión de calidad factor que incide en la satisfacción del cliente en las empresas de abarrotes en el mercado Nery García Zárate*

- Ayacucho, 2016-2017.
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. D. R. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*. Estudios fronterizos, 18(35), 107-130.
- ISABEL PÉREZ CARBAJAL. (2015). *Implementación De Iso 9001:2015 En Un Sistema De Gestión De Calidad Certificado En Iso 9001:2008*.
- Jáuregui Baca, Y. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*.
- La Rosa Varela, J. A. (2018). *Experiencia laboral en el departamento de ventas de la empresa Motored SA 2012-2018*
- López, S., & Núñez, J. H. (2018). “*Gestión de calidad y satisfacción de necesidades en la Universidad Nacional “Micaela Bastidas”*”. Investigación y postgrado, 33(2), 13-13.
- Luévano, J. A. C., & Martínez, J. L. R. (2017). *La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados*. Técnica administrativa, 16(70), 3.
- Mamaqui, X. Meza, L. & Albisu, L. (2016). *Factores de competitividad empresarial. Agroalimentaria, 1316-0354*. Recuperado de: http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-03542002000100006&script=sci_abstract
- Martínez-Rivera, R., Crespo-Reinoso, Y., & Rodríguez-Cotilla, Z. (2018). *Diseño de instrumentos de medición del nivel de madurez del sistema de gestión de calidad en Empresas de Alta Tecnología del sector biofarmacéutico*. Vaccimonitor, 27(1), 26-36.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Guía de orientación al usuario del transporte terrestre*. Volumen III. Recuperado de: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/D93175C6F8C11A5E052582C50055B8B8/\\$FILE/Paginas_01_al_46_Guia_Transporte_Terrestre.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/D93175C6F8C11A5E052582C50055B8B8/$FILE/Paginas_01_al_46_Guia_Transporte_Terrestre.pdf)
- Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*. Estudios Gerenciales. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Natividad, T. I. (2017). *Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en la empresa ELECIN S.A. – Lima, 2017*. (Tesis para la Maestría en Administración de Negocios) Universidad Cesar Vallejo –Lima.
- Orán-Roque, R., Calderón-Maya, J. R., & Campos-Alanís, H. (2017). *Un análisis sobre el sistema de transporte público en la Zona Metropolitana de Cancún (ZMC), México 2016*. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 19(2), 81-99.
- Palma, H. G. H., Parejo, I. B., & Sierra, D. M. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Criterio libre, 16(28), 169-185.

- Panta Fernandez, V. H. (2019). *El impuesto a la renta en las empresas del sector servicios-rubro de transporte interprovincial de pasajeros. Caso: Transporte provincial de Paita y su impacto en los resultados de gestión en el año 2018.*
- Paredes Huanio, M., & Reátegui Pinedo, N. M. (2017). *Capacitación empresarial y su incidencia en la gestión administrativa de la empresa American Metal SAC del distrito de Calleria-Pucallpa, 2016.*
- Peralta, R. N. (2015). *Propuesta de un Modelo de un Sistema de Gestión de Calidad, basado en la Norma ISO 9001:2008 en el Hotel HM Internacional.*
- Perdomo Avilez, S., & Naranjo Teran, J. (2015). *Análisis de la competitividad hotelera de Cartagena dentro de los objetivos transversales del Plan Regional de Competitividad 2015- 2016 en los Mype del Centro y Bocagrande. 6.* http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4516/COMPETITIVIDAD_CAPACITACION_GRANDA_ORTIZ_YENCI_MARLENI.pdf?sequence=4
- Ramírez Molina, R. I., & Ampudia Sjogreen, D. M. (2018). *Factores de competitividad empresarial en el sector comercial.*
- Reyes, P. M. (2017). *Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C, año 2016-PIURA.* (Tesis para licenciada en Administración). Universidad Nacional de Piura-Piura.
- RPP Noticias. (25 de 06 de 2018). *INEI: La población en el Perú es de 31 millones 237 mil habitantes.* <https://bit.ly/3dlsWxL>
- Rosales Alvarado, M. (2016). *Gestión de infraestructura vial en la red departamental de la región Piura-2012.* (Tesis de Máster en Ingeniería Civil con Mención en Ingeniería Vial). Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería. Lima, Perú.
- Rioja Vallejos, D. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES, del sector comercio–rubro venta de ropa para varones, galería 5 continentes, Av. Abancay N° 1109, Lima 2018*
- Ruíz, C. (2019). *Gestión De Calidad Y Competitividad En Las Mype Rubro Boticas Del Centro Del Distrito De Las Lomas – Tambogrande, Año 2019.* http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15445/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RUIZ_RUIZ_DE_TALLEDO_CRISTINA_ANAI_ROSMERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Saavedra, M. T. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro panaderías del centro de Tambo grande año 2018.* (Tesis Para Licenciada En Administración). Universidad Católica Los Ángeles
- Salazar, G. O. (2016). *“Ventajas competitivas en los Hoteles de Empresa Familiar en el eje Cafetero De Colombia”.* (Maestría En Gerencia Del Talento Humano) Colombia.
- Salazar Pinzón, A. A. (2019). *Diseño de un modelo de logística para el transporte terrestre de colmenas en el sector apícola en Colombia* (Master's thesis, Universidad Autónoma de Occidente).

- Silva, I. M. (2015). *Calidad del servicio al cliente en el restaurant La Lomita TAMBOGRANDE -2015*. (Tesis para licenciada en administración) Universidad Nacional de Piura-Piura.
- Chimbote, Piura.Serrano, A. T. I. (2018). *Control interno y sistema de gestión de calidad: Guía para su implantación en empresas públicas y privadas. Ediciones de la U*.
- Sordo, A. (2019). *VENTAJAS DE LA COMPETITIVIDAD*
- Suarez, N., & Saenz, Y. (2016). *Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta.
- ULADECH. (2019). *Línea de investigación institucional de la ULADECH Católica*.
- Vela, B. J. (2016). *La Competitividad y la Integración Económica en América Latina: Caso de la Comunidad Andina de Naciones 2006-2014*. (Tesis El Título Profesional De Economista) Universidad Ricardo Palma-Lima

ANEXO

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2020-2021								Año 2021							
		Semestre II				Semestre III				Semestre I				Semestre II			
		Agosto-Diciembre				Abril-Julio				Agosto-Diciembre				Marzo-Junio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto																
2	Revisión del Proyecto por el Jurado de Investigación																
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación																
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor																
5	Mejora del marco teórico																
6	Redacción de la revisión de la literatura.																
7	Elaboración del consentimiento informado (*)																
8	Ejecución de la metodología																
9	Resultados de la investigación																
10	Conclusiones y recomendaciones																
11	Redacción del pre informe de Investigación.																
12	Reacción del informe final																
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación																
14	Presentación de ponencia en eventos científicos																
15	Redacción de artículo científico																

Anexo 2: Presupuesto

CATEGORIA	BASE	% NUMERO	TOTAL, S/
SUMINISTROS			
IMPRESIONES	0,20 PEN	70	14,00 PEN
FOTOCOPIAS	0,10 PEN	70	7,00 PEN
CORRECTOR	2,50 PEN	1	2,50 PEN
CUADERNO	15,00 PEN	4	60,00 PEN
EMPASTADO	3,00 PEN	1	3,00 PEN
PAPEL DIN-A4	12,00 PEN	1	12,00 PEN
LAPICEROS	1,00 PEN	12	12,00 PEN
SERVICIOS			
TURNITING	50,00 PEN	4	200,00 PEN
INTERNET	70,00 PEN	8	56,00 PEN
AGUA	50,00 PEN	8	400,00 PEN
LUZ	100,00 PEN	8	800,00 PEN
PENSIONES	250,00 PEN	16	4.000,00 PEN
MATRICULA	200,00 PEN	4	800,00 PEN
SEGURO ESTUDIANTIL	10,00 PEN	4	40,00 PEN
BOLETA DE NOTAS	10,00 PEN	4	40,00 PEN
CARNET DE BIBLIOTECA	30,00 PEN	2	60,00 PEN
SUB TOTAL			6.506,50 PEN
GASTOS DE VIAJE			
PASAJES PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION	2	200	400
TOTAL			6.906,50 PEN

Anexo 3: Constancia de Validación.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO, Raquel Silva Juárez identificado con DNI 02846914 MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL con Código de Colegiatura CLAD-01899

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por ESPINOZA GUANILO LEIDY DIANA a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación:

“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE, RUBRO TRANSPORTE TERRESTRE RUTA PAITA-PIURA, AÑO 2019” que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados:

Piura 30 de octubre del 2020


Raquel Silva Juárez
U.C.E.I. CENTRO ADMINISTRATIVO
CLAD-01899

Firma y sello

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observacion
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Beneficios							
1. ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?	✓		✓		✓		
2. ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?	✓		✓		✓		
3. ¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Principios							
4. ¿Usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?	✓		✓		✓		
5. ¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?	✓		✓		✓		
6. ¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?	✓		✓		✓		
7. ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?	✓		✓		✓		
8. ¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?	✓		✓		✓		
9. ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?	✓		✓		✓		
10. Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?	✓		✓		✓		
11. ¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?	✓		✓		✓		


 INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS
 IIVIP

Ítems correspondientes a la variable Competitividad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 3: Elementos							
12. ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?	/		/		/		
13. ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?	/		/		/		
14. ¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?	/		/		/		
15. ¿Usted considera que el servicio de transporte que proporciona lo hace especial en el mercado?	/		/		/		
Dimensión 4: Factores							
16. ¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?	/		/		/		
17. ¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?	/		/		/		
18. ¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?	/		/		/		
19. ¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?	/		/		/		
20. ¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?	/		/		/		
21. ¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?	/		/		/		
22. ¿Usted conoce las necesidades de sus colaboradores?	/		/		/		
23. ¿Usted recibe un salario fijo?	/		/		/		
24. ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?	/		/		/		
25. ¿Usted cuenta con recursos financieros ante un posible problema que suceda dentro de la MYPE?	/		/		/		


 Dr. Daniel Siles López

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO: María Isabel Mino Asencio identificado con DNI 18136783

MAGISTER en: Administración.

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por ESPINOZA GUANILO LEIDY DIANA a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación:

“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE, RUBRO TRANSPORTE TERRESTRE RUTA PAITA-PIURA, AÑO 2019” que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados:

Piura, Octubre 2020.



Mg. Lic. Adm. Mino Asencio María
DNI N° 18136783
CLAP 4913

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Beneficios							
1. ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?	x		x		x		
2. ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?	x		x		x		
3. ¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?	x		x		x		
Dimensión 2: Principios							
4. ¿Usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?	x		x		x		
5. ¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?	x		x		x		
6. ¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?	x		x		x		
7. ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?	x		x		x		
8. ¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?	x		x		x		
9. ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?	x		x		x		
10. Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?	x		x		x		
11. ¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?	x		x		x		

Ítems correspondientes a la variable Competitividad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 3: Elementos							
12. ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?	x		x		x		
13. ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?	x		x		x		
14. ¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?	x		x		x		
15. ¿Usted considera que el servicio de transporte que proporciona lo hace especial en el mercado?	x		x		x		
Dimensión 4: Factores							
16. ¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?	x		x		x		
17. ¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficientes?	x		x		x		
18. ¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?	x		x		x		
19. ¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?	x		x		x		
20. ¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?	x		x		x		
21. ¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?	x		x		x		
22. ¿Usted conoce las necesidades de sus colaboradores?	x		x		x		
23. ¿Usted recibe un salario fijo?	x		x		x		
24. ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?	x		x		x		
25. ¿Usted cuenta con recursos financieros ante un posible problema que suceda dentro de la MYPE?	x		x		x		

➤ **Variable Competitividad:**

Dimensión – Elementos

Indicador: Personalización

Se propone mejorar la pregunta: ¿Usted considera que el servicio de transporte que proporciona lo hace especial en el mercado? por:

¿Usted considera que el servicio de transporte que brinda logra diferenciarse en el mercado? ó

¿Usted considera que el servicio de transporte que brinda garantiza la satisfacción en el mercado? ó



Mg. Lic. Adm. Mino Asencio María
DNI N° 18136783
CLAP 4913



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario Dirigido Al Propietario

¡Buen Dia! Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura. Me encuentro realizando una investigación denominada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE. Rubro de Transporte Terrestre, Ruta Paita -Piura, Año 2019”. Con el objetivo de determinar las características de gestión de calidad y competitividad, por ello acudo a usted con el fin de que responda las siguientes preguntas marcando con una (X) la respuesta que le parezca conveniente, espero contar con su honestidad y responsabilidad. Agradezco su participación valiosa, cabe recalcar que las respuestas son con fines académicos y serán totalmente anónimas, cuidando su integridad.

DATOS DEL PARTICIPANTE

Edad: _____

Genero: _____

Domicilio: _____

Ocupación: _____

1. ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?

SI

NO

2. ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?

SI

NO

3. ¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?

SI

NO

4. ¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?

SI

NO

5. ¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?

SI

NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario dirigido Al Cliente

¡Buen Dia! Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura.
Me encuentro realizando una investigación denominada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE. Rubro de Transporte Terrestre, Ruta Paita-Piura, Año 2019”. Con el objetivo de determinar las características de gestión de calidad y competitividad, por ello acudo a usted con el fin de que responda las siguientes preguntas marcando con una (X) la respuesta que le parezca conveniente, espero contar con su honestidad y responsabilidad. Agradezco su participación valiosa, cabe recalcar que las respuestas son con fines académicos y serán totalmente anónimas, cuidando su integridad.

DATOS DEL PARTICIPANTE

Edad: _____

Genero: _____

Domicilio: _____

Ocupación: _____

1. ¿Usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?
SI NO
2. ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?
SI NO
3. ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?
SI NO
4. ¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?
SI NO
5. ¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?
SI NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario Dirigido Al Colaborador

¡Buen Dia! Soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura. Me encuentro realizando una investigación denominada “Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE. Rubro de Transporte Terrestre, Ruta Paita-Piura, Año 2019”. Con el objetivo de determinar las características de gestión de calidad y competitividad, por ello acudo a usted con el fin de que responda las siguientes preguntas marcando con una (X) la respuesta que le parezca conveniente, espero contar con su honestidad y responsabilidad. Agradezco su participación valiosa, cabe recalcar que las respuestas son con fines académicos y serán totalmente anónimas, cuidando su integridad.

DATOS DEL PARTICIPANTE

Edad: _____

Genero: _____

Domicilio: _____

Ocupación: _____

1. ¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?
SI NO
2. ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?
SI NO
3. ¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?
SI NO
4. ¿Usted recibe un salario fijo?
SI NO
5. ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?
SI NO

LIBRO DE CÓDIGOS PROPIETARIO																			
N.º	EDAD	GÉNERO	OCUPACIÓN	ESTADO CIVIL	1. ¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?	2. ¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?	3. ¿Su marca actualmente ayuda conseguir sus objetivos?	4. ¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?	5. ¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?	6. ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?	7. Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?	8. ¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?	9. ¿Usted considera que el servicio de transporte que proporciona hace especial en el mercado?	10. ¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?	11. ¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?	12. ¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?	13. ¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?	14. ¿Usted conoce las necesidades de sus colaboradores?	15. ¿Usted cuenta con recursos financieros ante un posible problema que suceda dentro de la MYPE?
Propietario de la MYPE 01	42	MASCULINO	PROPIETARIO	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Propietario de la MYPE 02	35	MASCULINO	PROPIETARIO	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Propietario de la MYPE 03	33	MASCULINO	PROPIETARIO	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Propietario de la MYPE 04	38	MASCULINO	PROPIETARIO	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
TOTAL					SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 0 NO: 4 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4	SI: 4 NO: 0 TOTAL 4

Fuente: elaboración propia

LIBRO DE CÓDIGOS COLABORADOR

N.º	EDAD	GÉNERO	OCUPACIÓN	ESTADO CIVIL	1. ¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?	2. ¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?	3. ¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?	4. ¿Usted recibe un salario fijo?	5. ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?
Trabajador 01	25	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	NO	NO	NO	NO
Trabajador 02	25	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	NO	SI	NO	NO
Trabajador 03	33	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	NO	SI	NO	NO
Trabajador 04	36	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	NO	SI	NO	NO
Trabajador 05	21	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	NO	SI	NO	NO
Trabajador 06	26	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	NO	SI	NO	NO
Trabajador 07	30	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Trabajador 08	39	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Trabajador 09	25	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Trabajador 10	24	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Trabajador 11	25	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	NO	SI	SI	SI	SI
Trabajador 12	30	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	NO	SI	SI	SI	SI
Trabajador 13	34	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	NO	SI	SI	SI	SI
Trabajador 14	32	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	NO	SI	SI	SI	SI
Trabajador 15	25	MASCULINO	TRABAJADOR	CASADO	NO	SI	SI	SI	SI
Trabajador 16	25	MASCULINO	TRABAJADOR	SOLTERO	NO	SI	SI	SI	SI
TOTAL:					SI: 10 NO:6 = TOTAL 16	SI: 10 NO:6= TOTAL16	SI: 15 NO: 1= TOTAL 16	SI: 10 NO:6 = TOTAL 16	SI: 10 NO: TOTAL 6

Fuente: Elaboración propia

LIBRO DE CÓDIGOS CLIENTE

N.º	EDAD	GENERO	OCUPACIÓN	ESTADO CIVIL	1. ¿Usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?	2. ¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?	3. ¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?	4. ¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?	5. ¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?
Ciente 01	20	MASCULINO	ESTUDIANTE	SOLTERO	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 02	40	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	CASADA	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 03	31	FEMENINO	ESTUDIANTE	SOLTERA	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 04	25	FEMENINO	ESTUDIANTE	SOLTERA	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 05	33	MASCULINO	ESTUDIANTE	CASADO	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 06	36	MASCULINO	ESTUDIANTE	CASADO	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 07	21	FEMENINO	ESTUDIANTE	SOLTERA	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 08	18	MASCULINO	ESTUDIANTE	SOLTERO	SI	NO	SI	SI	SI
Ciente 09	30	MASCULINO	ESTUDIANTE	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 10	55	FEMENINO	AMA DE CASA	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 11	22	FEMENINO	AMA DE CASA	SOLTERA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 12	33	FEMENINO	AMA DE CASA	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 13	45	FEMENINO	AMA DE CASA	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 14	51	FEMENINO	AMA DE CASA	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 15	22	MASCULINO	ESTUDIANTE	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 16	17	FEMENINO	ESTUDIANTE	SOLTERA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 17	33	FEMENINO	ESTUDIANTE	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 18	45	MASCULINO	MECANICO	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 19	55	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 20	28	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 21	44	FEMENINO	ENFERMERA	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 22	25	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 23	19	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 24	62	FEMENINO	DOCENTE	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 25	27	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 26	40	FEMENINO	AMA DE CASA	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 27	64	FEMENINO	DOCENTE	DIVORCIADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 28	34	FEMENINO	AMA DE CASA	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 29	24	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 30	25	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 31	61	FEMENINO	DOCENTE	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 32	39	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 33	18	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI

Ciente 34	24	FEMENINO	AMA DE CASA	SOLTERA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 35	32	FEMENINO	AMA DE CASA	SOLTERA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 36	60	FEMENINO	DOCENTE	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 37	33	FEMENINO	AMA DE CASA	DIVORCIADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 38	41	FEMENINO	AMA DE CASA	SEPARADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 39	20	MASCULINO	AMA DE CASA	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 40	63	FEMENINO	DOCENTE	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 41	25	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 42	61	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 43	35	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 44	29	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 45	40	FEMENINO	DOCTORA	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 46	38	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SEPARADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 47	51	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 48	24	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERA	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 49	44	FEMENINO	DOCTORA	SOLTERA	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 50	21	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERA	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 51	49	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	CASADA	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 52	26	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 53	43	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SEPARADA	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 54	25	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 55	22	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	NO	SI	NO	NO	NO
Ciente 56	46	MASCULINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERO	NO	SI	SI	SI	NO
Ciente 57	25	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERA	NO	SI	SI	SI	NO
Ciente 58	21	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERA	NO	SI	SI	SI	NO
Ciente 59	19	FEMENINO	COMPRADOR DE ESPECIES MARINAS	SOLTERA	SI	SI	SI	SI	NO
Ciente 60	55	MASCULINO	DOCENTE	SEPARADO	SI	SI	SI	SI	NO
Ciente 61	32	MASCULINO	ESTUDIANTE	CASADO	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 62	44	MASCULINO	ESTUDIANTE	SEPARADO	NO	SI	SI	SI	SI
Ciente 63	36	MASCULINO	ESTUDIANTE	CASADO	NO	SI	SI	SI	SI
Ciente 64	28	FEMENINO	ESTUDIANTE	SOLTERA	NO	SI	SI	SI	SI
Ciente 65	55	FEMENINO	ESTUDIANTE	CASADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 66	30	FEMENINO	ESTUDIANTE	SEPARADA	SI	SI	SI	SI	SI
Ciente 67	46	FEMENINO	ESTUDIANTE	SEPARADA	NO	SI	SI	SI	SI
Ciente 68	31	MASCULINO	ESTUDIANTE	CASADO	NO	SI	SI	SI	SI
TOTAL					SI: 52 NO: 16 =68	SI: 60 NO:8 =68	SI:60 NO:8 =68	SI: 60 NO: 8= 68	SI: 55 NO: 13 =68

Fuente: elaboración propia

MATRIZ DE ITEMS – GESTIÓN DE CALIDAD					
VARIABLES	OBJETIVOS	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	FUENTE
GESTION DE CALIDAD	Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	BENEFICIOS	Nivel de satisfacción	¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?	Propietario
			Mejora continua	¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?	Propietario
			Participación, imagen y credibilidad	¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?	Propietario
	Conocer los principios de la gestión de calidad dentro de una MYPE, rubro de transporté terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	PRINCIPIOS	Enfoque al cliente	¿Usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?	Cliente
			Liderazgo	¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?	Propietario
			Participación del personal	¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?	Colaborador
			Enfoque basado en procesos	¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?	Colaborador
			Enfoque de sistema basado para la gestión	¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?	Propietario
			Mejora continua	¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?	Propietario
			Enfoque basado en hechos para la toma de decisión	Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?	Propietario
			Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor	¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?	Propietario

MATRIZ DE PREGUNTAS – COMPETITIVIDAD

VARIABLE	OBJETIVOS	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTAS	FUENTE
COMPETITIVIDAD	Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE, en el rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	ELEMENTOS	Precio	¿Usted cree que el precio es accesible para sus clientes frente a su competencia?	Cliente
			Calidad	¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?	Cliente
			Experiencia	¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?	Colaborador
			Personalización	¿Usted considera que el servicio de transporte que proporciona lo hace especial en el mercado?	Propietario
	Determinar los factores de la competitividad en las MYPE, en el rubro de transporté terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	FACTORES	Capacidad directiva	¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?	Propietario
			Diferenciación en la producción o prestación de servicio	¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?	Cliente
			Relación calidad /precio	¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?	Cliente
			Recursos tecnológicos	¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?	Propietario
			Capacidad innovadora	¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?	Propietario
			Recursos comerciales	¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?	Propietario
			Capacidades del capital humano	¿Usted conoce las necesidades de sus colaboradores?	Propietario
				¿Usted recibe un salario fijo? ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?	Colaborador
			Recursos financieros	¿Usted cuenta con recursos financieros ante un posible problema que suceda dentro de la MYPE?	Propietario

MATRIZ DE RESULTADOS DE INDICADOR POR PREGUNTA							
VARIABLES	OBJETIVOS	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	RESULTADOS		
					SI	NO	TOTAL
GESTIÓN DE CALIDAD	Determinar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE, rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	BENEFICIOS	Nivel de satisfacción	¿Usted propone estrategias para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?	100%	0%	100%
			Mejora continua	¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de calidad de las MYPE?	100%	0%	100%
			Participación, imagen y credibilidad	¿Su marca actual le ayuda conseguir sus objetivos?	100%	0%	100%
	Conocer los principios de la gestión de calidad dentro de una MYPE, rubro de transporté terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	PRINCIPIOS	Enfoque al cliente	¿Usted se encuentra satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?	77%	23%	100%
			Liderazgo	¿Usted mantiene comunicación directa con el ambiente interno?	100%	0%	100%
			Participación del personal	¿Usted recibe reconocimientos cuando logra alguna meta dentro de la MYPE?	63%	37%	100%
			Enfoque basado en procesos	¿Usted considera que existe deficiencia en los procesos de la administración?	0%	100%	100%
			Enfoque de sistema basado para la gestión	¿Usted identifica como sistema a los procesos interrelacionados dentro de la MYPE?	100%	0%	100%
			Mejora continua	¿Usted diseña estrategias para contribuir a la mejora continua para la gestión de la calidad de las MYPE?	100%	0%	100%
			Enfoque basado en hechos para la toma de decisión	Frente a un inconveniente antes de proceder a tomar una decisión ¿Analiza los datos para encontrar una solución?	100%	0%	100%
			Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor	¿Usted mantiene una grata relación con sus proveedores?	100%	0%	100%

MATRIZ DE RESULTADOS DE INDICADOR POR PREGUNTA

VARIABLE	OBJETIVOS	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTAS	RESULTADOS		
					SI	NO	TOTAL
COMPETITIVIDAD	Identificar los elementos de la competitividad en las MYPE, en el rubro de transporte terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	ELEMENTOS	Precio	¿Usted cree que el precio es accesible para los clientes frente a su competencia?	88%	12%	100%
			Calidad	¿Usted considera que el servicio que le brindan las MYPE es de calidad?	88%	12%	100%
			Experiencia	¿Usted cuenta con la experiencia de más de un año en manejar autobuses?	94%	6%	100%
			Personalización	¿Usted considera que el servicio de transporte que proporciona lo hace especial en el mercado?	100%	0%	100%
	Determinar los factores de la competitividad en las MYPE, en el rubro de transporté terrestre, ruta PAITA-PIURA, año 2019.	FACTORES	Capacidad directiva	¿Usted considera que sus colaboradores tienen los potenciales necesarios para cubrir un puesto electivo dentro de la MYPE?	100%	0%	100%
			Diferenciación en la producción o prestación de servicio	¿Usted considera que las MYPE de transporte ruta PAITA-PIURA son eficiente?	88%	12%	100%
			Relación calidad /precio	¿Usted considera que el servicio que adquiere es acorde con el precio?	81%	19%	100%
			Recursos tecnológicos	¿Usted emplea la tecnología en su transporte para brindarles comodidad a sus clientes?	100%	0%	100%
			Capacidad innovadora	¿Usted piensa que, al renovar su marca, seguirá teniendo acogida por sus clientes?	100%	0%	100%
			Recursos comerciales	¿Usted proporciona capacitaciones a sus colaboradores?	100%	0%	100%
			Capacidades del capital humano	¿Usted conoce las necesidades de sus colaboradores?	100%	0%	100%
				¿Usted recibe un salario fijo? ¿Usted siente que valoran su desempeño laboral?	75%	25%	100%
			Recursos financieros	¿Usted cuenta con recursos financieros ante un posible problema que suceda dentro de la MYPE?	100%	0%	100%

Anexo 8: Evidencia de turnitin:

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 19-may-2021 20:10 -05
Identificador: 1579248961
Número de palabras: 22847
Entregado: 2

TALLER Por LEIDY DIANA ESPINOZA GUANILO

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

[Incluir citas](#) [Incluir bibliografía](#) [Excluyendo las coincidencias < 4%](#) modo:
Change mode: [imprimir](#) [descargar](#)

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE, RUBRO TRANSPORTE TERRESTRE RUTA PAITA-PIURA, AÑO 2019.
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS AUTOR:
ESPINOZA GUANILO, LEIDY DIANA ORCID: 0000-0003-3463-9665 ASESOR: PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN ORCID: 0000-
0002- 5394-1037 PIURA - PERÚ 2021 TÍTULO "Gestión De Calidad Y Competitividad De Las MYPE, Rubro transportes terrestre
ruta Paita-Piura." ii EQUIPO DE TRABAJO AUTOR Espinoza Guanilo, Leidy Diana ORCID: 0000-0003-3463-9665 Universidad
Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Piura, Perú ASESOR Peláez Camacho, Héctor Yvan ORCID: 0000-
0002- 5394-1037 Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financiera y Administrativas,
Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú JURADO Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo ORCID: 0000-0003-2027-6920
Mgtr. Guzmán Castro, Iván Arturo ORCID: 0000-0002-4650-4322 Lic. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth ORCID: 0000-
0001-7372-741X iii HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR _____ Mgtr. Víctor Hugo
Vilela Vargas Presidente _____ Mgtr. Guzmán Castro Iván Arturo Secretario
_____ Mgtr. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth Miembro
_____ Mgtr. Peláez Camacho Héctor Iván Asesor iv AGRADECIMIENTO A Dios por
permitirme llegar a cumplir una de mis metas trazadas, a mis padres Ana Bertha Guanilo de Espinoza y Juan Marcial Espinoza