



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍAS
EN LA AV. IGNACIO SHEAFFER TAMBOGRANDE,
PIURA AÑO 2018**

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

AUTORA:

YAZMIN OJEDA RIVAS

ORCID: 0000-0002-8941-5397

ASESOR:

HECTOR YVAN PELAEZ CAMACHO

PIURA – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍAS
EN LA AV. IGNACIO SHEAFFER TAMBOGRANDE,
PIURA AÑO 2018**

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

AUTORA: YAZMÍN OJEDA

RIVAS ORCID: 0000-0002-

8941-5397

ASESOR:

HECTOR YVAN PELAEZ CAMACHO

PIURA – PERÚ

2019

TÍTULO

Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro

Panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura - año 2018.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Ojeda Rivas Yazmin

ORCID ID: 0000-0002-8941-5397

ASESOR

Mg. Peláez Camacho Héctor Yván

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

PRESIDENTE

Mg. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

MIEMBRO

Mg. Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

MIEMBRO

Lic.Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

HOJA FRMA DE JURADO Y ASESOR

PRESIDENTE

Mg. Lic. Víctor Hugo Vilela Vargas

MIEMBRO

Lic. Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

MIEMBRO

Mg. Guzmán Castro, Iván Arturo

ASESOR

Mg. Peláez Camacho Héctor Yván

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a dios por ser mi guía y acompañarme siempre en el transcurso de mi carrera profesional, a mi madre, abuelos por siempre estar conmigo en las malas y buenos momentos a mis tíos Carlos y segundo porque han sido como mis padres, a mis amigos que gracias a su apoyo moral me permitieron permanecer con empeño y dedicación

A los docentes por todas sus enseñanzas que me han otorgado y que me ha orientado con sus conocimientos y experiencias para poder culminar la presente investigación

DEDICATORIA

Principalmente a mi madre Flor por todo el sacrificio que ha realizado para verme lograr mis objetivos y ser el pilar y motor más importante de mi vida, a mis abuelos Heliterio y Rosa que siempre me han acompañado en el transcurso de mi carrera y que con su amor y fuerza me han ayudado a cumplir mi sueño más grande, a mi familia por siempre brindarme sus consejos y palabras de aliento que hicieron de mí una gran persona.

RESUMEN

La presente información tiene base en la primera y segunda línea de investigación: Línea de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE en el Perú, la cual es designada por la escuela de administración, el desarrollo del estudio de la investigación es en el distrito de Tamborande – Piura, el objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro Panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande – Piura, año 2018, el tipo de investigación es descriptiva, tipo cuantitativo con un diseño no experimental, de corte transversal. La población está conformada por 3 MYPES, las cuales se encuentran en la parte central del distrito de Tambogrande donde la muestra está conformada por 150 clientes para ambas variables y cuenta con 15 trabajadores. Se utilizó la técnica de recolección de datos que viene hacer la encuesta, y el instrumento cuestionario. De acuerdo a los resultados el 100% de los clientes están satisfechos con la calidad y buen precio del producto y el 100% de Trabajadores brindan una buena atención a los clientes. Dentro de las conclusiones se determinó que el proceso de gestión de calidad esta determinados por planificación, control de calidad y mejora continua. En el cual respecto a la planificación dos de las MYPES rubro panaderías aun no cuentan con un plan en donde especifiquen sus objetivos y metas que desean alcanzar para lograr el éxito. Respecto a el control de calidad permiten mejorar todos los ámbitos de la panadería, asimismo permite a que se establezcan los niveles de calidad en los que se debe llegar y con los que se debe conseguir el rendimiento deseado por la panadería. Y respecto al último proceso que es mejora continua, es muy importante porque muestra una mayor calidad de los productos y servicios de una empresa las cuales buscan mejor sus procesos de fabricación.

Palabras claves: gestión de calidad, competitividad, MYPE

ABSTRAC

This information is based on the first and second line of research: MYPE quality and competitiveness management line in Peru, which is designated by the administration school, the development of the research study is in the district of Tamborande - Piura, the general objective to determine the characteristics of quality management and competitiveness in the MYPE Bakeries category in the AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande - Piura, year 2018, the type of research is descriptive, quantitative type with a non-experimental, cross-sectional design. The population is made up of 3 MYPES, which are located in the central part of the Tambogrande district where the sample is made up of 150 clients for both variables and has 15 workers. The data collection technique used to carry out the survey and the questionnaire instrument were used. According to the results, 100% of customers are satisfied with the quality and good price of the product and 100% of Workers provide good customer service. Within the conclusions it was determined that the quality management process is determined by planning, quality control and continuous improvement. In which, regarding planning, two of the MYPES in bakeries do not yet have a plan where they specify their objectives and goals that they wish to achieve in order to achieve success. Regarding quality control, they allow improving all areas of the bakery, as well as allowing the quality levels to be reached and the desired performance by the bakery to be achieved. And with respect to the last process that is continuous improvement, it is very important because it shows a higher quality of the products and services of a company which better seek its manufacturing processes.

Keywords: quality management, competitiveness, MYPE

INDICE DE CONTENIDO

TÍTULO	3
EQUIPO DE TRABAJO	4
HOJA FRMA DE JURADO Y ASESOR.....	5
AGRADECIMIENTO	6
DEDICATORIA.....	7
RESUMEN.....	8
ABSTRAC.....	9
INTRODUCCIÓN	16
II. REVISION DE LA LITERTURA	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.1.1. Variable formalización	21
Internacional.....	21
Nacional.....	23
Local	25
Internacional.....	27
Nacional:	28
Local	30
2.2. Bases teoricas de la Investigacion	33
2.2.1. Gestion de Calidad	33
La inspeccion de la calidad.....	33
El control de calidad	33
El aseguramiento de la calidad	33
La gestión de la calidad Total	34
2.2.2. Competitividad	37
III. HIPOTESIS	40
IV. METODOLOGIA	40
4.1. Tipo de la investigación	40
4.2. Nivel de Investigación	40
4.3. Diseño de Investigación	41
4.4. Universo y Muestra	41
4.5. Definición y Operacionalización de las variables	43
Tabla 4.1. Matriz de Operacionalización de las variables	43
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45

4.7. Plan de análisis	45
4.8. Matriz de consistencia:	46
Tabla 4. 2 Matriz de consistencia.....	46
4.9. Principios éticos.....	49
V. RESULTADOS.....	50
VI. ANALISIS DE RESULTADOS	79
VII. CONCLUSIÓN.....	86
VIII. RECOMENDACIONES.....	88
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	89
X. ANEXOS	94

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla N°01 ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos?.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla N.02¿Dispone su empresa de un sistema de aseguramiento de calidad?.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla N.03¿Cómo es la comunicación con sus empleados?.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla N°04 ¿Responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores?.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla N°05 ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor?.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla N°06 ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor?.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla N°07 ¿Para usted la atención que le brinda es buena?.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla N°08 ¿Cómo califica usted la atención brindada por los empleados de la MYPE?.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla N°09 ¿Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad?.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla N°10 ¿Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen?.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla N°11 ¿A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad?.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla N°12 ¿La Panadería cumple con los pro tocológicos de higiene?.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla N°13 ¿Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería?.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla N°14 ¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado?.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla N°15 ¿Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto?.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla N°16 ¿Existe un plan estratégico escrito para su MYPE?.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla N°17 ¿Conoce usted sus principales competidores?.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla N°18 ¿De qué manera es competitiva su empresa?.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla N°19 ¿Las ventas son mayores a los de su competencia?.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla N°20 ¿Creed usted que la tecnología ayuda en crecimiento de la panadería.</i>	<i>69</i>
<i>Tabla N°21 ¿Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las panaderías?.....</i>	<i>70</i>
<i>TablaN°22 ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación?.....</i>	<i>71</i>

<i>Tabla N°23 ¿Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer –Tambogrande ofrece un mejor precio?.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla N°24 ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla N°25 ¿Cómo considera que sería más competitivo su producto?.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla N°26 ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla N°27 ¿A qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías?.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla N°28 ¿Los empleados atienden de manera eficiente a los clientes?.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla N°29 ¿Considera usted que los empleados son eficaces?.....</i>	<i>78</i>

INDICE DE GRAFICOS

Figura 1: grafico circular que representa a la figura ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos?.....	50
Figura 2: grafico circular que representa a la figura ¿Dispone su empresa de un sistema de aseguramiento de calidad?.....	51
Figura 3: grafico circular que representa a la figura ¿Cómo es la comunicación con sus empleados?.....	52
Figura 4: grafico circular que representa a la figura ¿Responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores?.....	53
Figura 5: grafico circular que representa a la figura ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor?.....	54
Figura 6: grafico circular que representa a la figura ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor?.....	55
Figura 7: grafico circular que representa a la figura ¿Para usted la atención que le brinda es buena?.....	56
Figura 8: grafico circular que representa a la figura ¿Cómo califica usted la atención brindada por los empleados de la MYPE?	57
Figura 9: gráfico circular que representa a la figura ¿Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad?.....	58
Figura 10: grafico circular que representa a la figura ¿Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen?.....	59
Figura 11: grafico circular que representa a la figura ¿A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad?.....	60
Figura 12: grafico circular que representa a la figura ¿La Panadería cumple con los protocolos de higiene?.....	61
Figura 13: grafico circular que representa a la figura ¿Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería?.....	62
Figura 14: grafico circular que representa a la figura ¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado?.....	63
Figura 15: grafico circular que representa a la figura ¿Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto?.....	64
Figura 16: grafico circular que representa a la figura ¿Existe un plan estratégico escrito para su MYPE?	65
Figura 17: grafico circular que representa a la figura ¿Conoce usted sus principales competidores?	66
Figura 18: grafico circular que representa a la figura ¿De qué manera es competitiva su empresa?	67
Figura 19: grafico circular que representa a la figura ¿las ventas son mayores a los de su competencia?	68
Figura 20: grafico circular que representa a la figura ¿Creed usted que la tecnología ayuda en crecimiento de la panadería?	69
Figura 21: grafico circular que representa a la figura ¿Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las panaderías?	70

Figura 22: grafico circular que representa a la figura ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación?	71
Figura 23: grafico circular que representa a la figura ¿Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer –Tambogrande ofrece un mejor precio?	72
Figura 24: grafico circular que representa a la figura ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?	73
Figura 25: grafico circular que representa a la figura ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?	74
Figura 26: grafico circular que representa a la figura ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?	75
Figura 27: grafico circular que representa a la figura ¿a qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías?	76
Figura 28: grafico circular que representa a la figura ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes?	77
Figura 29: grafico circular que representa a la figura ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes?	78

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande – Piura, año 2018.

Las MYPES cumplen hoy en día un rol muy importante en el desarrollo económico y social del país, la cual cuenta con una alta participación del PBI, que es el segmento empresarial de la población económicamente activa. es por ello que esta investigación permite conocer las principales características de la gestión de calidad y competitividad, la cual vienen haciendo uso de las MYE, para que se pueda mantener en el mercado con una alta competencia.

El problema identificado es ¿Qué características tienes la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande – Piura, año 2018?, el objetivo general es determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande – Piura, año 2018.

Obteniendo los objetivos específicos las cuales son: a) determinar el proceso de la gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018 b) conocer los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018? c) Identificar las estrategias de competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018 d) detallar las características de la competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018.

Andina, (2018) La elaboración de productos de panaderías como son galletas biscochos, panes, tortas entre otros productos reporto un crecimiento de 4.1% a mitad de año del 2018, según informo el instituto de estudios económicos y sociales (IEES) de la sociedad nacional de industrias (SIN). Este porcentaje que mostro la industria alimentaria es la continuación que el 2017 tuvo un buen resultado, la cual la producción creció un 3.5% lo indico la SIN.

PERÚ 21, (2018) El Instituto de estudios económicos y sociales mostro un reporte sectorial donde destaca que el crecimiento en la primera mitad del año 2018 y 2017 se describe por cuatro factores. En el primer factor, el incremento de la demanda de productos de panaderías con mayor precio y valor nutricional, en el segundo muestra un desarrollo de nuevos productos de panaderías, en el tercer factor hay una mayor inversión en máquinas y herramientas, y finalmente el pan es un producto que genera un incremento en el peso corporal. Lo informo la SIN. La IEES expresa que en los periodos 2009-2012 se registró un alto crecimiento gracias al consumo privado que en los cuatro años esta creció con una tasa promedio anual de 7.4%.

En el **factor político** hablamos todo lo referente a lo implica la sociedad, podemos observar la importancia de las normas de protección en donde es al medio ambiente, las cuales están son muy importantes porque gracias a ellas podemos reservar restaurar y mejorar las condiciones de la salud humana ya que hoy en día se muestran muchas enfermedades por no llevar una buena alimentación ya sea en nuestro hogar, en el trabajo o en la calle.

La **legislación laboral** con respecto a los trabajadores es un conjunto de normas y leyes que se utilizan para regularizar las actividades laborales del trabajador como también sus obligaciones que tienen, de esta manera se le aplica al empleador para que este sepa sus derechos que tienen en una empresa, ya que como sabemos todo trabajador tiene derecho a una remuneración donde le permita a él y a su familia el bienestar. El saldo mínimo de todo trabajador es de s/. 930.00 donde este es fijado por el consejo nacional del trabajo y promoción de empleo, y donde las horas que debe trabajar son de 8 horas diarios y 48 horas semanales, nos dice el artículo 25 de la constitución política

La ley de N 28015 ley de promoción y formalización de la empresa, en las empresas panaderías debe de detallar los beneficios que todo empleado debe tener en cuanto a la legislación laboral. Todo empleado debe cobrar un sueldo mínimo que es de 930.00 y trabajar 8 horas días, en el caso de las panaderías los horarios son rotativos porque algunos ingresan a las 7:00 am hasta las 2:00 pm y de 2:00pm a 9:pm las principales políticas que hay en estas panaderías son: traer puesto el uniforme, respetar los horarios de trabajo y dar una buena atención al cliente.

En el **factor económico** hace referencia a las relaciones de distribución y consumo de la de las micro y pequeñas empresas que por lo consiguiente son las cuales brindan bienes o servicio que forman gran parte del crecimiento económico del país en el que se encuentra, en el Perú la elaboración de panaderías creció a un 4.1% en el primer semestre del año 2018, a pesar de este crecimiento que se obtuvo, Perú sigue liderando en el año actual, según informo el FMI una ampliación que el PBI obtuvo de 3.7% y en este año 2019 con un 4.1%.

En el factor **tecnológico** algunas de las MYPE rubro panaderías cuentan con hornos hechos de ladrillo y cemento, otros que son eléctricos las cuales son actualizados también utilizan, moldes para preparar la masa, harina, levadura de muy buena calidad, maquinas actualizadas las cuales les ayudan a mejorar el servicio que brindan y lograr que los clientes estén satisfechos con su producto, en algunas ocasiones teniendo en cuenta la capacidad de la calidad que muestra la empresa aumenta la productividad, lo que hace que se disminuya el precio unitario del bien o servicio. La globalización de los mercados tecnológicos a echo que mejore la infraestructura de las telecomunicaciones de los países y ahorren en costos que a veces son elevados y un tiempo que puede ser muy valioso.

En el **factor ambiental** las MYPE se preocupan por mostrar un ambiente adecuado de acuerdo a la ley N:28611 La ley general del medio ambiente, donde lo establece el estado, restituyendo el agua y los suelos. Las MYPE rubro panaderías de tambo grande están comprometidas al medio ambiente donde aplican sus actividades como son reciclando y cuidando el agua.

Con respecto al ambiente interno las MYPE rubro panaderías cuenta con un buen producto para sus clientes en sus diferentes sabores de panes, tortas etc. En cuanto a la tecnología y maquinaria se están utilizando equipos actualizados la cual esto les ayude a acelerar su atención y a solucionar algún problema de manera eficaz.

Teniendo en cuenta la infraestructura cuentan con ambiente adecuado tanto para los clientes como también para los de la organización, las MYPE cuentan con un espacio para hacer su pago y para luego ser entregado el producto no ocasionando alguna incomodidad en los clientes sintiéndose satisfechos con su producto.

Para respuesta al problema se ha planteado el **objetivo General**: Determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro panaderías AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018; para lograr el **objetivo General** se planteó los objetivos específicos a) Determinar el proceso de la gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018. b) Conocer los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018 c) Identificar las estrategias de competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018 d) Detallar las características de la competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018

El estudio realizado tiene justificación Práctica que es la realización de la presente investigación esta aplicada conforme a la nueva ley publicada por la SUNEDU, esta investigación se realiza con la finalidad de saber cómo se ejecuta las MYPE para lograr un propósito de mejora y así poder ejecutar los objetivos propuestos en la investigación teniendo en cuenta que hoy en día las micro y pequeñas empresas buscan comprender de una manera práctica sus negocios como también buscan un negocio que les pueda ser rentables para que tenga un buen financiamiento y salir adelante mostrando una buena atención.

Es una investigación Teórica, esta investigación nos permite obtener los aspectos importantes de gestión de calidad y competitividad que se aplica en un marco de desarrollo de las MYPE, rubro panaderías en las cuales son importantes en la economía de nuestro país, principalmente porque forman parte la economía y muestran gran influencia a los clientes de servicio y producto de calidad.

La metodología utilizada de dicha investigación se aplicará por medio de entrevistas como por ejemplo a los dueños de las panaderías, se empleará un cuestionario como también se empleará fuentes primarias y fuentes secundarias para obtener datos, asimismo se determinará el tamaño de la población poniendo en práctica un cuestionario para recopilar la información

II. REVISION DE LA LITERTURA

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Variable formalización

Internacional

Morales, (2014) desarrollo una investigacion titulada Control de Calidad en las panaderías del municipio de el progreso, Jutiapa, ejecutada en la universidad Rafael Landivar (Juiapa – Guatemala) El objetivo general planteado en ésta investigación fue establecer el control de calidad que se aplica en las panaderías de El municipio de El Progreso, Jutiapa. Tomando como objetos de estudio las panaderías del municipio; los sujetos de estudio fueron 12 propietarios y 35 colaboradores de las diferentes panaderías, utilizando una metodología descriptiva, aplicando como técnica la entrevista y como instrumentos dirigidos a los sujetos antes mencionados cuestionarios; uno dirigido a los propietarios y el otro a los colaboradores, se utilizó una guía de observación para recopilar la información necesaria. De acuerdo a los resultados se concluyó que las panaderías no cuentan con algún tipo de control y supervisión de la calidad de la materia prima y del proceso de producción y la recomendación que se dio es estandarizar los procesos principales de la empresa, logrando un comportamiento estable que genere calidad homogénea.

Gómez, (2015) desarrollo una investigación titulada Análisis y Propuesta para la Mejora de la Gestión de Calidad y Medio Ambiente en las Pequeñas Empresas Panificadoras de Valledupar, ejecutada en la universidad EAN (Colombia). Se compara en una muestra de seis panaderías; mediante observación, listas de chequeo y entrevistas, los Sistemas de Gestión actuales frente a los propuestos por las normas técnicas ISO 9001:2008 e ISO 14001:2004 y la tenencia del Registro Sanitario. Los resultados indican que en las pequeñas panaderías, no se aplican la mayoría de los lineamientos de las normas técnicas internacionales ISO; y que en todas las panaderías se están acogiendo a la reglamentación nacional sanitaria obligatoria, pero aún la totalidad no poseen registro sanitario. Finalmente, acorde a los resultados obtenidos se propone plan de mejora que permita cerrar brechas entre los Sistemas de Gestión actuales con los Sistemas Integrados de Gestión bajo las normas ISO 9001:2008 e ISO 14001:2004.

Mena, Orellana, & Ramírez, (2016) desarrollaron una investigación titulada plan de mercadeo para la pequeña empresa de la industria de la panificación en el area metropolitana de san salvador. “caso de estudio: panaderia y pastelería fortuna del pan” ejecutada en la universidad de el salvador (el salvador) Para el diseño del plan de mercadeo, se efectuó un estudio de campo realizado en los municipios de San Salvador, Santa tecla y Antiguo Cuscatlán. En un primer momento el tipo de investigación que se utilizó fue exploratoria, esto sirvió para proporcionar un panorama general acerca de los problemas mercadológicos de la empresa, y una idea clara de que aspectos son de importancia y deben las empresas de panificación prestar atención para contrarrestarlos. Luego se aplicó un estudio descriptivo, en donde se utilizaron técnicas de recolección de datos en base a las encuestas, entrevistas y otros medios, con lo que se obtuvo información fidedigna y características importantes de

las unidades investigadas; y evaluaron las características del producto, precio, canales de distribución, cobertura, promociones y publicidad del negocio. Además se utilizó el tipo de estudio correlacional, en donde se estableció la variable independiente de estrategias de mercadeo y la variable dependiente ventas para determinar y medir la causa efecto que tendrá la implementación de planes y estrategias de mercadeo en el incremento de las ventas para el negocio.

Nacional

Acosta, (2017) realizó una investigación designada como Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las MYPES del sector industrial elaboración de productos de panadería, distrito de MANANTAY, año 2017. Ejecutada en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Pucallpa – Perú), se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Para llevar a cabo se eligió una muestra poblacional de 08 mypes, representando el 100% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los microempresarios: El 75% de los encuestados tienen de 51 años de edad a más, el 75% tiene de 6 años a más en el cargo. Respecto a MYPES: El 75% de las panaderías tiene de 6 años a más en el rubro, el 75% de las panaderías tienen de 1 a 5 trabajadores. Respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente: El 100% de las panaderías planifican los objetivos de la empresa, el 75% de los propietarios califican como buena la atención al cliente ofrecida por sus colaboradores el 100% de representantes legales de las panaderías son los mismos propietarios, el 100% de las empresas los trabajadores son familiares del propietario y finalmente el 100% de las panaderías planifican sus objetivos pero no fabrican ni manuales ni tienen organigrama.

Macedo, (2019) desarrollo una investigación titulada como Gestión de Calidad y Formalización de las MYPE del sector producción – rubro panaderías del distrito de pueblo libre, lima 2018 ejecutada en la universidad católica los ángeles de Chimbote (Lima – Perú), la investigación fue de tipo cualitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 47 panaderías que tuvieron disposición de responder la encuesta a quienes se les realizó un cuestionario de 30 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron Sobre la gestión de calidad: El 100.0% de valores porcentuales del nivel de la gestión de calidad es medio. 100% fijan los objetivos de calidad, 100% identifican las necesidades de sus clientes y realizan servicios de acuerdo a esas necesidades. 100% realizan controles en el proceso. 100% evalúan el desempeño de su proceso, comparan y modifican sus procesos de acuerdo a lo planificado. 63.8% afirman que cuentan con una infraestructura acorde a dar un buen servicio. Sobre la formalización: 74.5% de las empresas tienen un nivel de formalización medio. 76.6% se encuentra en el régimen especial de renta. 100% cuenta con licencia de funcionamiento, certificado de defensa civil y carné de sanidad. 40.4% de las panaderías tienen a sus trabajadores con contrato de locación de servicios y 59.6% con contrato a plazo fijo. Finalmente, el 76.6% se encuentra como persona natural con empresa.

Sarmiento, (2016) desarrollo una investigación Gestión de Calidad y Formalización de las MYPES en el sector comercial, rubro panadería, ciudad de caballo cocha, año 2016, ejecutada en la universidad catolica los angeles de chimbote (Iquitos – Perú) Este documento académico utilizo la metodología de investigación del tipo descriptivo – transversal - no experimental, aplicó un cuestionario estructurado de 28 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados:

Respecto a formalización: el 71,4% está formalizado y 28,6% se mantiene en la informalidad. El 85,7% está como persona natural y 14,3% como persona jurídica; el 71,4% está en el Régimen Especial. El 100.0% de los encuestados considera como ventaja de la formalización "acceso a crédito bancario"; el 100.0% cuenta con capital propio de trabajo. Respecto a Gestión de Calidad, el 57,1% conoce relativamente los alcances de la gestión de calidad; el 71,4% se interesa por la mejora continua; el 71,4% no utiliza ningún documento de gestión y 28,6% utiliza "solo algunos"; el 85,7% no ha establecido su misión, visión. El 57,1% ha diseñado su estructura orgánica y sigue un plan de negocios; el 100.0% si capacita a su personal. Finalmente, el 71,4% de los emprendedores está de acuerdo que la Gestión de Calidad permite alcanzar objetivos y ha logrado: "rentabilidad" (28,6%), "clientes satisfechos" (28,6%), "competitividad" (14, 3%), principalmente.

Local

Saavedra, (2018) ejecuto una investigacion titulada caracterización de la Gestión de Calidad y Productividad de las MYPE rubro panaderías del centro de Tambogrande año 2018, ejecutada en la universidad catolica los angeles de chimbote ULADECH (Piura –Perú), la cual se empleó una metodología de tipo descriptiva con diseño no experimental de nivel cuantitativo, lo que permitió conocer las opiniones de los sujetos de estudio, mediante un cuestionario con el propósito de conocer cuáles son los factores que influyen en la gestión de calidad y Productividad de las MYPE rubro Panaderías. Así con respecto a la Gestión de Calidad, "calidad del pan" el 52% de los encuestados respondieron que el pan ofrecido por la panadería a la que acude es bueno. Con respecto a Productividad "el 61% de los colaboradores considera bueno que el trabajo que realiza. Por lo que se concluye que para tener una buena Productividad es necesario tener una gestión de Calidad basada en el proceso de Producción.

Br.Mauricio, (2016) desarrollo una investigación titulada análisis, diseño e. Implementación de un sistema de logística para la panadería "dos estrellas" aplicando tecnologías de información ejecutada en la universidad nacional de Piura. En el presente informe de Tesis se planteó el desarrollo del sistema de información para el proceso antes mencionado de la Panadería Dos Estrellas el cual se desarrolló con la metodología Tradicional RUP y codificado en Software libre como un aporte a la formalidad de las microempresas con el objetivo de controlar el stock de sus productos, mejorando tiempos y la satisfacción del personal de la empresa y sus clientes logrando un posicionamiento competitivo en el ámbito regional y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Según Martínez, (2018) en su trabajo denominado caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las mype rubro librería del centro de piura, año 2018. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en administración, para el desarrollo del trabajo se empleó la metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. De la misma manera, se planificó recabar información de naturaleza cuantitativa. Las unidades económicas en estudio son 09 librerías; es decir 09 propietarios y 26 trabajadores, se diseñó un instrumento de recojo de información el cuestionario, que fue validado por expertos, realizando 12 preguntas para la variable capacitación y 13 para la variable gestión de calidad, un total de 25 preguntas. De tal manera, se determinó que las características de la capacitación de las MYPE rubro librería del Centro de Piura, es que tienen objetivos como la enseñanza, la modificación de actitudes; de la misma manera, la aplicación de técnicas clasificadas en cuanto a la utilización, al tiempo y el lugar. También, se determinó que las características de la gestión de calidad de las MYPE rubro librerías del Centro de Piura, es la puesta en práctica de los principios de enfoque

al cliente, enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a procesos y la relación con proveedores; de la misma forma, la no existencia de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015.

2.1.2. Variable Competitividad

Internacional

Según (Contreras, Castillo, & Salgado, (2017) en su tesis titulada Análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en Colombia, se determino que se realizó una contextualización referente a sus actores y comportamientos mediante la recolección de información y datos asociados a la situación empresarial de los astilleros, y a la aplicación de encuestas a los principales representantes de este sector de la industria, se determinaron los procesos que rigen su conducta, la cual empleo una metodología cualitativa que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. Este tipo de investigación no lleva consigo un proceso específico, por el contrario, es un proceso en el que es necesaria la exploración, descripción y exposición de diferentes fuentes y perspectivas teóricas que no necesariamente deben desarrollarse bajo algún tipo de ordenamiento, sino de acuerdo a la forma en que se presentan. 18 La recolección de los datos no se realiza de forma numérica como si sucede en el método cuantitativo, sino que, por el contrario, el investigador recoge la información a través de los diferentes puntos de vista y perspectivas que pueda tener cada uno de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos).

Cadena (2015), Realizo el tema de investigación “Análisis de la competitividad y la concentración de mercado en la industria de alimentos y bebidas”, perteneciente a

la universidad latinoamericana de ciencias sociales sede (Colombia). Donde la metodología de investigación es de tipo cualitativa. El autor concluyo que el interés de este estudio es estimar índices de productividad laboral y concentración de mercado para por medio una regresión lineal usando el método mínimos cuadrados ordinarios (MCO) evaluar la relación entre concentración de mercado, competitividad y tamaño de empresa.

Según Salas, (2015) en su investigación denominada “Competitividad del sistema agroindustrial de café peruano, en el período 1961-2011” ejecutada en la universidad Buenos Aires , el objetivo de la investigación consistió en determinar la competitividad dinámica del SAG de café de Perú en los últimos 50 años y especificar los principales factores físicos, económicos e institucionales que la sustentan. Para el logro del objetivo se utilizó una combinación de metodologías descriptivas, cualitativas (diamante de Porter y matriz FODA) y cuantitativa mediante el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas y el modelo econométrico. El análisis cualitativo de la competitividad de la producción y comercialización de café en el Perú, utilizando la teoría de **Porter** sobre la ventaja competitiva de las nociones Se observa una baja dinámica en Investigación y Desarrollo (I&D). Por otra parte, se destaca como variable importante, por su incidencia institucional la relevancia de la política comercial de Perú basada en la apertura externa. A través de la matriz FODA, se estableció la posición del SAG café en el cuadrante oportunidades/fortalezas. Se definió un modelo econométrico de series de tiempo, cuyos estadísticos fueron significativos.

Nacional:

Valdiviezo, (2016) ejecuto la investigación titulada Caracterización de la Formalización y la Competitividad de las MYPES del sector industria - rubro

panificadoras de la provincia de tocache, periodo – 2016 ejecutada en la universidad catolica los ángeles de Chimbote (Tingo María–Perú) La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 MYPES de una población de 14, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 60% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas. En cuanto a la competitividad, el 100% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, se encuentran formalizadas y son competitivas.

Arana, (2016) desarrollo una investigacion titulada la Competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector producción – rubro panaderías, de la urbanización previ, distrito del callao, provincia constitucional del callao, departamento Lima, período 2015, ejecutada en la universidad los angeles de chimbote (Lima – Perú), La investigación fue cuantitativa – descriptiva, para el recojo de la información estuvo dirigida a una muestra de 15 Micro y Pequeñas Empresas en el rubro panaderías de la Urbanización Previ, Distrito del Callao, a quienes se les aplico un cuestionario de 35 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 86.67% de representantes son personas adultas de 26 a 50 años de edad, siendo la mayoría de género masculino, cuentan con estudios superiores y tienen de 0 a 3 años de permanencia en la empresa. El 100.00% de las MYPE se encuentran formalizadas, teniendo trabajadores permanentes y de 3 a

6 años de permanencia en el mercado. El 66.67% de las MYPE no cuentan con un plan estratégico, esto no ha sido impedimento para que el 80.00% sean competitivas y esto se debe porque ofrecen productos a un bajo precio y de buena calidad, utilizando normas de higiene, el cual permite que sus ventas sean mayores que su competencia, el 53.33% ha innovado en los últimos años. Finalmente se concluye que: la mayoría de las MYPE encuestadas del rubro panaderías de la Urbanización Previ, Distrito del Callao, son competitivas e innovadoras, también cuentan con certificación de calidad y se encuentran formalizadas.

Guillen, (2016) ejecuto una investigación titulada “Innovación Empresarial y su Influencia en la Competitividad de las panaderías en la ciudad de Huánuco– 2016” desarrollada en la universidad de Huanuco (Huanuco – Perú) la investigación fue de enfoque cuantitativo porque recolectaremos datos que nos permitirán comprobar nuestra hipótesis de investigación gracias a la medición de nuestras variables y el análisis estadístico y el enfoque cualitativo ya que busca obtener datos que se convertirán en información y conocimiento, utilizará la observación y la bitácora de campo para el análisis de los resultados, es de nivel descriptivo ya que consiste fundamentalmente en describir un problema o una situación mediante el estudio del mismo, se definen variables y se miden los indicadores. Y es de alcance explicativo porque se tratará de entender y explicar cómo la variable independiente tiene influencia en la variable dependiente.

Local

Olaya, (2018) desarrollo una investigación titulada caracterización de la Competitividad y Formalización de las MYPE rubro panaderías de campo polo castilla – Piura, año 2018, desarrollada en la universidad catolica los angeles de chimbote

(Piura), El Diseño de investigación, fue de tipo descriptivo, cuantitativo, no experimental, de corte transversal. La población en estudio fueron las MYPE del Asentamiento Humano Campo Polo de Castilla y la muestra fue de 6 propietarios y 384 clientes, a los mismos que se le aplicó una encuesta, con el instrumento cuestionario La población en estudio fueron las MYPE del Asentamiento Humano Campo Polo de Castilla y la muestra fue de 6 propietarios y 384 clientes, a los mismos que se le aplicó una encuesta, con el instrumento cuestionario. Después de analizar los resultados, se obtuvo que un 92%, de las MYPE en estudio presentan un alto nivel de competitividad; y estas se caracterizan por la calidad de sus productos, con un 78%, por su productividad con un 89%, además de la eficiencia y eficacia de sus empleados a la hora de atender, con un 75%. De igual manera respecto a la variable formalización, se obtuvo que solo un 33% están formalizadas e inscritas en el REMYPE, mientras que un 67% aún no. Lo que significa que la mayoría de ellos presenta un bajo nivel de formalización; concluyendo que un 33% tampoco ha cumplido con los requisitos de formalizarse.

Roman, (2016) en su tesis titulada caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE de servicio rubro pizzería en el centro de Piura, año 2016, desarrollada en la universidad catolica los angeles de Chimbote (Piura) estableció como objetivo determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicio rubro pizzerías en el centro de Piura, año 2016, se empleó la metodología de tipo no experimental descriptiva siendo los resultados agrupados de acuerdo a las características de la competitividad y la capacitación de personal. En la actualidad las MYPE dedicadas al rubro pizzerías del centro de Piura, existe un problema con respecto a las capacitaciones, una de ellas es la insatisfacción que posee el personal de dichas pizzerías, un 67 % de este personal

afirma no estar conforme con su puesto de trabajo y con su trabajo. El 83% de clientes afirman que los precios son accesibles, mientras que el 17% expresan que los precios no son accesibles. Lo que se puede explicar dado que según Porter (2009) Una empresa es competitivo en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Por lo tanto en las MYPE estudiadas se caracterizan por su calidad y precios accesibles.

Según Peña, (2016) en su tesis titulada Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016, ejecutada en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura) Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la entrevista y la encuesta, el instrumento fue la guía de entrevista y el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, se basan en que a estas MYPE le faltan realizar nuevas técnicas de capacitación, para que sus colaboradores desarrollen más habilidades, actitudes y cambios de conductas; además en cuanto a la competitividad presentan ventajas competitivas, en su ubicación, calidad de productos y precios, como estrategia de diferenciación deben ofrecer recomendaciones nutricionales y servicio de delivery.

2.2.Bases teoricas de la Investigacion

2.2.1. Gestion de Calidad

González & Arciniegas, (2016) Nos señala que la gestion de calidad es un instrumento en donde permite organizar, planear, ejecutar y controlar los instrumentos que son para el desarrollo de una mision con los estandares de la calidad, estos indicadores son para la satisfacion de de los usuarios. La calidad es el origen de la sociedad humana por lo que esta ha ido evolucionando poco a poco y busca la forma de conseguir una mejor calidad de servicios y productos, la cual se identifican 4 estadios en donde cada uno de ellos se les intrega de una forma armonica.

Según Arias, (2015) señalo los siguientes estadios

La inspeccion de la calidad

Constituye en el desarrollo cientifico de la gestion de calidad, la cual emplea equipos de inspectores para verificar productos con los estandares constituidos en el proyecto establecido. La finalidad de la inspeccion es descubrir los productos que se encuentran en baja calidad y separarlos de los que se encuentran en una calidad aceptable , antes de que el producto sea distribuido al mercado.

El control de calidad

Se muestra por el aumento de la produccion de masa, el incremento en la complejidad de los procesos de produccion y la introduccion de la economia centrada en la competencia que hoy en dia se da, asimismo busca en como reducir los precios para desarrollar la eficiencia de las lineas de produccion.

El aseguramiento de la calidad

En este tercer estadio se contempla que la calidad es garantizada mediante un sistema de calidad, lo que permite satisfacer las necesidades del cliente. Esta garantia

se lleva a cabo mediante una explicación de un sistema interno, lo que nos señalara que el producto a sido elaborado según la explicación y que cualquier confusión haya sido detectado y excluido del sistema.

La gestión de la calidad Total

Es una estrategia empresarial en la que consiste el estudio y la valoración de la calidad. El propósito de la calidad consiste en la mejora tenaz de bienes y servicios ofertados y la obtención de mayor satisfacción del cliente.

2.2.1.1. Proceso de la Gestión de Calidad

Según Datadec, (2017) señalo que a gestión de calidad esta compuesta por tres procesos, la cual son planificación de calidad, control de calidad y mejora de calidad, ya que son normas que estan vinculadas en una empresa para que pueda controlar la gestión de calidad.

Planificación de calidad: es un proceso en la cual permite elaborar una estrategia para que así pueda desarrollar los procesos necesarios y poder satisfacer las necesidades y expectativas que tienen los clientes hoy en día. Esta planificación comprende tres funciones las cuales son: identificación y necesidades que tiene el cliente, desarrollo de un producto que responda a las necesidades del cliente y ejecución de un proceso apto de crear el producto.

Control de calidad: se encarga en examinar la calidad de los productos nuevos y servicios, lo que permite lograr que haya un intercambio de componentes dentro de la organización. El control de calidad se utiliza en fases para determinar la buena

calidad y de esta manera determinar las características de las materias primas, productos, materiales y otros.

Mejora de Calidad: permite que las organizaciones logren una mejora continua en sus productos o servicios que otorga para que de esta manera logre satisfacer las necesidades de los clientes, pero para esto se aplica lo siguiente:

Planear: se necesita obtener información precisa para los indicadores de la competitividad del negocio y representarlo gráficamente

Hacer: se observan las causas para encontrar el problema y de esta manera hacer una lluvia de ideas para luego llegar a una solución y tomar en práctica la solución que se realizó en equipo de trabajo.

Verificar: se da a través de técnicas para poder verificar el mejoramiento con las soluciones planteadas

Actuar: consiste en incluir los ajustes para ver si se ha tomado en cuenta la fase de verificación.

La mejora continua: es importante porque permite resolver el problema identificado y obtener la mayor calidad de un producto, servicio y procesos de la organización.

Principios de la gestión de calidad

Según Sánchez, (2017) Son aquellos que toda organización necesita seguir para que pueda obtener los beneficios esperados, porque de nada sirve que la organización establezca un sistema de gestión de calidad o que esta cumpla con los requerimientos de la norma ISO:9001 si no sigue los principios que se establecen. Los 7 principios son definidos en la norma ISO 9001:2015.

Según Sirvent, Gisbert, & Pérez Bernabeu, (2017) nos menciona los 7 principios:

Enfoque al cliente: el sistema de gestión de calidad busca satisfacer las necesidades de los clientes, asimismo las organizaciones dependen de los clientes por ende deben conocer las necesidades actuales y esforzarse en las expectativas de los clientes. En este principio debemos tener en claro que las necesidades de los clientes no son estáticas, sino dinámicas porque cambian a lo largo del tiempo y cada vez son más exigentes como también están muy informados, por lo que no solo se debe tener en cuenta las expectativas que se muestran día a día, sino ofrecerle soluciones a través del producto o servicio que la organización brinda.

Liderazgo: se establece el propósito y la orientación de la organización donde se debe crear un ambiente interno en el cual el personal de la organización se debe involucrar en los objetivos propuestos, es por eso que toda organización necesita líderes con mayor potencial y dejar clara la visión que tiene en un futuro la organización.

Participación del personal: es la esencia más importante de la organización lo que posibilita que las habilidades sean utilizadas en beneficio para la organización, así como también la organización muestre incentivos y reconocimientos a sus colaboradores.

Enfoque a procesos: es el resultado deseado que se alcanza cuando las actividades y los recursos se gestionan como un proceso, es por eso que la organización se debe estructurar, marcar los objetivos que tiene para cada uno de ellos y así poder llevar un buen control con una buena planificación para alcanzar mejores resultados.

Mejora continua: es el desempeño de la organización, lo que trata de decir que sin mejora continua no se puede tomar decisiones, ni garantizar un buen nivel de calidad, ni cumplir con las metas y los objetivos propuestos.

Toma de decisiones basadas en la evidencia: esta basada en mostrar información veraz, concreta y evidencial para que con los resultados se pueda desarrollar. Una toma de decisión.

Gestión de las relaciones: la relación entre la organización y sus proveedores desarrollan un beneficio mutuo lo que hace que aumente la capacidad de ambos para crear valor contribuyendo al éxito de la organización.

2.2.2. Competitividad

Según Fernández, Montes & Vásquez, (2015)) Nos señala que es la capacidad de difundir la mayor satisfacción de los consumidores especificando un precio o la capacidad de lograr proponer un precio fijado a una cierta calidad, de esta manera la organización es capaz de asumir una mayor cuota de mercado obteniendo ventajas. Lo importante de la competitividad es que sabe cómo administrar los recursos de la empresa y incrementar su productividad.

2.2.2.1. Estrategias de competitividad

Utopía CF, (2017) Es un conjunto de reglas que apoyan una decisión en las cuales las empresas deben tomar, las principales estrategias utilizadas por la organización para que pueda lograr tener un buen nivel de competitividad son:

Enfoque: lo aplican las empresas las cuales se centran en un solo segmento del mercado y busca la diferencia que se encuentra en los costos, un ejemplo puede ser

una categoría especial de potenciales compradores, un área específica, y un segmento particular de una línea de productos.

Diferenciación: un servicio o producto distinto al de los competidores enriquece muy bien a la empresa, aunque el precio aumente para el consumidor. Algunas actuaciones de la diferenciación son las siguientes: materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado, servicio al cliente capacitado y específico para que pueda proporcionar seguridad a los compradores en el tiempo, presentar un diseño atractivo e exclusivo para los clientes. La estrategia de la diferenciación es de alto costo lo cual puede surgir que otra empresa se diferencie de la misma forma o si recae en una estrategia de liderazgo en costos.

Lider en costos: se busca situar los precios más bajos de manera que se ofrezca un producto a un precio menor de la competencia. Este tipo de estrategia requiere de una atención preferente finalizada a disminuir los costos de producción, por ejemplo: acceso privilegiado a las materias primas – oferta de un número superior de productos en el mercado, ya que si hay mayor producción esto corresponde a un menor costo – mayor eficiencia que conlleva a la producción, lo que puede ser un sistema de piezas obtenidas con máquinas en comparación con la producción manual, diseño de un producto que está capacitado para facilitar la producción.

Cada estrategia tiene una ventaja competitiva sostenible hasta que el mercado reacciona de forma eficaz a una estrategia que se va a realizar.

2.2.2.2. Características de la competitividad

Según Porter, (2017) indica que las características de la competitividad son muy importantes en una organización para que así logre los objetivos que tiene propuestos, las **principales características son:**

Liderazgo: un líder debe respaldar el bienestar de su equipo de trabajo, porque no solo los productos o servicios deben ser lo mejores, se debe observar que haya una relación horizontal. La estimulación es muy importante, al igual que describir metas y establecer responsabilidades en donde se muestre el talento que tiene cada empleado para que de esta manera pueda realizar un trabajo mejor desarrollado.

Uso de internet y las nuevas tecnologías: hoy en día el internet ha dado un mayor crecimiento en menos de 5 años, por lo que se ha convertido en algo indispensable, este juega un papel muy significativo en los cambios sociales culturales y económicos. El hacer un buen uso de la tecnología garantiza la expansión y el crecimiento de una organización con una mayor integración entre la producción proveedores y clientes. En la actualidad el internet y la nueva infraestructura extiende la circulación de chismes, noticias, etc y por ello resalta la novedad y el escándalo.

Talento humano: es la pieza fundamental en toda organización, porque ayuda a lograr los objetivos planteados. Hoy en día muchas empresas cometen el error de no tener en cuenta esta situación, y muchos empleados se sienten desmotivados al ver que la empresa no les da importancia. Todos los miembros en una organización aportan al éxito de la misma es por eso que se debe sacar provecho de sus capacidades, escuchar sus opiniones y no hacer que se sienta excluido.

Eficiencia y eficacia: son palabras con un significado muy preciso, la eficiencia hace referencia al cumplimiento de las actividades, considerando la cantidad de los recursos usados además buscan cubrir las necesidades. Según Porter (2017) dice que los productos ejercen una influencia positiva como también negativa. La eficacia es evaluada desde la mirada del cliente, lo que contempla en la entrega del producto a tiempo como es la atención y la satisfacción al cliente.

III. HIPOTESIS

Según (Espinoza, (2018) Nos dice que es una apreciación de algo que se está haciendo posible o imposible para que así se pueda obtener una consecuencia. El valor de la hipótesis reside en la capacidad para crear más relaciones entre los hechos y demostrar por qué se producen, La investigación de tipo descriptivo detalla las propiedades de los fenómenos trabajados, es por ende que no es necesario realizar una hipótesis dado que solo se muestran características de la problemática.

IV. METODOLOGIA

4.1. Tipo de la investigación

La investigación cuantitativa es un formato estructurado, donde se recopilan y se analizan datos obtenidos de diferentes fuentes. La investigación cuantitativa contiene el uso de herramientas informáticas, estadísticas para obtener los resultados. Según (Castro, (2016) nos dice que la investigación cuantitativa comprende el análisis de datos numéricos; para ello se consideran los niveles de medición, ya sea: nominal, ordinal, de intervalo o de razones y proporciones, también debe ser lo más objetiva, evitando que afecten las tendencias del investigador u otras personas, en este tipo de investigación se busca generalizar los resultados encontrados en un grupo a una colectividad mayor.

4.2. Nivel de Investigación

Consiste en conocer las situaciones costumbres y actitudes a través de la descripción de las actividades y procesos, no se limita a la recolección de datos si no a la identificación de las dos variables. Según (Sanchez, Reyes, & Mejía, (2018) nos detalla que la investigación descriptiva es un conjunto de métodos y procedimientos que permite medir la información recolectada para luego describir, analizar e interpretar

las características que se observaron y plantarlas con base a la realidad del escenario plantado.

4.3.Diseño de Investigación

El diseño de la investigación será no experimental porque se observarán los fenómenos tal y como se muestran en el contexto para analizarlos con posterioridad. En la investigación no experimental no hay condiciones a los cuales se expongan los sujetos del estudio.

Según Choque, (2015) son aquellas que se realizan sin manipular las variables, es decir es una investigación donde no se varían las variables independientes, lo que se realiza en esta investigación no experimental es no observar fenómenos tal y como se muestran en su contexto para luego analizarlos.

4.4.Universo y Muestra

En la presente investigación el universo de estudio está conformada por 03 MYPES rubro panaderías, en el distrito de Tambo grande – Piura comprendidas en el siguiente lugar Av. Igancio Sheaffer – Tambogrande. La población está dada por los individuos:

- MYPE dedicadas solo al rubro panaderías en la A.V. Ignacio Scheaffer – Tambogrande
- Clientes en general

RELACION DE MYPES			
Razón Social	Ruc	Dirección	Numero de trabajadores
Panadería Marthita	10806823975	Av. Ignacio Sheaffer	6
Panadería don Julio	10346176869	Av. Ignacio Sheaffer	4
Panadería Todo Rico	20100093830	Av. Ignacio Sheaffer	5

La población está conformada por 3 MYPES del rubro panaderías, las cuales se encuentran en el distrito de Tambogrande – Piura. Se determinó la muestra mediante la fórmula estadística, la misma que sirvió de unidad

$$\text{de investigación } n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.08^2}$$

$$n = 150$$

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (1.96)

e = Margen de error (8%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra será: n = 150 clientes

4.5. Definición y Operacionalización de las variables

Tabla 4.1. Matriz de Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de Calidad	González & Arciniegas, (2016) Nos señala que la gestión de calidad es un instrumento en donde permite organizar, planear, ejecutar y controlar los instrumentos que son para el desarrollo de una misión con los estándares de la calidad, estos indicadores son para la satisfacción de los usuarios.	Proceso de la gestión de calidad	La dimensión “proceso de gestión de calidad” se medirá con sus indicadores planificación, calidad y mejora continua con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Planificación, calidad y mejora continua	Cliente	Nominal	Tipo: descriptivo
		Principios de la gestión de calidad	La dimensión “principios de gestión de calidad” se medirá con sus indicadores enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a procesos, mejora continua y gestión de las relaciones con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a procesos, mejora continua y gestión de las relaciones		Nominal	Nivel: cuantitativo Diseño: no experimental transversal Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de esta presente investigación, se empleará técnicas de recolección de datos como son la encuesta, datos que se obtendrán a partir de la realización de un conjunto de interrogantes normalizadas dirigidas a una muestra, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

En el instrumento de recolección de información, será el cuestionario porque es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación, permitiéndonos integrar e estandarizar el proceso de recopilación de datos.

4.7. Plan de análisis

Una vez recopilado los datos se tabulan y grafican de acuerdo a cada variable con sus respectivas dimensiones, el proceso en relación al plan de análisis se ejecutó a través del sistema Microsoft de Windows 8, donde se empleará la estadística descriptiva con los datos procesados en el programa Excel 2016

4.8. Matriz de consistencia:

Tabla 4. 2 Matriz de consistencia

Titulo	Problema (Enunciado)	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnica	Instrumento
Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande , Piura año 2018	¿Qué características tienes la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro panaderías del centro de Tambogrande, Piura año 2018	<p>General determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro panaderías del centro de Tambogrande – Piura, año 2018</p> <p>Específicos (a) Determinar el proceso de la gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer</p>	Según Espinoza (2017) Nos dice que una hipótesis de la investigación es una declaración de los investigadores que realizan su investigación. La investigación de tipo descriptivo detalla las propiedades de los fenómenos trabajados, es por ende que	Gestión de calidad	Gonzáles & Arciniegas, (2016) Nos señala que la gestión de calidad es un instrumento en donde permite organizar, planear, ejecutar y controlar los instrumentos que son para el desarrollo de una misión con los estándares de la calidad, estos indicadores son para la	Proceso Principios	Planificación, calidad y mejora continua Enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a procesos, mejora continua y gestión de las relaciones	Encuesta	Cuestionario

		<p>Tambogrande, Piura – año 2018</p> <p>(b) Conocer los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018</p>	<p>no es necesario realizar una hipótesis dado que solo se muestran características de la problemática.</p>	<p>Competitividad</p>	<p>satisfacción de los usuarios.</p> <p>Según Fernández, Montes & Vásquez, (2015)) Nos señala que es la capacidad de</p>	<p>Estrategias</p>	<p>Enfoque, diferenciación y líder en costos</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>
--	--	--	---	-----------------------	---	--------------------	--	-----------------	---------------------

		<p>(c) Identificar las estrategias de competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018</p> <p>(d) Identificar las características de la competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2019</p>			<p>difundir la mayor satisfacción de los consumidores especificando un precio o la capacidad de lograr proponer un precio fijada a una cierta calidad, de esta manera la organizaciones es capaz de asumir una mayor cuota de mercado obteniendo ventajas.</p>	<p>características</p>	<p>Liderazgo, Uso de internet y las tecnologías, talento humano, eficiencia y eficacia</p>		
--	--	--	--	--	--	------------------------	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

4.9.Principios éticos

En la investigación se considera la veracidad de resultados por sobre todas las cosas, en cualquier espacio, circunstancia, así se acudió y acudirá al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respeta la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio. Además, se rechazarán las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes. También se integró definiciones sobre lo que son las variables de investigación las cuales son Gestión de Calidad y competitividad, cuya información fue citada como conforme con autores y asimismo de las normas APA, con el fin de proteger a aquellas personas que participaron del estudio y así lograr un buen objetivo

V. RESULTADOS

Variable Gestión de Calidad

Objetivo 01: Determinar el proceso de la gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018.

Tabla N°01

¿ Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	60%
NO	6	40%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

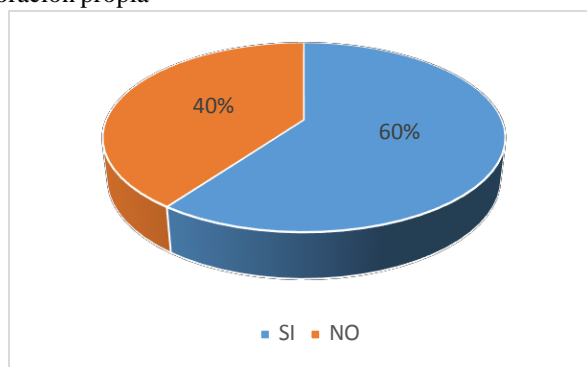


Figura 1: grafico circular que representa a la figura ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos?

Interpretación: en la tabla 1/ figura 1 denominada ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 60% respondió que si fomenta la mejora continua de productos y procesos en la empresa y el 40% respondió que no fomenta la mejora continua de productos y procesos en la empresa.

Tabla N°02

¿ Dispone su empresa de un sistema de aseguramiento de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	67%
NO	5	33%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada al trabajador
Elaboración propia

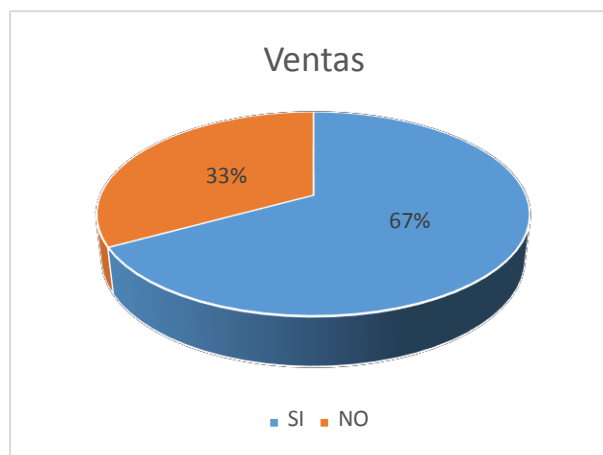


Figura 2: gráfico circular que representa a la figura ¿Dispone su empresa de un sistema de aseguramiento de calidad?

Interpretación: en la tabla 2/ figura 2 denominada ¿Dispone su empresa de un sistema de aseguramiento de calidad? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 67% respondió que si dispone de un sistema de aseguramiento de calidad y el 40% respondió que no dispone de un sistema de aseguramiento de calidad.

Tabla N°03

¿Cómo es la comunicación con sus empleados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	11	73%
Mala	1	7%
regular	3	20%
Muy mala	1	0%
Total	15	100%

Fuente: encuesta aplicada propietario
Elaboración propia

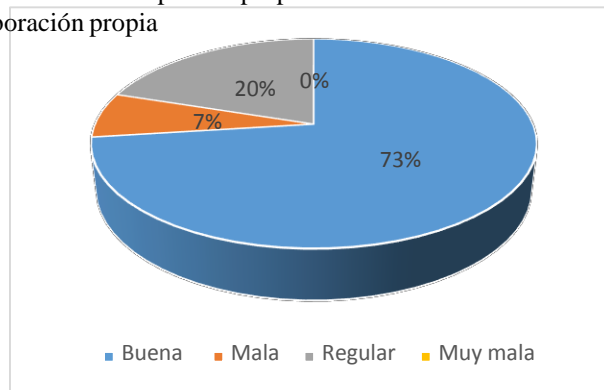


Figura 3: gráfico circular que representa a la figura ¿Cómo es la comunicación con sus empleados?

Interpretación: en la tabla 3/ figura 3 denominada ¿Cómo es la comunicación con sus empleados? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 73% respondió que es buena la comunicación con sus empleados y el 20% respondió que es regular la comunicación con sus empleados y el 7% respondió que es mala la comunicación con sus empleados.

Tabla N°04

¿ Responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	87%
No	2	13%
Total	15	100%

Fuente: encuesta aplicada propietario
Elaboración propia

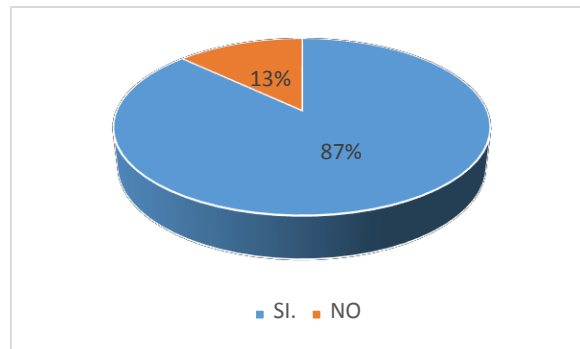


Figura 4: gráfico circular que representa a la figura ¿Responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores?

Interpretación: en la tabla 4/ figura 4 denominada ¿Responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 87% respondió que si responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores y el 13% respondió que no responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores.

Tabla N°05

¿ Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	129	86%
NO	21	14%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

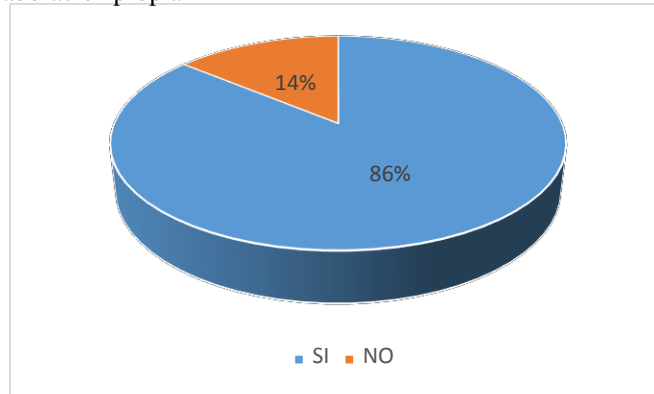


Figura 5: gráfico circular que representa a la figura ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor?

Interpretación: en la tabla 5/ figura 5 denominada ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 86% respondió que si presentan un buen sabor y el 14% respondió que no presenta un buen sabor.

Tabla N°06

Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	133	89%
NO	17	11%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

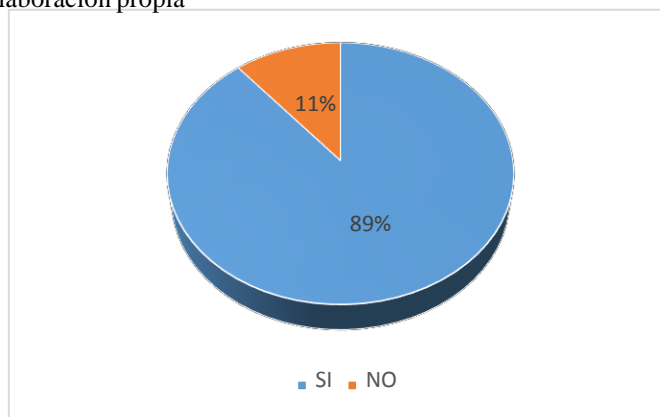


Figura 6: gráfico circular que representa a la figura ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor?

Interpretación: en la tabla 6/ figura 6 denominada ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 89% respondió que si presentan un buen olor y el 11% respondió que no presenta un buen olor. Según ISO9001, (2015) nos dice que los estándares simbolizan la ejecución deseada, es decir son los objetivos planteados de la organización, un estándar sirve como guía en la cual se efectúa el control.

Tabla N°07

¿Para usted la atención que le brinda es buena?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	140	93%
NO	10	7%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

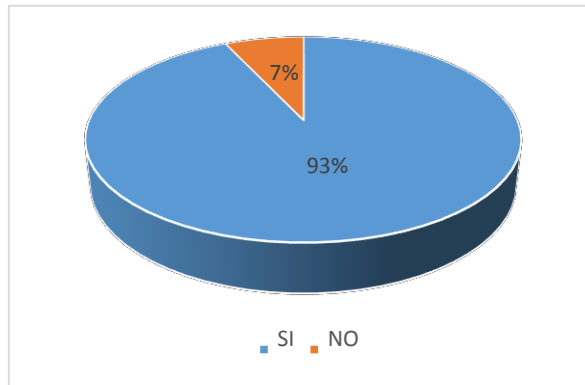


Figura 7: gráfico circular que representa a la figura ¿Para usted la atención que le brinda es buena?

Interpretación: en la tabla 7/ figura 7 denominada ¿Para usted la atención que le brinda es buena? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 93% respondió que si brinda buena atención y el 7% respondió que no brinda buena atención.

Objetivo Específico 02: Conocer los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018

Tabla N°08

¿ Cómo califica usted la atención brindada por los empleados de la MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	132	88%
Mala	2	1%
regular	16	11%
Muy mala	0	0%
Total	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

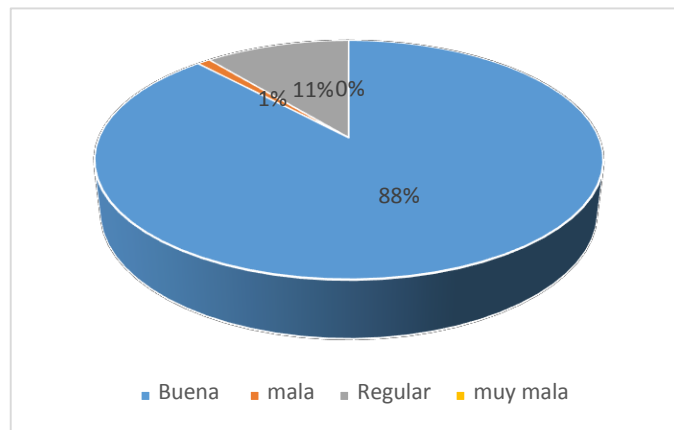


Figura 8: gráfico circular que representa a la figura ¿Cómo califica usted la atención brindada por los empleados de la MYPE?

Interpretación: en la tabla 8/ figura 8 denominada Cómo califica usted la atención brindada por los empleados de la MYPE los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 88% respondió buena la atención brindada por los empleados, el 11% respondió regular la atención brindada por los empleados, y el 1% respondió mala la atención brindada por los empleados.

Tabla N°09

¿ Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	118	79%
NO	32	21%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

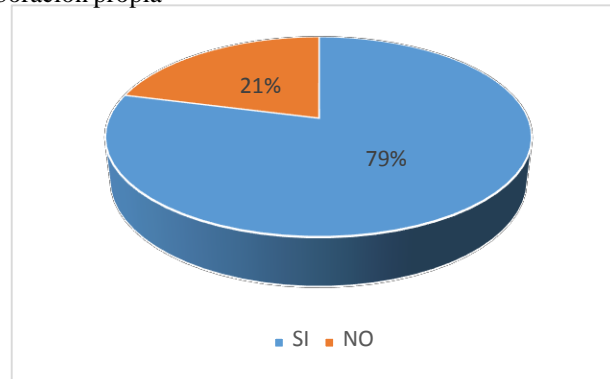


Figura 9: gráfico circular que representa a la figura ¿Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad?

Interpretación: en la tabla 9/ figura 9 denominada ¿Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 79% respondió que si están de acorde a la calidad y el 21% respondió que no están de acorde a la calidad.

Tabla N°10

¿ Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	137	91%
Mala	0	0%
Regular	13	9%
Total	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

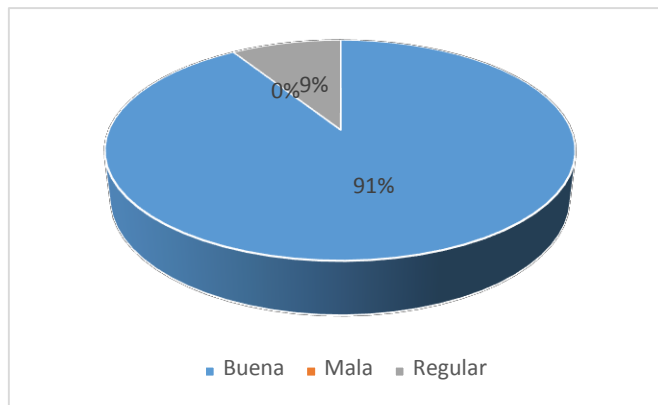


Figura 10: grafico circular que representa a la figura ¿Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen?

Interpretación: en la tabla 10/ figura 10 denominada ¿Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 91% respondió que es buena la calidad del pan que ofrecen y el 9% respondió que es regular la calidad del pan que ofrece.

Tabla N°11

¿A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	128	85%
A veces	21	14%
Nunca	1	1%
Total	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia



Figura 11: gráfico circular que representa a la figura ¿A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad?

Interpretación: en la tabla 11/ figura 11 denominada ¿A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que siempre cuando acude le ofrecen pan de calidad, el 14% respondió que a veces cuando acude le ofrecen pan de calidad y el 1% nunca le ofrecen pan de calidad.

Tabla N°12

¿ La Panadería cumple con los pro toólogos de higiene?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	124	83%
NO	26	17%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

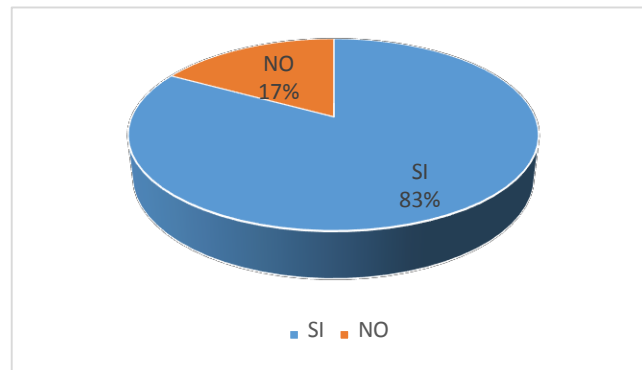


Figura 12: gráfico circular que representa a la figura ¿La Panadería cumple con los pro toólogos de higiene?

Interpretación: en la tabla 12/ figura 12 denominada ¿La Panadería cumple con los pro toólogos de higiene? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 83% respondió que si cumple con los pro toólogos de higiene y el 17% respondió que no cumple con los pro toólogos de higiene.

Tabla N°13

¿ Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	127	85%
NO	23	15%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

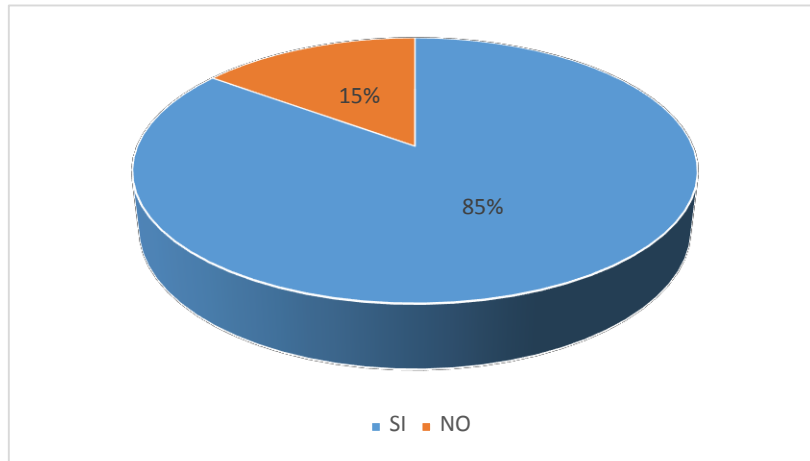


Figura 13: gráfico circular que representa a la figura ¿Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería?

Interpretación: en la tabla 13/ figura 13 denominada ¿Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que si se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería y el 15% respondió que no se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería.

Tabla N°14

¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	5%
NO	142	95%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

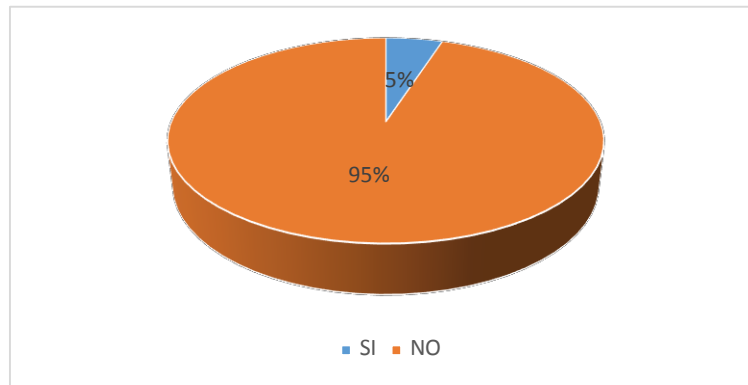


Figura 14: gráfico circular que representa a la figura ¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado?

Interpretación: en la tabla 14/ figura 14 denominada ¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 5% respondió que si le han vendido pan que este en un mal estado y el 95% respondió que no le han vendido pan que este en un mal estado.

Tabla N°15

¿ Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	136	91%
NO	14	9%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

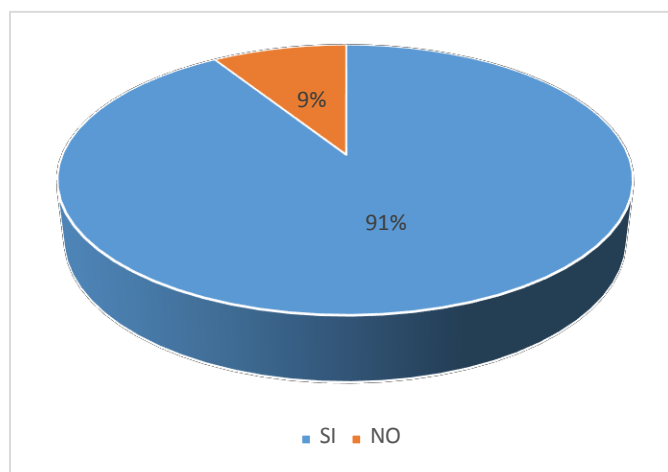


Figura 15: gráfico circular que representa a la figura ¿Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto?

Interpretación: en la tabla 15/ figura 15 denominada ¿Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 91% respondió que si le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto y el 9% respondió que no le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto.

Variable Competitividad

Objetivo Específico 03: Identificar las estrategias de competitividad en las MYPE

rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018

Tabla N°16

¿ Existe un plan estratégico escrito para su MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	47%
NO	7	53%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración propia

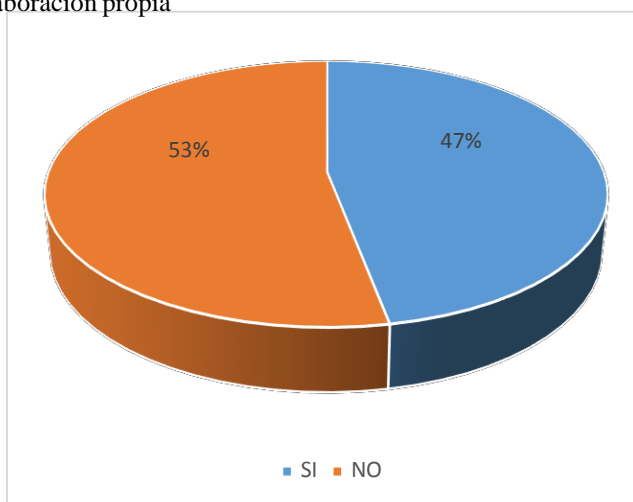


Figura 16: grafico circular que representa a la figura ¿Existe un plan estratégico escrito para su MYPE?

Interpretación: en la tabla 16/ figura 16 denominada ¿Existe un plan estratégico escrito para su MYPE? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 47% respondió que si le existe un plan estratégico escrito para su MYPE y el 53% respondió que no existe un plan estratégico escrito para su MYPE.

Tabla N°17

Conoce usted sus principales competidores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia

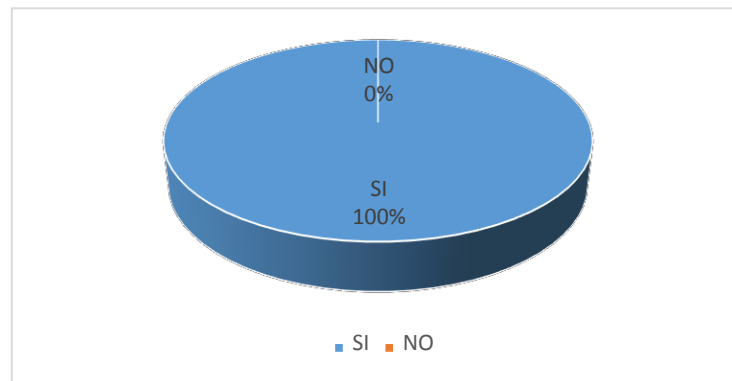


Figura 17: grafico circular que representa a la figura ¿Conoce usted sus principales competidores?

Interpretación: en la tabla 17/ figura 17 denominada ¿Conoce usted sus principales competidores? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 100% respondió que si conoce sus principales competidores y el 0% respondió que no conoce sus principales competidores.

Tabla N°18

¿De qué manera es competitiva su empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precios bajos	5	33%
Calidad de producto	6	40%
Atención al cliente	4	27%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia

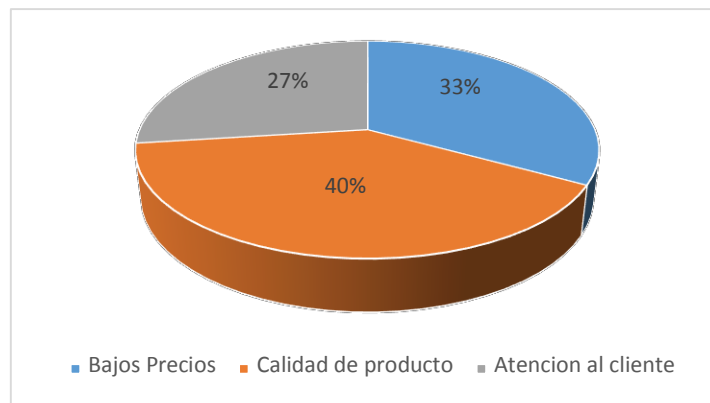


Figura 18: gráfico circular que representa a la figura ¿De qué manera es competitiva su empresa?

Interpretación: en la tabla 18/ figura 18 denominada ¿De qué manera es competitiva su empresa? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 33% respondió la manera más competitiva su empresa es ofreciendo precios bajos, el 40% respondió que la manera más competitiva de su empresa es ofreciendo una calidad de producto y el 27% respondió que la manera más competitiva de su empresa es brindar una atención al cliente.

Tabla N°19

<i>¿ Las ventas son mayores a los de su competencia?</i>		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	67%
NO	5	33%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia

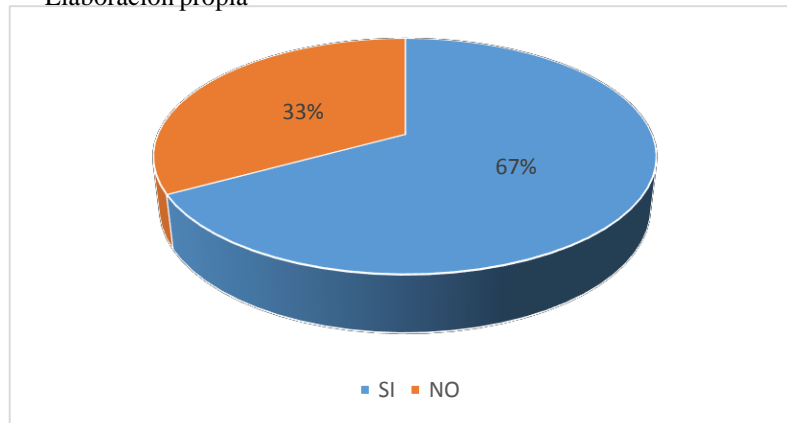


Figura 19: gráfico circular que representa a la figura ¿las ventas son mayores a los de su competencia?

Interpretación: en la tabla 19/ figura 19 denominada ¿las ventas son mayores a los de su competencia? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 67% respondió que las ventas si son mayores a los de su competencia y el 33% respondió que las ventas no son mayores a los de su competencia.

Objetivo específico 04: Detallar las características de la competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018

Tabla N°20

¿ Creed usted que la tecnología ayuda en crecimiento de la panadería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	80%
NO	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

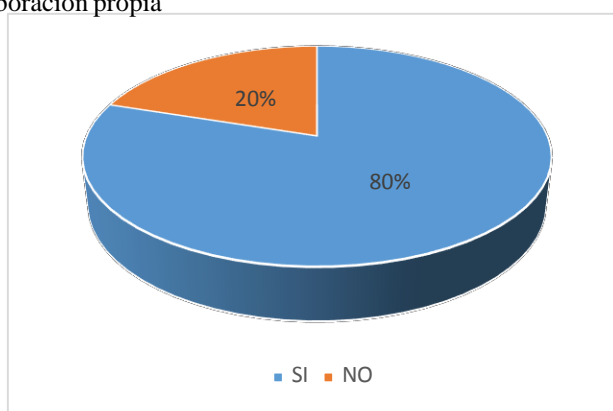


Figura 20: gráfico circular que representa a la figura ¿Creed usted que la tecnología ayuda en crecimiento de la panadería?

Interpretación: en la tabla 20/ figura 20 denominada ¿Creed usted que la tecnología ayuda en crecimiento de la panadería? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: EL 80% respondió que si ayuda la tecnología en el crecimiento de la panadería y el 20% respondió que no ayuda en el crecimiento de la panadería.

Tabla N°21

¿ Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las panaderías?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	67%
NO	5	33%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia

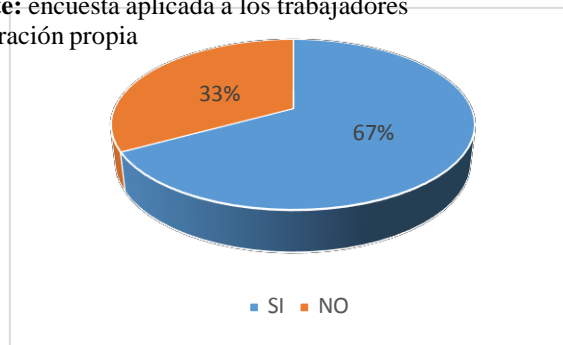


Figura 21: grafico circular que representa a la figura ¿Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las panaderías?

Interpretación: en la tabla 21/ figura 21 denominada ¿Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 67% respondió que las ventas si son mayores a los de su competencia y el 33% respondió que las ventas no son mayores a los de su competencia.

Tabla N°22

¿ La empresa cuenta con algún tipo de certificación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración propia

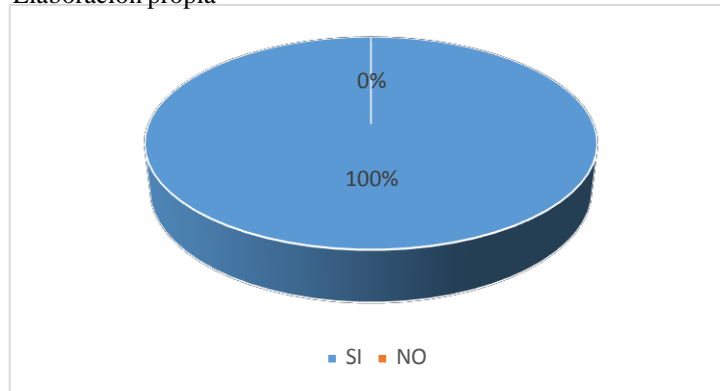


Figura 22: gráfico circular que representa a la figura ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación?

Interpretación: en la tabla 22/ figura 22 denominada ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 100% si cuenta con certificación y el 0% no.

Tabla N°23

¿Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer –
Tambogrande ofrece un mejor precio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mi Martitha	84	56%
Don Julio	36	24%
Todo Rico	30	20%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

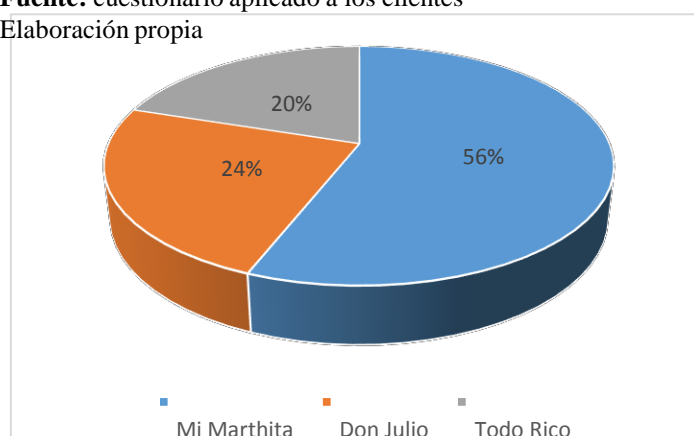


Figura 23: grafico circular que representa a la figura ¿Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer –Tambogrande ofrece un mejor precio?

Interpretación: en la tabla 23/ figura 23 denominada ¿Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer –Tambogrande ofrece un mejor precio? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 56% respondió que la panadería mi marthita ofrece un mejor precio, el 24% la panadería Don Julio y el 20% Todo Rico.

Tabla N°24

¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ubicación	70	47%
precio	40	27%
atención al cliente	20	13%
productos	20	13%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

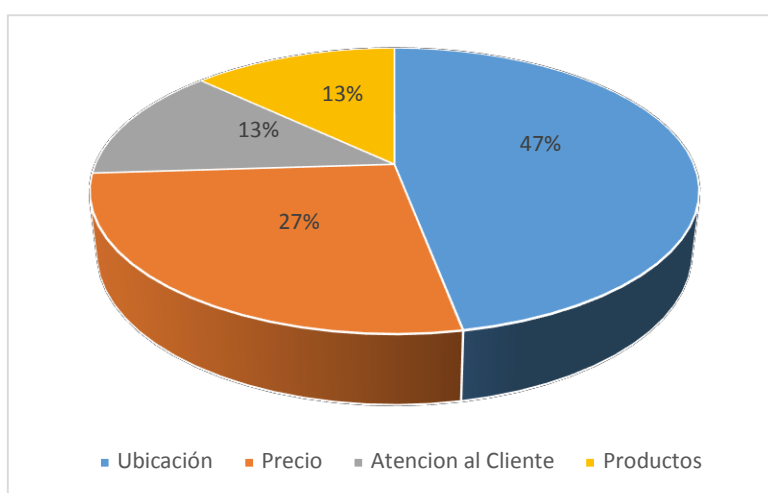


Figura 24: gráfico circular que representa a la figura ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?

Interpretación: en la tabla 24/ figura 24 denominada ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 47% respondió que la fortaleza de la panadería es la ubicación, mientras que el 27% respondió que la fortaleza de las panaderías es el precio, el 13% respondió que es la atención del cliente y el 13% respondió que es los productos.

Tabla N°25

¿ Cómo considera que sería más competitivo su producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	33	22%
Atención al cliente	35	23%
Calidad	82	55%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

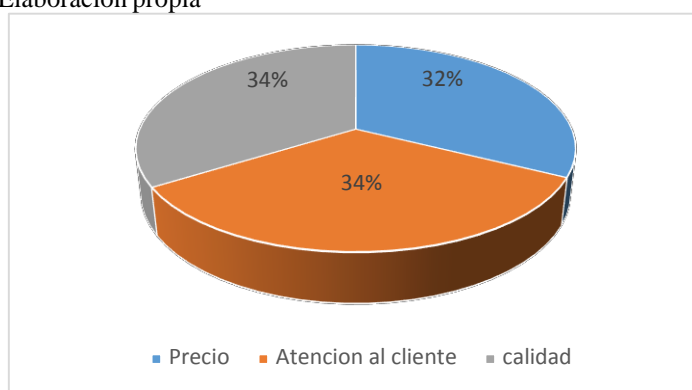


Figura 25: gráfico circular que representa a la figura ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?

Interpretación: en la tabla 25/ figura 25 denominada ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 55% respondió que la calidad hace más competitivo el producto, mientras que el 23% respondió que es la atención al cliente y el 22% respondió que es el precio.

Tabla N°26

¿ Qué consideras importante cuando vas a una panadería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	84	56%
Atención al cliente	34	23%
Ambiente	32	21%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

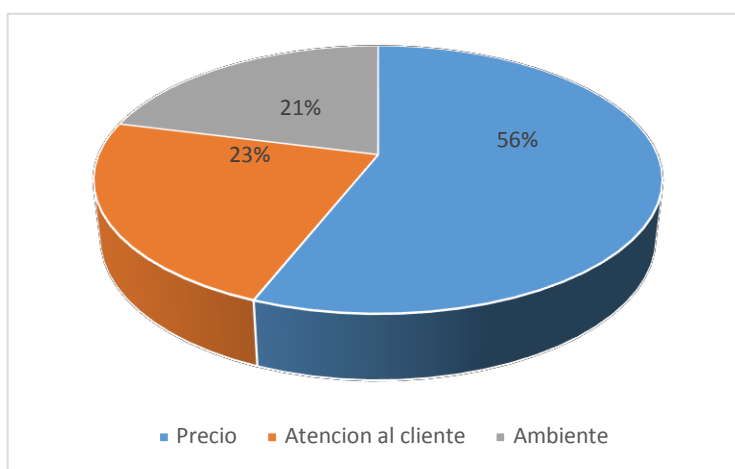


Figura 26: grafico circular que representa a la figura ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?

Interpretación: en la tabla 26/ figura 26 denominada ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 56% considero importante el precio, mientras que el 23% opino que la atención al cliente y el 21% dijo que el ambiente.

Tabla N°27

¿ A qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	78	52%
Alto – Medio	38	25%
Medio	20	13%
Medio – Bajo	14	10%
Bajo	0%	0%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

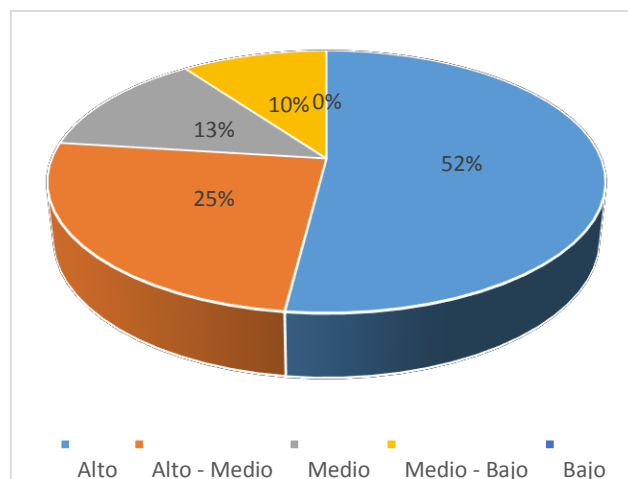


Figura 27: grafico circular que representa a la figura ¿a qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías?

Interpretación: en la tabla 27/ figura 27 denominada ¿a qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 52% respondió que el segmento a que está dirigido las panaderías es alto, mientras que el 25% respondió que es el alto – medio, el 13% medio, el 10% medio – bajo y el 0% bajo.

Tabla N°28

¿ Los empleados atienden de manera eficiente a los clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	128	85%
NO	22	15%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

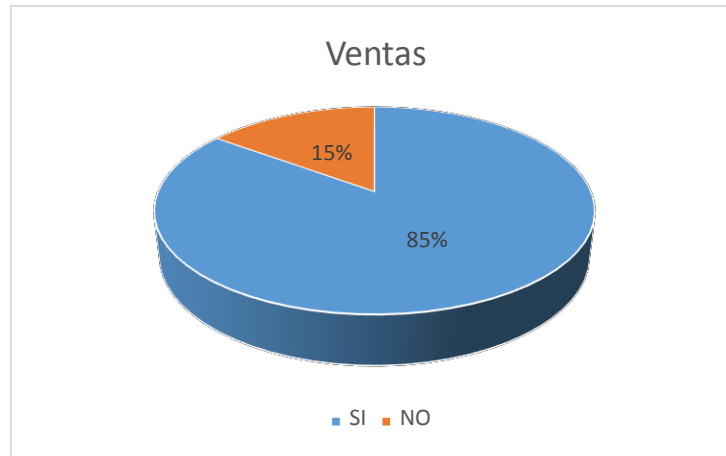


Figura 28: gráfico circular que representa a la figura ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes?

Interpretación: en la tabla 28/ figura 28 denominada ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que si atienden de manera eficiente y el 15% respondió que no atienden de manera eficiente.

Tabla N°29

¿ Considera usted que los empleados son eficaces?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	128	85%
NO	22	15%
TOTAL	150	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

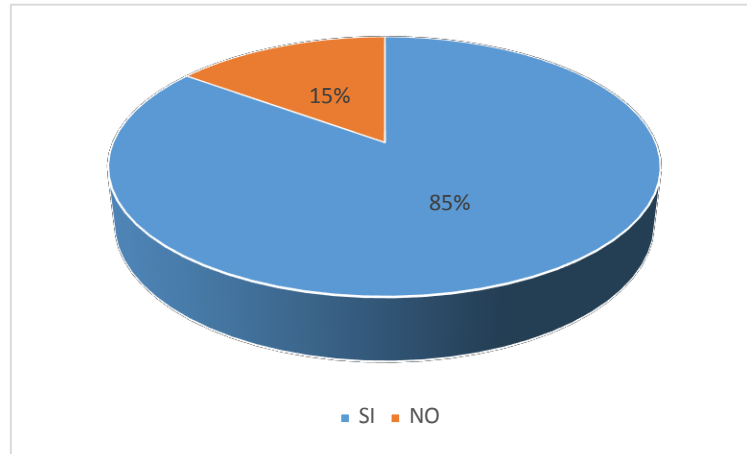


Figura 29: grafico circular que representa a la figura ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes?

Interpretación: en la tabla 29/ figura 29 denominada ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que si son eficaces y el 15% respondió que no son eficaces.

VI. ANALISIS DE RESULTADOS

En la Tabla 1/ figura 1 denominada ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos? La mayoría de los encuestados respondieron si fomenta la mejora continua de productos y procesos en la empresa. Según Macedo, (2019) nos dice que la mejora continua es un conjunto de tareas que están dirigidos a alcanzar una mayor calidad de productos, servicios y/o procesos para que así pueda mejorar los procesos de fabricación dentro de su organización.

En la tabla 5/ figura 5 denominada ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 86% respondió que si presentan un buen sabor y el 14% respondió que no presenta un buen sabor. Según ISO 9001 (2015) nos revela que el estándar es una técnica que se utiliza como parámetro de evaluación de calidad en los productos que fabrica la organización.

en la tabla 6/ figura 6 denominada ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 89% respondió que si presentan un buen olor y el 11% respondió que no presenta un buen olor. Según ISO9001, (2015) nos dice que los estándares simbolizan la ejecución deseada, es decir son los objetivos planteados de la organización, un estándar sirve como guía en la cual se efectúa el control.

en la tabla 7/ figura 7 denominada ¿Para usted la atención que le brinda es buena? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 93% respondió que si brinda buena atención y el 7% respondió que no brinda buena atención. Según los autores Sirvent, Gisbert, & Pérez Bernabeu, (2017) nos señalan que la atención al cliente es primordial

en una empresa porque un cliente satisfecho es aquel que observa las expectativas del producto y que lo sean superadas por el mismo.

en la tabla 8/ figura 8 denominada Cómo califica usted la atención brindada por los empleados de la MYPE los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 88% respondió buena la atención brindada por los empleados, el 11% respondió regular la atención brindada por los empleados, y el 1% respondió mala la atención brindada por los empleados. Según Aosta, (2017) nos dice que el gran desafío es lograr que el cliente se sienta satisfecho a pesar de las necesidades cubiertas, asimismo los empleados tienen la responsabilidad que tratar bien a sus clientes para que de esta manera tenga éxito la organización.

en la tabla 9/ figura 9 denominada ¿Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 79% respondió que sí están de acorde a la calidad y el 21% respondió que no están de acorde a la calidad. Según Saavedra, (2018) nos dice que la calidad dentro de una MYPE es muy importante, porque produce la satisfacción de los clientes, asimismo dice que la buena calidad en una cualidad que todo servicio debe tener para conseguir un rendimiento y durabilidad del producto.

en la tabla 10/ figura 10 denominada ¿Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 91% respondió que es buena la calidad del pan que ofrecen y el 9% respondió que es regular la calidad del pan que ofrece. Según

en la tabla 11/ figura 11 denominada ¿A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que siempre cuando acude le ofrecen pan de calidad, el 14% respondió que a veces cuando

acude le ofrecen pan de calidad y el 1% nunca le ofrecen pan de calidad. Según Gómez, (2015) nos señala que la calidad de un producto es la idea que el cliente tiene, asimismo podemos decir que es una sujeción del consumidor que tiene y acepta el producto y la capacidad para satisfacer las necesidades.

en la tabla 12/ figura 12 denominada ¿La Panadería cumple con los pro tocológicos de higiene? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 83% respondió que si cumple con los pro tocológicos de higiene y el 17% respondió que no cumple con los pro tocológicos de higiene. Según Arana, (2016) nos señala que en una organización donde se va a producir tiene que cumplir con los pro tocológicos de higiene ya que esto es importante por la salud de los clientes como también del personal que labora dentro.

en la tabla 13/ figura 13 denominada ¿Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que si se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería y el 15% respondió que no se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería. **Según Arana, (2016)** nos señala que un tener la empresa en un buen ambiente es primordial, aunque en el caso de las pequeñas empresas esta labor es un poco costosa por lo que carece de problemas económicos y técnicos necesario.

en la tabla 14/ figura 14 denominada ¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 5% respondió que si le han vendido pan que este en un mal estado y el 95% respondió que no le han vendido pan que este en un mal estado.

en la tabla 15/ figura 15 denominada ¿Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 91%

respondió que si le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto y el 9% respondió que no le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto. Según Ramírez (2016) nos dice que el producto debe estar con rapidez o en caso que lo requieran, ya que es una característica relevante en los servicios que ofrecen.

en la tabla 16/ figura 16 denominada ¿Existe un plan estratégico escrito para su MYPE? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 47% respondió que si le existe un plan estratégico escrito para su MYPE y el 53% respondió que no existe un plan estratégico escrito para su MYPE. Según Guevara, (2015) nos dice que el plan estratégico es un documento donde está integrado el plan de negocios que recoge la planificación en el nivel económico, financiera y organizativa elementos con la empresa debe contar para que ejecutar los objetivos y alcanzar la misión que se tienen en un futuro.

en la tabla 17/ figura 17 denominada ¿Conoce usted sus principales competidores? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 100% respondió que si conoce sus principales competidores y el 0% respondió que no conoce sus principales competidores. Según Saavedra, 2019) nos señala que la competencia es la capacidad para llevar a cabo una actividad según el desempeño de la empresa.

en la tabla 18/ figura 18 denominada ¿De qué manera es competitiva su empresa? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 33% respondió la manera más competitiva su empresa es ofreciendo precios bajos, el 40% respondió que la manera más competitiva de su empresa es ofreciendo una calidad de producto y el 27% respondió que la manera más competitiva de su empresa es brindar una atención al cliente. Según el autor Según Fernández, Montes & Vásquez, (2015) nos describe que

una empresa competitiva es una organización en la cual los componentes que tienen para producir y ofrecer sus productos en un buen precio y con una muy buena calidad.

en la tabla 19/ figura 19 denominada ¿las ventas son mayores a los de su competencia?

Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 67% respondió que las ventas si son mayores a los de su competencia y el 33% respondió que las ventas no son mayores a los de su competencia.

en la tabla 20/ figura 20 denominada ¿Creed usted que la tecnología ayuda en

crecimiento de la panadería? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: EL

80% respondió que si ayuda la tecnología en el crecimiento de la panadería y el 20%

respondió que no ayuda en el crecimiento de la panadería. Según Porter (2017) nos

dice que la tecnología es un elemento importante en el ámbito empresarial, porque la

tecnología ha llegado a solucionar problemas atraves de sistemas innovadores las

cuales son adaptables a cada una de las necesidades y ayuda al crecimiento de la

MYPE.

en la tabla 21/ figura 21 denominada ¿Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las

panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 67% respondió que

las ventas si son mayores a los de su competencia y el 33% respondió que las ventas

no son mayores a los de su competencia. Según Porter (2017) nos dice que la publicidad

en una forma de comunicación que pretende aumentar el consumo del producto o

servicio brindado por la organización. La finalidad de la publicidad de un producto

nuevo consta de informar sobre la existencia de este

en la tabla 22/ figura 22 denominada ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 100% si cuenta con certificación y el 0% no. Según Olaya (2018) una empresa debe cumplir con la normatividad municipal para actuar en un marco legal permitiendo que la empresa sea competitiva.

En la tabla 23/ figura 23 denominada ¿Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer –Tambogrande ofrece un mejor precio? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 56% respondió que la panadería mi marthita ofrece un mejor precio, el 24% la panadería Don Julio y el 20% Todo Rico.

En la tabla 24/ figura 24 denominada ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 47% respondió que la fortaleza de la panadería es la ubicación, mientras que el 27% respondió que la fortaleza de las panaderías es el precio, el 13% respondió que es la atención del cliente y el 13% respondió que es los productos.

En la tabla 25/ figura 25 denominada ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 55% respondió que la calidad hace más competitivo el producto, mientras que el 23% respondió que es la atención al cliente y el 22% respondió que es el precio. Según Utopia CF, (2017) Para que el producto sea más competitivo debe contar con una buena calidad, asimismo debe tener un precio que este adecuado a la economía porque hay personas que no cuentan con salario fijo y buscan lo económico.

En la tabla 26/ figura 26 denominada ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 56% considero importante el precio, mientras que el 23% opino que la atención al cliente y el 21% dijo que el ambiente. Según Utopia CF, (2017) Nos dice hay tres aspectos importantes en una panadería las cuales son el precio; porque hay personas que no están al alcanza de la economía, atención al cliente es fundamental porque observas si el cliente cuenta con la capacidad para el desarrollo de sus actividades y el ambiente que en donde se observa si la empresa está en un buen estado

en la tabla 27/ figura 27 denominada ¿a qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 52% respondió que el segmento a que está dirigido las panaderías es alto, mientras que el 25% respondió que es el alto – medio, el 13% medio, el 10% medio – bajo y el 0% bajo.

En la tabla 28/ figura 28 denominada ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que si atienden de manera eficiente y el 15% respondió que no atienden de manera eficiente. según Riquelme, (2019) nos dice que la eficiencia es la capacidad para obtener buenos resultados con una mínima inversión que hace la organización

En la tabla 29/ figura 29 denominada ¿los empleados atienden de manera eficiente a los clientes? Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 85% respondió que si son eficaces y el 15% respondió que no son eficaces. Según Porter (2018) nos dice que eficacia es terminar las actividades para lograr las metas que tiene la organización.

VII. CONCLUSIÓN

Objetivo específico 01: Determinar el proceso de la gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura – año 2019

Se concluyó que el proceso de gestión de calidad esta determinados por planificación, control de calidad y mejora continua. En el cual respecto a la planificación dos de las MYPES rubro panaderías aun no cuentan con un plan en donde especifiquen sus objetivos y metas que desean alcanzar para lograr el éxito. Respecto a el control de calidad permiten mejorar todos los ámbitos de la panadería, asimismo permite a que se establezcan los niveles de calidad en los que se debe llegar y con los que se debe conseguir el rendimiento deseado por la panadería. Y respecto al último proceso que es mejora continua, es muy importante porque muestra una mayor calidad de los productos y servicios de una empresa las cuales buscan mejor sus procesos de fabricación.

Objetivo específico 02 Conocer los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio sheaffer Tambogrande, Piura – año 2018

Con relación a los principios de gestión de calidad se identificó en su mayoría de los encuestados que se sienten satisfechos con la calidad excelente que brinda las panaderías, asimismo con respecto al desempeño de los trabajadores por parte de los encuestados, muestran un desempeño superior, la cual hace que la MYPE acoja más clientes. Los principios de la gestión de calidad en una organización permiten controlar el desempeño y ayudar a cumplir la normativa relacionada con los productos y servicios. Se le recomienda a seguir inculcando en la mejora de la gestión de calidad, para que de esta forma pueda atraer más clientes y a tener éxito.

Objetivo 03: Identificar las estrategias de competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018

Se determina que las estrategias competitivas están de acorde con el precio, la calidad y la atención al cliente, también se puede considerar la capacidad que tienen los empleados para desarrollar sus actividades en la panadería, la cual satisface las necesidades de los clientes manteniendo los precios de sus productos al alcance de los clientes y sobre el desempeño de su competencia.

Objetivo específico 04: Detallar las características de la competitividad en las MYPE rubro panaderías de la AV. Ignacio Sheaffer, Tambogrande, Piura – año 2018

Se determina que las estrategias de competitividad son la calidad de sus procesos que por la mayoría de los encuestados es aceptable, ya sea por el precio u atención al cliente; la segunda característica es la productividad que es alta porque no solo ofrece productos, sino también brinda productos de diferentes calidades, sabores, y precios cubriendo las necesidades que tiene el cliente; la tercera característica fue eficiencia y eficacia, donde en la mayoría de los encuestados resaltaron que los trabajadores son eficiente y eficaces en su trato al cliente.

VIII. RECOMENDACIONES

Para el primer objetivo se recomienda contratar instructores para el desarrollo de un plan de planificación y de esta manera se pueda desarrollar con éxito.

Para el segundo objetivo Se le recomienda a seguir inculcando en la mejora de la gestión de calidad, para que de esta forma pueda atraer más clientes los cuales se sientan satisfechos e fidelizados con la organización.

Para el tercer objetivo se le recomienda a la MYPE generar estrategias innovadoras dentro como fuera de la empresa, asimismo brindar capacitaciones más seguidos a sus trabajadores.

Para el cuarto objetivo se le recomienda a las MYPE rubro panaderías a tener un poco más de conocimientos sobre las redes sociales para que obtengan una mayor propagan y aumenten sus ventas

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Acosta Piña, C. (2017). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR INDUSTRIAL ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERIA, DISTRITO DE MANANTAY, AÑO 2017*. Pulcallpa - Perú.

Andina. (05 de septiembre de 2018). Industria panadera creció 4.1% en primer semestre 2018. *Exportaciones de este sector sumaron US\$ 39.1 millones en los primeros seis meses del presente año*.

Arana Cruzado, H. (2016). *LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR PRODUCCIÓN – RUBRO PANADERÍAS, DE LA URBANIZACIÓN PREVI, DISTRITO DEL CALLAO, PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO, DEPARTAMENTO LIMA, PERÍODO 2015*. Lima - Perú.

Arias Coello, A. (2015). *La Gestion de Calidad*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Br. MAURICIO APOLO, B. C. (2016). *ANÁLISIS, DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE LOGÍSTICA PARA LA PANADERÍA "DOS ESTRELLAS" APLICANDO TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN*. Piura: Universidad Nacional de Piura.

Castro Lopez, H. E. (06 de diciembre de 2016). *Emprendices*. Obtenido de Resumen del Libro «Metodología de la Investigación» de Roberto Hernandez Sampieri: <https://www.emprendices.co/resumen-del-libro-metodologia-la-investigacion-roberto-hernandez-sampieri/>

- Contreras Valiente, J. C., Castillo Ordoñez, Q. K., & Salgado Caballero, L. C. (2017). *Análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en Colombia*. Bogotá - Colombia: Universidad de la Salle.
- DATADEC. (13 de Noviembre de 2017). *gestión de calidad y la gestión por procesos*. Obtenido de <https://www.datadec.es/blog/factura-electronica-y-digitalizacion-certificada/gestion-de-calidad-y-gestion-por-procesos>
- Espinoza Freire, E. E. (11 de enero de 2018). *Mendive*. Obtenido de La Hipotesis en la Investigacion: https://www.researchgate.net/publication/322701262_La_hipotesis_en_la_investigacion
- Fernández Sánchez, E., Montes Peón, J. M., & Vásquez Ordáz, C. J. (2015). *La competitividad de la empresa*. España: Universidad de Oviedo.
- Gómez Valenzuela, A. (2015). *Análisis y Propuesta para la Mejora de la Gestión de Calidad y Medio Ambiente en las Pequeñas Empresas Panificadoras de Valledupar*. Colombia: Universidad EAN.
- González Ortiz, O. C., & Arciniegas Ortiz, J. (2016). *Sistema de gestión de calidad*. Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=concepto+de+gestion+de+calidad+segun+autores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwihq9PpmfrkAhWFtVkKHZBPDpMQ6AEINDAC#v=onepage&q&f=false>
- Guillen Ayala , D. (2016). *“INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PANADERIAS EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO– 2016*. Huanuco - Perú.

Macedo Flores, L. (2019). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR PRODUCCIÓN-RUBRO PANADERÍAS DEL DISTRITO DE PUEBLO LIBRE, LIMA 2018*. Lima - Perú.

Martínez Arévalo, L. M. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE RUBRO LIBRERÍA DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2018*. Piura - Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

MENA ORTIZ, H. G., ORELLANA MARTÍNEZ, R. A., & RAMÍREZ PÉREZ, N. A. (2016). *PLAN DE MERCADEO PARA LA PEQUEÑA EMPRESA DE LA INDUSTRIA DE LA PANIFICACIÓN EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN S A*

Morales Barrera, H. (2014). *CONTROL DE CALIDAD EN LAS PANADERÍAS DEL MUNICIPIO DE EL PROGRESO, JUTIAPA*. Universidad Rafael Landívar, Jutiapa - Guatemala. D

OLAYA NOLE, M. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE RUBRO PANADERÍAS DE CAMPO POLO R CASTILLA – PIURA, AÑO 2018*. Piura - Perú.

PEÑA LIZANO, M. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN PANADERÍAS RUBRO RESTAURANTES MEDITERRÁNEOS EL CENTRO UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

PERÚ 21. (05 de septiembre de 2018). Industria panadera creció 4.1% en la primera mitad del 2018. *Las exportaciones de productos de panadería, pastelería, galletería y otros similares sumaron US\$39.1 millones entre enero y junio, informó la SNI.*

- Rebeca Choque, J. (25 de Febrero de 2015). *Prezi.com*. Obtenido de Diseños no experimentales. Según Hernandez, fernandez y Bapt:
<https://prezi.com/e25f2jfn8ib/disenos-no-experimentales-segun-hernandez-fernandez-y-bapt/>
- Riquelme, M. (01 de Octubre de 2019). *webyempresas*. Obtenido de Diferencia Entre Eficacia Y Eficiencia: <https://www.webyempresas.com/diferencia-entre-eficacia-y-eficiencia/>
- Roman Jibaja, M. J. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIO RUBRO PIZZERÍA EN EL CENTRO DE PIURA, AÑO 2016*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Saavedra Mendoza, T. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO PANADERÍAS DEL CENTRO DE TAMBOGRANDE AÑO 2018*. Piura - Perú.
- Saavedra, W. (13 de Enero de 2019). *elempaque.com*. Obtenido de 13 competencias clave de un gerente de producción: <http://www.elempaque.com/temas/13-competencias-clave-de-un-gerente-de-produccion+129451>
- Salas Peña, C. (2015). *Competitividad del sistema agroindustrial de café peruano, en el período 1961- 2011*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Sánchez Azor, S. (2017). *Gestión de calidad ISO 9001/2015*. España: ELEARNING.
- Sanchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanista* (Junio 2018 ed.). Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.

Sarmiento Corbera, R. (2016). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIAL, RUBRO PANADERÍA, CIUDAD DE CABALLO COCHA, AÑO 2016*. Iquitos - Perú.

Sirvent Asens, S., Gisbert Soler, V., & Pérez Bernabeu, E. (2017). *LOS 7 PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ISO 9001*. España: Universidad Politécnica de Valencia .

Utopia CF. (01 de Enero de 2017). *Utopia Consultores*. Obtenido de Tipos de competitividad empresarial: <http://utopia-consultores.com/tipos-de-competitividad-empresarial-y-ejemplos-de-cada-una/>

VALDIVIEZO FLORES, P. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR INDUSTRIA - RUBRO PANIFICADORAS DE LA PROVINCIA DE TOCACHE, PERIODO - 2016*. TINGO MARÍA, Perú.

X. ANEXOS

VALIDACIÓN DE ENCUESTA



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Hector Dehudo Arica Clarifo.....Identificado con DNI.....02786302.....con grado de Mg. DOCENCIA UNIV. Por medio de la presente hago constar que he realizado con fines de validación el (los) instrumento (os) de recolección de datos:.....QUESTIONARIO..... elaborado por Ojeda Rivas Yazmín, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro Panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura - año 2018." que se encuentra realizando.

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

Piura, 15 de octubre 2019


Mg. Arica Clarifo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma

Ítems relacionado con la variable Gestión de Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos?							Si () No ()
2. Le satisface la calidad del producto de la panadería							Si () No ()
3. ¿Dispone su empresa de un sistema de aseguramiento de calidad?							Si () No ()
4. ¿Cómo es la comunicación con sus empleados?							Si () No ()
5. Cree usted que la calidad del producto está relacionado con el precio.							Si () No ()
6. ¿Responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores?							Si () No ()
7. ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor?							Si () No ()
8. ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor?							Si () No ()
9. ¿Cómo califica usted la atención brindada por los							Si ()


 Mg. Anica Clavijo Hector Ordoñez
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

empleados de la MYPE?							No ()
10. ¿Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad?							Si () No ()
11. ¿Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen?							Si () No ()
12. ¿A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad?							Si () No ()
13. La Panadería cumple con los protocolos de higiene?							Si () No ()
14. ¿Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería?							Si () No ()
15. ¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado?							Si () No ()
16. ¿Cómo considera usted el precio del pan?							Si () No ()
17. ¿Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto?							Si () No ()
18. ¿Obtiene algún beneficio por ser cliente concurrente e la MYPE?							Si () No ()

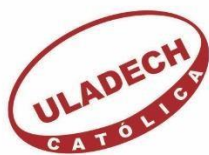

Mg. Arica Clavijo Hector Orland
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionado con la variable competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Existe un plan estratégico escrito para su MYPE?							Si () No ()
2. ¿Conoce usted sus principales competidores?							Si () No ()
3. ¿De qué manera es competitiva su empresa?							Si () No ()
4. ¿Las ventas son mayores a los de su competencia?							Si () No ()
5. ¿Creed usted que la tecnología ayuda en crecimiento de la panadería?							Si () No ()
6. ¿Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las panaderías?							Si () No ()
7. ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación?							Si () No ()
8. ¿Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer – Tambogrande ofrece un mejor precio?							Si () No ()
9. ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?							Si () No ()
10. ¿Cómo considera que sería más competitivo su producto?							Si () No ()


Mg. Arica Clavijo Hector Oriando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

11. ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?							Si () No ()
12. ¿Qué aspecto consideras importante cuando vas a una panadería?							Si () No ()
13. ¿A qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías?							Si () No ()
14. ¿Los empleados atienden de manera eficiente a los clientes?							Si () No ()
15. ¿Considera usted que los empleados son eficaces?							Si () No ()
16. ¿La entrega del producto que ofrece la MYPE es rápida?							Si () No ()
17. Creed usted que los empleados de la panadería estén capacitados para el desarrollo de sus actividades							Si () No ()


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Buen día sr(a) encuestado, soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, de la carrera de Administración, y me encuentro realizando un estudio sobre Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura año 2018, este cuestionario ha sido elaborado para que sea desarrollado por los trabajadores.

En tal sentido conoedora de su espíritu altruista le solicito me responda el siguiente cuestionario

1. ¿Fomenta en la empresa la mejora continua de productos y procesos?

SI

NO

2. Dispone su empresa de un sistema de aseguramiento de calidad

SI

NO

3. Cómo es la comunicación con sus empleados

Buena

Regular

Muy mala

4. ¿Responde la calidad de sus productos a los deseos de sus consumidores?

SI

NO

5. Existe un plan estratégico escrito para su MYPE

SI

NO

6. Conoce usted sus principales competidores

SI

NO

7. De qué manera es competitiva su empresa

Precios Bajos

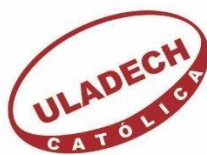
Calidad de producto

Atención al cliente

8. Las ventas son mayores a los de su competencia

SI

NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Buen día sr(a) encuestado, soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, de la carrera de Administración, y me encuentro realizando un estudio sobre Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro panaderías en la AV. Ignacio Sheaffer Tambogrande, Piura año 2018, este cuestionario ha sido elaborado para que sea desarrollado por los clientes

En tal sentido conoedora de su espíritu altruista le solicito me responda el siguiente cuestionario

1. ¿Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen sabor?

SI

NO

2. Según los estándares establecidos por la gestión de calidad el pan que le ofrecen presenta buen olor

SI

NO

3. ¿Para usted la atención que le brinda es buena?

SI

NO

4. ¿Cómo califica usted la atención brindada por los empleados de la MYPE?

Buen

Mala

Regula

Muy mala

5. ¿Considera que los precios del producto están de acorde a la calidad?

SI

NO

6. Cómo evalúa usted la calidad del pan que le ofrecen

SI

NO

7. A la panadería que usted acude le ofrecen pan de calidad

Siempre A veces Nunca

8. La Panadería cumple con los protocolos de higiene

SI NO

9. Se siente a gusto con el ambiente que muestra la panadería

SI NO

10. ¿Alguna vez le han vendido pan que este en un mal estado?

SI NO

11. ¿Le ofrecen variedad de panes al momento que usted solicita el producto?

SI NO

12. ¿Cree usted que la tecnología ayuda en crecimiento de la panadería?

SI NO

13. Utiliza algún tipo de publicidad y promoción las panaderías

SI NO

14. ¿La empresa cuenta con algún tipo de certificación?

SI NO

15.Cuál de las panaderías de la AV. Ignacia schaeffer –Tambogrande ofrece un

mejor precio

Ubicación Precio atención al cliente productos

16. ¿Cuál cree usted que la fortaleza de las panaderías?

SI NO

17. Cómo considera que sería más competitivo su producto

Precio Atención al cliente Calidad

18. Qué consideras importante cuando vas a una panadería

SI NO

19. A qué segmento cree usted que está dirigidas las panaderías

Alto

Alto – Medio

Medio

Medio – Bajo

Bajo

20. Los empleados atienden de manera eficiente a los clientes

SI

NO

21. Considera usted que los empleados son eficaces

SI

NO