



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA
TIENDA “EL MILAGRO DE CAUTIVO”, SULLANA, 2021**

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

AUTORA

GUEVARA GARCIA, DANIELA MILAGROS

ORCID: 0000-0002-6876-5670

ASESOR

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0174-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **14:00** horas del día **25 de Junio** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA TIENDA "EL MILAGRO DE CAUTIVO", SULLANA, 2021**

Presentada Por :
(0411182073) **GUEVARA GARCIA DANIELA MILAGROS**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA TIENDA “EL MILAGRO DE CAUTIVO”, SULLANA, 2021 Del (de la) estudiante GUEVARA GARCIA DANIELA MILAGROS, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 01% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 12 de Setiembre del 2023

Mg. Roxana Torres Guzmán
Responsable de Integridad Científica

Hoja de agradecimiento

AGRADECIMIENTO

Agradecida con Dios por guiarme a lo largo de este proyecto, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y Debilidad.

Gracias a mi Madre Narcisa García y a mi Padre Jorge Guevara, por ser los principales promotores de mi sueño, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me inculcaron.

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón mi tesis a la memoria de mi Madre, pues sin ella no lo habría logrado.

Su bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me lleva a tomar buenas decisiones.

Por eso te dedico mi tesis en ofrenda por tu paciencia, esfuerzo y amor.

6. Índice General

Caratula.....	i
Hoja del Jurado	iii
Hoja de agradecimiento	iv
Índice General.....	v
Lista de Figuras.....	vii
Lista de Tablas	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. Planteamiento del Problema.....	1
II. Revisión de Literatura	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	14
2.3. Hipótesis	27
III. Metodología.....	28
3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación.....	28
3.2. Población y muestra.....	29
3.3. Definición y operacionalización de variables	31
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información	32
3.5. Método de análisis de datos	32
3.6. Aspectos éticos	33
Resultados.....	34
4.1. Resultados.....	34
4.2. Discusión	38
V. Conclusiones.....	45
VI. Recomendaciones	46

Referencias Bibliográficas	47
Anexos	55
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	56
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos	57
Anexo 3: Confiabilidad del Instrumento.....	59
Anexo 4 : Consentimiento informado.....	61
Anexo 5: Validación de juicio de expertos	67

Lista de Figuras

Figura 1.	Logra el cumplimiento de las expectativas.....	85
Figura 2.	Los objetivos de la mype se cumple tal cómo se establecieron.....	85
Figura 3.	Se ha establecidos procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo.....	86
Figura 4.	El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores	86
Figura 5.	Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas.....	87
Figura 6.	Se realiza el mantenimiento preventivo de los productos	87
Figura 7.	Se informa al cliente sobre los productos que se entregan	88
Figura 8.	Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas	8
	8	
Figura 9.	Se tiene la información relacionada al producto	89
Figura 10.	La formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional e internacional.....	90
Figura 11.	La formalización de la tienda les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos	90
Figura 12.	La formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE.....	91
Figura 13.	Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago	9
	1	
Figura 14.	Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar	92
Figura 15.	Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal	92
Figura 16.	Les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional e internacional.....	93
Figura 17.	Evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción	93
Figura 18.	Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados.	94

Lista de Tablas

Tablas 1.	Definición y operacionalización de variables.....	31
Tablas 2.	Características de la gestión de calidad	34
Tablas 3.	Características de la competitividad	36
Tablas 4.	Propuesta de mejora.....	43

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo: Determinar la propuesta de mejora en Gestión de calidad como factor relevante para la competitividad de la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021. También se planteó los siguientes objetivos específicos: a) Describir las características de la gestión de calidad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021 b) Determinar las características de la competitividad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021, c) Elaborar la propuesta de mejora en gestión de calidad como factor relevante para la competitividad en la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021. El tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño transversal/No experimental/. Se aplicó el cuestionario con de 18 preguntas para la recolección de datos. Los principales resultados respecto a la Gestión de Calidad El 67% de los encuestados de la tienda manifestó que siempre se logra el cumplimiento de las expectativas, igualmente 83% señalaron que siempre los objetivos de la mype se cumplen tal y como lo establecieron; por otro lado 50% señalaron que siempre han establecido procesos de comunicación para el mejor desarrollo del trabajo. Se concluyó que lo más importante de determinar efecto de la gestión de calidad y la competitividad fue que tienen cierto conocimiento en el proceso de gestión de calidad interno de la empresa, porque tienen un plan para organizar dichas actividades, además, siempre conocen las expectativas entre sus clientes, también entre compañeros distribuyen el mismo objetivo en integrar la calidad en sus productos y al mismo tiempo siempre hacen planes de mejora para sus actividades

Palabras clave: Competitividad, Gestión de Calidad, y Mype.

Abstract

The present investigation had as objective: To determine the proposal for improvement in Quality Management as a relevant factor for the competitiveness of the store "El milagro de cautivo", Sullana, 2021. The following specific objectives were also set: a) Describe the characteristics of quality management in the store "el milagro de cautivo", Sullana, 2021 b) Determine the characteristics of competitiveness in the store "el milagro de cautivo", Sullana, 2021, c) Prepare the proposal for improvement in quality management as a relevant factor for competitiveness in the store "El milagro de cautivo", Sullana, 2021. The type of research was quantitative, descriptive level, cross-sectional design / Non-experimental /. The questionnaire with 18 questions for data collection was applied. The main results regarding Quality Management 67% of the respondents of the store stated that expectations are always met, likewise 83% indicated that the objectives of the mype are always met as established; On the other hand, 50% indicated that they have always established communication processes for the best development of the work. It was concluded that the most important thing to determine the effect of quality management and competitiveness was that they have some knowledge in the company's internal quality management process, because they have a plan to organize these activities, in addition, they always know the expectations between their clients, also among colleagues, share the same objective in integrating quality into their products and at the same time always make improvement plans for their activities

Keywords: Competitiveness, Quality Management and Mype

I. Planteamiento del Problema

Hoy en día la globalización y la apertura de los mercados han provocado cambios drásticos En las empresas, porque cuando se abren las fronteras surgen nuevos competidores y pierden la ventaja competitiva que tienen. por lo tanto, deben crearse opciones y/o alternativas basadas en el conocimiento, la innovación y la tecnología que permitan crear productos y brindar servicios con mejor costo, tiempo de respuesta y calidad.

En este mundo globalizado se hace cada vez más compleja y exigente. La gestión de la calidad en la actualidad está influenciada por los aportes de diversas teorías, las cuales no sería posible producir este importante conjunto de calidad total, calidad integral, o como lo llama Sosa en su libro: Administración para la Calidad, un modelo de calidad. organizaciones donde se considera que APC es el término más apropiado para la calidad, ya que le da una idea completa de lo que significa ese término, basado en el hecho de que el término significa "que todo lo que queremos lograr en una organización" se debe lograr desarrollando todos los procesos con calidad” Edith, (2016)

También es altamente competitivo, donde solo sobrevivirán las empresas dispuestas a asumir grandes desafíos tecnológicos, las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) deben enfrentar estos grandes desafíos para seguir siendo competitivas. La mayoría de las microempresas se ven limitadas por la baja calificación de los empresarios y sus propietarios, así como por la mano de obra no calificada y al mismo tiempo, los bajos gastos de capital, lo que lleva a una disminución de la productividad de la empresa, lo que conduce a niveles de desempleo, informalidad y pobreza de los trabajadores en este tipo de sector económico, lo que tiene un impacto directo.

En América Latina, las MyPes impulsa el crecimiento económico; por ello, es preocupante que los gobiernos de turno y la sociedad civil en general cuenten con las herramientas adecuadas para apoyarlos. Sin embargo, últimamente, la gestión de calidad en términos de servicio al cliente, satisfacción del cliente, percepción; y competitividad en relación con productos, servicios, procesos de apoyo; pretenden reconocer e identificar las principales características de la que son limitantes para las MyPes debido al alto número de

microempresas a nivel nacional y local. Chota Oyola (2018)

En México se realizó un estudio sobre la competitividad sistemática de los tenderos que optan por utilizar tics cuando existen otras tiendas más competitivas que ofrecen otros productos.

En México, se realizó un estudio para analizar la elección del consumidor entre tiendas de conveniencia y tiendas de abarrotes; la afirmación de que los clientes prefieren consumir en una tienda de abarrotes por la diferencia de precio y las diferentes características que la distinguen.

En México se realizó un estudio sobre la calidad y competitividad de las tiendas de abarrotes, el cual demostró tener un impacto significativo en la distribución de proveedores, mayoristas y centros comerciales que ofrecen productos similares.

En Colombia, dejó muy claro que el SENA (Colombia) es uno de los proveedores de educación gerencial de mejor calidad en MyPE y lo considera un aliado y una puerta abierta para facilitar la educación en otros países. Es por eso que Sakurai está involucrada en toda América Latina y fortalece las relaciones con los trabajadores, mejorando las condiciones sociales, económicas e incluso políticas. Sena, (2015)

En el Perú, el reto de las MYPE es consolidarse como competitivas, lo cual se hace cada vez más difícil para los líderes de estas organizaciones, ya que la mayoría de las empresas están conformadas por personas de baja competitividad, con muchas desventajas que dificultan el desarrollo de procesos en la organización porque es una característica bien conocida, por lo que se puede suponer que estas organizaciones no están preparadas para entrar en el nuevo entorno competitivo global, dijo Davis, curiosamente, a medida que los mercados se vuelven más competitivos, las micro y pequeñas empresas (MYPE) necesitan estar mejor equipadas para satisfacer las necesidades de sus clientes, asegurando así un crecimiento sostenible en mejores condiciones. Pero no se trata solo de ofrecer productos de mayor calidad o modernizar los procesos productivos o de comercialización (aspectos fundamentales de un buen negocio), sino también de implementar mejores prácticas organizacionales, como Diario el Peruano.

Las mypes en la actualidad ocupan una alta participación en el desarrollo del país peruano y se ha convertido en un factor económico muy importante en las diversas empresas que Mypes está desarrollando ya que su nivel de crecimiento ha aumentado y

también existen tipos de empresas que no cuentan con recurso humano calificado. Para mejorar la calidad de sus productos, ya que muchas veces adolecen de la falta de implementación de sistemas de soporte técnico y capacitación de alta calidad para mejorar sus procesos o controlarlos adecuadamente frente a la competitividad y calidad que ofrecen otras Mypes del mismo sector o categoría.

En Ancash, lo cierto es que la mayoría de las MyPE se preocupan por implementar una gestión de calidad y técnicas que ayuden a brindar productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes y fortalezcan su lealtad. Sin embargo, dado que los representantes carecen de los conocimientos necesarios que ayudarían a mejorar el estado de MyPE, no cabe duda de que se adaptan a los cambios necesarios a los que está sujeto el sistema de gestión de calidad. Zavaleta Castillo, (2019)

En Tumbes se realizó un estudio sobre gestión de la calidad y competitividad de los almaceneros. Estas MyPes identificaron brechas a nivel de empresa que impactan en su crecimiento económico. La actual política económica estable se mantendrá estable en la competencia del mercado.

Asimismo, se realizó un estudio sobre gestión de calidad y competitividad de las categorías de tiendas de abarrotes en Tumbes (Perú) y se encontró que la mayoría de sus productos son considerados competitivos porque ofrecen productos de alta calidad, lo que hace que sus clientes sean fieles a su marca. Solano Romero, (2021)

En Piura-Perú se realizó un estudio sobre los factores competitivos en las tiendas de abarrotes. Este artículo presentará los pros y los contras, ya que algunos aprovechan la tecnología y funcionan bien y otros no permiten definir estrategias de venta.

En nuestra sociedad, muchas personas ante todo desean salir adelante en el campo muchas veces no hay educación superior, no hay madre soltera, buscando formas de ganar dinero, encontrar un pequeño trabajo, ganarte la vida. Una opción es iniciar una pequeña tienda, comenzar con unos pocos invertir para crecer en el mercado empresarial. En las sociedades mercantiles, además para proporcionar productos de calidad, también es importante mantener una buena calidad, control de inventario, almacén y búsqueda de estrategias para facilitar los usuarios acceden a él y puede crecer con el tiempo.

Por otra parte, poco a poco las empresas muestran su capacidad eficaz en el financiamiento de nuestro País, estableciéndose en la base organizacional más significativa

del País, apreciada también como creadora del cargo. Desde otro punto de vista, considerando el desarrollo de las empresas en todo el país, así como en Trujillo en especial el distrito de el porvenir donde hemos venido incrementando el análisis de averiguación en donde existen empresas conocidas como MYPES enfocadas en el sector comercio, no se sabe con puntualidad si pueden formar frente a la competitividad de hoy en día de su mismo sector en las distintas apariencias como en el precio, modelo y calidad de sus utilidades que proponen.

Es por esta razón, que se llevó a cabo este trabajo de investigación titulado “Gestión de Calidad y la Competitividad de la Tienda “El Milagro de Cautivo”, Sullana, 2021”. por ello se planteó el siguiente **enunciado del problema** de la investigación:

¿Cuál es la propuesta de mejora en la gestión de calidad y la competitividad en la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021?, para dar respuesta se planteó el siguiente **objetivo general**: Determinar la propuesta de mejora en Gestión de calidad como factor relevante para la competitividad de la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021, También se planteó los siguientes **objetivos específicos**: a) Describir las características de la gestión de calidad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021 b) Determinar las características de la competitividad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021, c)Elaborar la propuesta de mejora en gestión de calidad como factor relevante para la competitividad en la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021

En relación con lo anterior, de acuerdo con Méndez (2013) menciona que se **justifica teórico** porque es reflexionar sobre conocimientos existentes y disputas académicas, enfrentar teorías, comparar resultados o realizar epistemología sobre conocimientos existentes. Esto nos permitirá comprender y evaluar las teorías de gestión de calidad y competitividad de Mype en estudio. Esto nos servirá como guía para futuras investigaciones, ya que es muy útil para la comunidad empresarial obtener información sobre gestión de calidad. y clientes para evaluar y actualizar recursos, y poder continuar participando en negocios que contribuyan al crecimiento económico urbano. Por otra parte, Méndez (2013) menciona que se **justifica practica** porque cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema, o al menos, cuando la estrategia que propone ayuda a resolverlo aplicándolo, tiene una razón práctica. A través de la implementación de este proyecto, obtendré resultados que ayuden a la competitividad y la gestión de la calidad, y los propietarios de los alojamientos podrán ponerlo en práctica. En la **justificación**

metodológica es cuando el proyecto a ejecutar propone un nuevo método o estrategia para generar conocimiento efectivo y confiable. En otras palabras, si se pretende encontrar nuevos métodos para generar conocimiento, entonces podemos decir que la investigación es metodológicamente razonable. La metodología que se empleo fue cuantitativa porque fue el que mejor se adaptó a las necesidades de la investigación, fue un estudio de nivel descriptivo porque se concentró en conocer cómo está la determinada realidad y, por consiguiente, su diseño fue diseño transversal/No experimental/cuantitativo, así que, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario a través de la técnica de la encuesta de este modo permitió obtener los resultados.

Se aplicó el cuestionario con de 18 preguntas para la recolección de datos. Los principales resultados respecto a la Gestión de Calidad El 67% de los encuestados de la tienda manifestó que siempre se logra el cumplimiento de las expectativas, igualmente 83% señalaron que siempre los objetivos de la mype se cumplen tal y como lo establecieron; por otro lado 50% señalaron que siempre han establecido procesos de comunicación para el mejor desarrollo del trabajo.

A causa de ello, **se concluyó**, Lo más importante de describir la gestión de calidad fue que se logra el cumplimiento de las expectativas, también los objetivos de la mype se cumple tal y como lo establecieron; realizan procesos de comunicación para el mejor desarrollo del trabajo; el personal encargado cuenta con la formación, habilidad y experiencias para la realización de sus productos; las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas; asimismo realizan el mantenimiento preventivo de los productos ; además se le informa al cliente sobre los productos que se entregan; en efecto cuenta con los métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas y finalmente se tiene documentado la información relacionada al producto.

II. Revisión de Literatura

2.1. Antecedentes

Internacional

(Llangari et.al, 2019, como se citó en Portuguez, 2021) en su tesis titulada “*Análisis del modelo de gestión de calidad total-excelencia en la mejora de los procesos de bodega en Tienda Industriales de la ciudad de Milagro. Caso Agencia No 2. Para optar el Título en Ingeniería Industrial. Bogotá D.C.* El objetivo general fue establecer un modelo de gestión de calidad de absoluta excelencia que promueva la mejora de los procesos de almacén en TIA II Milagro a través de un análisis de situación del sector. Asimismo, la metodología de estos estudios es de diseño cualitativo y descriptivo. Los resultados revelaron factores que van desde la falta de espacio de almacenamiento adecuado, almacenes desorganizados que resultaron en la entrega de productos en el momento equivocado, hasta una alta tasa de error en los pedidos por tienda para las ventas generales. Hubo irregularidades en los procesos de calidad, problemas con retrasos en los envíos y desorganización. Para mejorar los procesos en la viña es necesario implementar el Ciclo Deming, que permite resolver los inconvenientes identificados en la organización. Podemos decir que el ciclo de Deming permite identificar una serie de situaciones negativas que se presentan en la estrategia logística.

Según (Montoya ,2018, como se citó en Portuguez, 2021). en su tesis titulada “*Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagro. Para optar el Título de Ingeniero Comercial.* El objetivo general fue establecer la importancia de implementar un Sistema de Gestión de la Calidad como factor de desarrollo de las PYMES del sector comercial de compra y venta de cacao en la ciudad de Milagros. Asimismo, la metodología de estos estudios fue cualitativa, exploratoria y descriptiva. Con la población de todas las personas evaluadas en el desarrollo del estudio. Los resultados obtenidos demostraron que las PYMES no cuentan con un sistema de gestión de calidad , lo que afecta el correcto desarrollo de los procesos, incrementa los defectos de calidad y conlleva problemas de tiempo, dinero y mano de obra. Se encontró que la aplicación de un sistema de gestión de la calidad permite a las PYMES hacer un buen uso de sus errores y elementos y así mejorar los procesos de productos y servicios. Se puede decir que

el Sistema de Gestión de la Calidad es un factor importante que permite a la empresa satisfacer las necesidades de los clientes, contribuyendo así al logro de los objetivos corporativos.

(Moreno et.al,2018, como se citó en Merino García, 2020), en su tesis titulada *“Propuesta para implementación de un sistema de gestión de la calidad para la empresa supermercados ECO SAS, 2018”*, en Universitaria Agustiniana (Colombia).Se utilizó una metodología de investigación descriptiva. Su principal conclusión es que la calidad en los procesos organizacionales asegura su crecimiento y desarrollo sostenible. Contribuir al desarrollo de los empleados utilizando la tecnología como fuente de innovación. Se ha comprobado que para aumentar la productividad es necesario establecer un sistema de gestión de la calidad. Para atraer y retener clientes, es necesario reconocer las necesidades y requisitos del cliente. García (2017) realizó un estudio titulado *“Diseño de Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 para Supermercado Rapi fácil en Bogotá”* en la Universidad de la Salle (Bogotá). Se utilizó una metodología de investigación descriptiva. El autor concluye que el establecimiento de un sistema de gestión de calidad en el supermercado Rapi fácil facilita la gestión interna y reduce el impacto de sus amenazas, mejora constantemente la gestión a través del control y seguimiento de sus procesos y procedimientos, y así define y aplica medidas correctivas y de mejora. Se ha creado e implementado un manual de calidad en el que se detallan los objetivos y políticas de calidad, los procesos y la documentación que acompañan a cada actividad que se realiza en la empresa, así como el cumplimiento de la norma ISO 9001:2015. Las relaciones existentes en los procesos y procedimientos ayudan a la organización a optimizar sus operaciones y la satisfacción del cliente. Construir el Sistema de Gestión de la Calidad sobre la base de la norma ISO 9001:2015 permite a la organización mejorar todos sus procesos, teniendo en cuenta no solo a los clientes, sino también a los empleados y partes interesadas.

Lascano (2019) en su tesis titulada *“La gestión de calidad y la rentabilidad de las empresas del subsector comercial. caso Quito – Ecuador* Este estudio mostró el grado de correlación entre la gestión de calidad y la rentabilidad de las empresas del subsector comercial en el caso de Quito-Ecuador. Para el desarrollo de la encuesta se aplicaron indicadores financieros a los balances obtenidos del seguimiento de esta manera se obtuvieron resultados logrados, que permitieron establecer las ideas sobre el contexto de

una problemática existente: la merma en la calidad de los productos ofertados por empresas 2 del subsector comercial de la ciudad de Quito debe identificar defectos derivados de la falta de gestión de la calidad, tales como: B. Altos compromisos y disminución del volumen de ventas que podría impactar la rentabilidad. Se utilizaron el retorno sobre el patrimonio, el retorno sobre el capital, el margen de utilidad neta, la prueba de resistencia y el índice de endeudamiento.

Gonzales, L.(2019) en su tesis titulada “Implementación de herramientas de calidad para la mejora en el proceso de ventas en una empresa ferretera de guayaquil”, la institución que lo apoyó fue la Universidad Escuela Superior Politécnica Del Litoral; de Ecuador; con título optativo “Maestría en Estadística, especialidad Calidad y Productividad”; Su objetivo es diseñar un plan para mejorar la eficiencia y eficacia del proceso de ventas y optimizar procesos y recursos, redundando en una mejor rentabilidad de la empresa; La metodología utilizada por el autor del trabajo fue un estudio no experimental de carácter documental, también a través de una selección no estadística, por conveniencia se realizaron encuestas entre todos los gerentes y 50 empleados relacionados con el proceso de ventas con el fin de obtener datos cualitativos e información cuantitativa. Datos que permitan conocer su opinión sobre sus características, encuestas realizadas entre los clientes mediante muestreo aleatorio simple para conocer su nivel de satisfacción.

Regional/ Local

Lingan Calderón (2019) en su tesis titulada “*Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de la mypes del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el distrito de Tumbes, 2018*”. Teniendo el siguiente Problema: ¿Cuáles son las características de la caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES, del sector comercio Rubro ventas de abarrotes Distrito de Tumbes, 2018?, Por ser los elementos centrales de muchos estudios, el estudio tiene un nivel de investigación descriptivo -no experimental, y el diseño del estudio es cualitativo, considerando una muestra de 20 tiendas de abarrotes del distrito de Tumbes, a las cuales se le aplicó un cuestionario estructurado directamente a la investigación. durante el estudio tienen tema utilizando la técnica de sondeo. Bajo el Objetivo Específico 01, productos comerciales competitivos fueron identificados por MyPes; los encuestados dijeron que la publicidad es una herramienta poderosa porque les permite disfrutar de muchos de los beneficios de las compras en línea sin tener que ir a las tiendas de comestibles. El Objetivo Específico 02

establece que las estrategias competitivas, para ser exitosas, deben ser congruentes con sus valores y metas, con sus recursos y capacidades, con su entorno, con su estructura organizacional bancaria y no bancaria, y con sistemas que se adapten a la debe soportar las necesidades de los microempresarios.

Flores Garcia (2020) en su tesis titulada “*Gestión de calidad y fidelización del cliente en las Mype rubro abarrotes del Mercado las Capullanas de Piura, Año 2019*”. La presente encuesta tuvo como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y fidelización de clientes en las MYPE del sector alimentos en el mercado Las Capullanas de Piura en el año 2019. Además de los siguientes objetivos específicos se estableció: Las Capullanas de Piura, 2019, (b) Conocer la importancia de ofrecer productos de calidad en MYPE alimentos en el mercado Las Capullanas de Piura, 2019, (c) Conocer al cliente- valor céntrico de la MYPE de alimentos en el mercado Las Capullanas de Piura, año 2019, (d) Identificar sus estrategias de retención de clientes en un producto MYPE de alimentos en el mercado Las Capullanas de Piura, año 2019. El estudio incluyó a 5 MYPE del sector alimentos, Metodología de nivel descriptivo, carácter cuantitativo, diseño experimental y diseño transversal. También se pudo concluir que la población para las variables gestión de la calidad y fidelización de clientes fue infinita en una muestra de 384 clientes.

Reyes Neira, (2021) en su tesis titulada “*Caracterización de competitividad y mejora continua en las mypes comerciales rubro abarrotes en el mercado de castilla Piura, año 2017*”. Tiene como objetivo principal Determinar el nivel de satisfacción con la competitividad de las MYPE alimentos en el mercado de Castilla Piura en el año 2017, con el fin de optimizar el control y las ventas. El tipo de investigación utilizada es cuantitativa, descriptiva, el Diseño fue no experimental y transversal La población fue de 10 personas del área de ventas En cuanto a la variable competitividad se encontró que una de las características más importantes de la capacitación es la atención al cliente, debido a que los colaboradores deben capacitarse más en buena atención al cliente en pos -servicio de venta se mantiene el estado de los productos, ya que los productos se encuentran en perfectas condiciones, por otro lado, en el área de mejora continua se han definido los beneficios necesarios para trabajar en MYPE, ya que la mayoría de ellos no contar con la tecnología adecuada para el adecuado desempeño de sus funciones. Por otro lado, en las actividades de mejora continua se ha encontrado que los empresarios necesitan mejorar la gestión de

los recursos humanos y las estrategias de mejora a medida que crece la empresa, debido a que no le dan la debida importancia a los recursos humanos ni desarrollan las estrategias de mejora necesarias a medida que la empresa crece.

Ayala Ramos, (2019) En su tesis titulada “*Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018*”. La investigación se realizó en el marco de la gestión de calidad Mypes y la competitividad del sector alimentos. La pregunta ha sido respondida: ¿la gestión de la calidad está muy involucrada en la competitividad del sector? de Sullana. Año 2018. Se intentó determinar el aporte de la gestión de calidad a la competitividad del sector comercial de las Mypes, Distrito Agroalimentario Sullana. Año 2018. Se utilizó el método inductivo-deductivo, se diseñaron estudios de correlación a nivel de aplicación, se diseñaron estudios no experimentales transversales, se aplicó un cuestionario de encuesta a la población general de 291 organizaciones del sector comercial de alimentos; Cuestionario elaborado con una fiabilidad alfa de Cronbach de 0.88 (anexo 3). Del total de Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 45,36% está de acuerdo en que la planificación estratégica ayuda a las Mypes de comercio, alimentación y abarrotes a lograr sus objetivos; mientras que el 43,30% cree estar totalmente de acuerdo y el 11,34% se muestra indiferente al plan. En resumen, se concluyó que deben considerar la planificación como una unidad de gestión para generar calidad en sus actividades y así superar a los competidores reales y potenciales. Esta competitividad es un factor de adaptación al cambio, pues la sustentabilidad de Mype en el mercado depende de sus clientes.

Chota Oyola (2019) En su tesis titulada “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las mypes en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el distrito de Tumbes, 2017*”. Cuyo problema general es ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y competitividad en las MyPes el sector comercio rubrodistribuidoras en el distrito de Tumbes, 2017?, tuvo como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MyPes del sector distribución en el distrito de Tumbes, 2017. La naturaleza del estudio es descriptiva, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental; En este trabajo se utilizó una población de 8 MYPES mediante un cuestionario. Se utilizó como técnica una encuesta a 68 clientes para la variable gestión de calidad y competitividad; La información fue analizada en base a datos estadísticos y su descripción para identificar y determinar las características que tienen los comercios

minoristas de alimentos en el distrito de Tumbes en el año 2017. La conclusión es que los elementos principales de la gestión de la calidad son que el elemento del precio siempre es una parte importante para garantizar la compra, es importante señalar que el elemento de impacto social es conectar al cliente y los empleados. Por ello, se ha establecido que la empresa siempre satisfaga las necesidades del cliente, pues siempre ofrece un servicio de calidad y se siente satisfecho con los productos que le ofrecen los comerciantes.

Reyes Neira et.al (2021) En su tesis titulada “*Caracterización de competitividad y mejora continua en las mypes comerciales rubro abarrotes en el mercado de castilla Piura, año 2017*”. El objetivo principal que se presenta es determinar el nivel de satisfacción con la competitividad de las MYPE de alimentos en el mercado de Castilla Piura en el año 2017, con el fin de optimizar el control y las ventas. El tipo de investigación utilizada es cuantitativa, descriptiva, el diseño fue no experimental y transversal. En el área de ventas se emplearon 10 personas. En cuanto a la variable competitividad se encontró que una de las características más importantes de la capacitación es la atención al cliente, ya que se debe capacitar más al personal en una buena atención al cliente, por otro lado, en la atención al cliente se deben conocer las condiciones de los productos. cuidado, ya que los productos se encuentran en perfectas condiciones. Sin embargo, en el campo de la mejora continua se han definido los beneficios y se ha definido la tecnología a trabajar en las MYPE, ya que la mayoría de ellas no cuentan con la tecnología adecuada debido al buen desempeño de sus funciones, sin embargo, en mejora continua. actividades, los empresarios han encontrado que la gestión de recursos humanos y las estrategias de mejora deben mejorar a medida que la empresa crece porque no dan el peso necesario a los recursos humanos ni desarrollan las estrategias de mejora necesarias a medida que la empresa crece.

Nacional

Anaya (2019) en su tesis titulada “*gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos panaderías, distrito de nuevo Chimbote, año 2016*”. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro elaboración de productos panaderías, distrito de Nuevo Chimbote, año 2016. La investigación fue de diseño 17 no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una

muestra de 23 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 65.22% de los representantes tienen entre 18 a 30 años. El 82.61% son de género masculino. El 56.52% tiene grado de instrucción secundaria. El 78.26 son dueños. El 91.30% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores El 65.22% tienen como finalidad de generar ganancias. El 60.87% tienen cierto conocimiento sobre la gestión de calidad. El 69.57% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 56.52% tienen cierto conocimiento sobre el Marketing. El 100.00% no cuentan con una base de datos de sus clientes. El 52.17% utilizan los carteles como medio para publicitar su negocio. El 100.00% utilizan la estrategia de ventas como herramientas de Marketing. El 60.87% aseguran que al utilizar el Marketing han obtenido clientes más satisfechos. Conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas empresas no aplica en todo potencial la gestión de calidad con el uso del Marketing, dado que solo utilizan los carteles como única alternativa para promocionar su negocio.

Saavedra (2019) en su tesis titulada *“gestión de la calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de computadoras, del mercado de la ciudad de huacho, año 2017”*. El alcance del trabajo de investigación fue: Determinación de las características de la gestión de la calidad utilizando el marketing en las micro y pequeñas empresas del rubro comercio, venta de computadoras, 2017. El proyecto de investigación fue de tipo no experimental - transversal - descriptivo, una muestra de Se tomó como población a 10 micro y pequeñas empresas, mediante un cuestionario que consta de 22 preguntas según la técnica de la encuesta. En resumen: representantes de micro y pequeñas empresas en el sector de comercio de computadoras cerradas de Huacho en 2017 son hombres de 31 a 50 años que son los mismos propietarios. Empresas con formación universitaria no universitaria. En cuanto a las micro y pequeñas empresas, la mayoría indicó que tienen de 4 a 6 años en el mercado y que todas fueron creadas con fines de lucro, cada una con 1 a 5 empleados. La mayoría conoce el concepto de gestión de la calidad, a una mayoría relativa le resulta difícil implementarlo porque no se adapta a los cambios y la gran mayoría está de acuerdo en que la gestión de la calidad ayuda a mejorar el desempeño de la empresa. Todo el mundo sabe de marketing, la gran mayoría tiene una base de datos de sus clientes y cree que el marketing ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa.

Evaristo Caldua, (2020) En su tesis titulada “*La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018*”. con el cual se da respuesta al siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018? El estudio fue de tipo descriptivo, cuantitativo no experimental transversal, para la recolección de datos se utilizaron técnicas de encuesta, como instrumento el cuestionario estuvo conformado por 37 preguntas cerradas procesadas en el programa SPSS v21, la población estuvo conformada por 30 directivos. Se encontró que el 30,00% de los directivos rara vez utilizan su libertad para tomar decisiones, el 36,67% casi siempre está dispuesto a brindar apoyo, y el 36,67% manifestó que casi siempre propone soluciones a los problemas. Al final, se concluyó que, en una empresa del negocio mayorista de abarrotes, la cultura organizacional era débil y en realidad estaba restringida por el primer enfoque cultural y se resistía a cualquier cambio que quisiera hacer. La gestión de calidad, por otro lado, carece de las herramientas que los impulsen a mejorar continuamente sus procesos y poder brindar servicios de calidad.

Ramírez (2018) en su tesis titulada “*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas, distrito de Yarinacocha, año 2018*”. En cuanto a la gestión: 71.4% desconoce prácticas de gestión de calidad; también carece de visión, misión y valores, y no utiliza herramientas para monitorear la gestión; tampoco tiene interés en conocer las necesidades futuras de los clientes y el servicio al cliente: Mypes no ha realizado ninguna inversión para mejorar los servicios (57,1%), pero su gestión está involucrada en la mejora del servicio al cliente, existe servicio postventa por la naturaleza del negocio de 24 horas. Como conclusión, las Mypes reconocen en campo que el buen servicio representa nuevos clientes (85.7%). Otro resultado de la encuesta mostró que los microempresarios que venden repuestos de motocicletas en el sector comercial no miden la satisfacción del cliente (71,4%).

Picón, R. (2019) en su tesis titulada “*Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en el sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Calleria, año 2017*”, la institución que lo respaldó fue la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote; del Perú; con el grado a optar el título profesional de licenciado en administración; con el objetivo de Determinar si las mypes del sector comercial rubro ferreterías, evidencian un

plan de gestión de calidad bajo el enfoque de marketing, en el distrito de Callería, permitiendo lograr un mejor posicionamiento en el mercado. El tipo de metodología de su investigación que utilizo es no experimental – correlacional – descriptivo, La población en estudio está conformada por 33 Mype del sector comercial rubro ferreterías del distrito de Callería, según fuentes de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, la muestra se determina en 30, pero acceden a brindar información 27 mypes, por discreción de su información; los resultados indican que los empresarios de 40- 50 años toman decisiones en base a su experiencia y que la mayoría de los emprendedores en el rubro de ferreterías son varones que solo cuentan con estudios técnicos y a su vez ya tiene más de 6 años posicionados en el mercado en base a un trabajo empírico por que desconocen de gestión de calidad y marketing

2.2.Bases teóricas de la investigación

Marco teórico

Gestión de calidad

Concepto de la Gestión de calidad:

Según (Camisón, 2006, como se citó en Yupanqui, 2020) el método mencionado por la gestión de una empresa se basa en coordinar funciones para orientar y examinar las empresas y el sistema de gestión debe implementar, determinadas políticas Y metas y lograr estas metas. En distintos procedimientos, los sistemas de gestión de las empresas es un grupo de componentes (estrategia, Metas, gobierno, estructura, bienes y capacidad, procedimientos, técnicas, procesos, Procedimientos de gestión, normas e instrucciones laborales); planes, Realizar y controlar todas sus funciones paralograr el propósito preestablecido.

El estándar ISO 9000 define SGC como un sistema de gestión Orientar y controlar la calidad de una organización, enfocándose en lograr Resultados relacionados con los objetivos de calidad para satisfacer la demanda.

Dimensiones de gestión de calidad

a. Responsabilidad de la dirección

Gestionar y guiar el crecimiento y activación del procedimiento de gestión de calidad centrada en la norma ISO 9001, de esta forma se podrá constituir y mantener la

ganancia personal, con el fin de que se incluyan activamente en el mejoramiento continuo de la organización para que así poder lograr dichos objetivos proyectados.

b. *Gestión de los recursos*

Los bienes son importantes para constituir y sostener el subsistema de gestión de calidad, para que así tener una buena conformidad y así tener un mejoramiento sin interrupción y su obligación de proporcionar los bienes esenciales para el momento conveniente y alcanzar los niveles solicitados de la calidad.

Por ello el líder de dicho sector de cálculo es quien asegura y suministra los bienes principales para plantear y sustentar el subsistema de gestión de calidad de tal manera mejorar sin interrupción su efectividad, de esta manera tiene que proporcionar los bienes humanos, el equipamiento y el entorno de trabajo.

c. *Realización del producto*

La ejecución de la producción está basada en un conjunto de condiciones, relativo al crecimiento e identificación de métodos, proyectar, evolucionar y examinar los protocolos para la ejecución de la producción. La organización debe proyectar los avances principales para la elaboración de la producción con condiciones del subsistema de gestión de calidad basada en la producción.

Es importante constituir avances documentados para la creación de la producción, para así proveer dichas evidencias de los avances de ejecución de la producción y el mismo cumple las condiciones necesarias para la utilización de los socios.

d. *Medición análisis y mejora*

Las organizaciones deben proyectar y establecer los avances de acompañamiento de la propiedad y trabajo que brinda con instrumentos y procedimientos fundados en la norma ISO 9001, por medio de la fabricación de los rendimientos, examinar los obstáculos y tomar una decisión precisa para comprobar que se realicen las condiciones fundadas para el buen crecimiento de la calidad en las entidades.

La organización debe proyectar y ejecutar la producción del acompañamiento, evaluación, estudio, mejoramiento, para manifestar la correspondencia de la producción, verificar que se realice el subsistema de gestión de calidad. Yupanqui Acevedo (2020)

Indicadores de la Gestión de Calidad

- Cumplimiento de expectativas.

La expectativa también puede entenderse como el deseo de lograr un propósito o meta particular. Por ejemplo, una persona puede esperar ser promovida en el trabajo.

- Responsabilidades asignadas

Puede brindar a los miembros del equipo una mejor comprensión de quién está trabajando en tareas estrechamente relacionadas.

- Personal con formación, habilidades y experiencia

La formación y el desarrollo de los empleados proporciona la adquisición de habilidades y competencias que los profesionales necesitan para desarrollar capacidades para realizar las tareas con mayor eficacia en el trabajo, así como la mejora continua.

- Condición de ambiente de trabajo

Abarcan todos los factores que pueden afectar a los trabajadores desde una perspectiva integrada de las necesidades económicas, tecnológicas y organizativas, y también consideran su relación con el entorno socioeconómico.

- Seguimiento a la satisfacción al cliente

Capacidad para identificar problemas tempranos relacionados con la calidad, el rendimiento y la funcionalidad del producto o servicio, y las expectativas no satisfechas del cliente

- Perspectivas de desarrollo

Las perspectivas de desarrollo se refieren a las posibilidades y tendencias futuras en áreas de crecimiento económico, social y tecnológico. Yupanqui Acevedo (2020)

Modelos de Gestión de la Calidad

(Camisón et al., 2006, como se citó en Yupanqui, 2020) El modelo de gestión de la calidad es una referencia permanente y cualquier herramienta eficaz o servicio prestado. Las inclinaciones presentes en las empresas es la aceptación de tipos de prototipos de dichas gestiones que ayudan en las observaciones para el mejoramiento de la producción y trabajo que proponen.

Según ISO 9001:2015 (2019) Estas metodologías proceden de forma distinta en cada entidad, pero también todos tienen algo en común, se basa en una perspectiva científica y metodológica para solucionar un obstáculo. Por su puesto, solucionar el obstáculo solicita de una previa puesta en representación. Habrá que:

- Tener claro cuál es la medida del obstáculo (Problema)
- Conocer la resolución del obstáculo (Problema)
- Saber cuántos obstáculos queremos revolucionar con la aplicación de una determinada metodología. ISO 9001:2015 (2019)

Metodologías para la mejora de la gestión de calidad.

(Camisón et al, 2006, como se citó en Yupanqui, 2020) La metodología permite la resolución de problemas la empresa dependerá de la capacidad de la organización dentro de un cierto período de tiempo. Encuentre problemas de manera efectiva y desarrolle soluciones con métodos apropiado.

Necesidades de la gestión de calidad

(Arias s.f como se citó en Bances Tume, 2018) nos menciona que, la organización debe Invertir para probar las necesidades de sus clientes no debería ser un problema de clientes que siempre están satisfechos con el producto porque cubren su necesidades, por lo que la atención debe centrarse en las necesidades del cliente. producto.

También señaló que además de lo expresado, identifica los requisitos de gestión de la calidad que tienen un impacto en la calidad del producto. El proceso de prestación de servicios de calidad se denomina: Rendimiento, comportamiento de los empleados y velocidad de las transacciones. Veintidós actuaciones. Los emprendedores deben prestar atención, Por tanto, en este espacio, la demanda de calidad de los clientes Señala cómo

satisfacer plenamente las necesidades de brindar buenos servicios a los clientes, la prioridad es determinar los objetivos organizacionales, determinar actividades y en beneficio de los clientes, se debe dar prioridad al beneficio del aprendizaje. Brindar permanentemente un mejor servicio al cliente y enfocarse en comunicación abierta con clientes internos y externos.

Objetivos básicos de los sistemas de gestión de la calidad

-Cubre todas las actividades que se realizan dentro de la empresa. En otras palabras, define su marco operativo. (Todo el sistema).

-Realiza la promesa de todos los miembros de la empresa, sin importar que haga su trabajo y actividades. Define cuál es tu composición y función recursos.

-Considere el proveedor y el cliente de todos los demás como un vínculo. Forma una cadena de calidad.

-Hacer hincapié en la prevención, tratar de acertar a la primera y a tiempo, según requerimientos del cliente.

-Cada departamento debe tener su propio sistema para controlar su trabajo y la función de calidad está relacionada con la confiabilidad de estos sistemas, su coordinación y departamento.

-Buscar la participación y el compromiso de todos, con el objetivo de obtener la satisfacción de todos los empleados de la empresa con su trabajo.

-Los defectos deben ser la fuente de la solución. TUME (2018)

Principios de la gestión de la calidad.

Según (La norma ISO 9001, 2015 como se citó en Yupanqui, 2020), se refiere a la calidad como cualquier cosa que se puede percibir o imaginar. La descripción que se logró modificar al final la modernización de la norma ISO 9001 abre la cuestión de trascender la calidad requisitos y necesidades del cliente.

También según (Sirvent et.al, 2017, como se citó en Yupanqui, 2020) se refiere que la gestión de la calidad como cambios e impactos experimentados por el concepto de calidad. Entendiendo la gestión Calidad, en primer lugar, debemos describir la naturaleza como inspección de naturaleza y el procedimiento de transformación hacia la gestión de la

calidad completa. Ante todo, la calidad aquí solo se describe a la inspección final del producto, dividido en buenos y malos. La siguiente es la etapa de control de calidad. El tema del proceso es la calidad no es control, sino fabricación.

La serie ISO 9000 se basa en siete los principios fundamentales de la gestión de la calidad. Solía haber ocho, pero con la nueva translación en 2015, actualmente hay siete principios, y son los siguientes:

1. Centrado en el consumidor: Las organizaciones dependen de clientes que comprendan sus necesidades actuales y futuras, satisfagan sus necesidades y se esfuercen por superar sus expectativas.
2. Liderazgo: Los jefes constituyen la cantidad de objetivos y direcciones de entidades.
3. Compromiso de las personas: la colaboración de los trabajadores es condición necesaria para el mantenimiento El sistema de gestión de la calidad está en funcionamiento.
4. Método de proceso: Cuando Las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
5. Mejora continua: La mejora continua del desempeño general de la organización debe Conviértete en una meta eterna.
6. Toma de decisiones basada en evidencias: La decisión debe basarse en la medida de lo posible, en análisis de datos y en base a la mejor información.
7. Gestión de relaciones: la empresa es reciproca de sus consumidores y distribuidores para que las relaciones de beneficio mutuo aumenten la capacidad Lo más importante es crear valor.

Teorías de la calidad:

La idea de calidad tiene demasiadas instrucciones, porque la palabra calidad Progreso basado en el periodo. Algunos escritores afirman que la calidad es:

- ✓ Satisfacer a los clientes.
- ✓ Ayude a mejorar la rentabilidad.

- ✓ Siga las regulaciones establecidas.
- ✓ Entrega a tiempo.
- ✓ Perfecto.
- ✓ Eliminar defectos.

Lo que la organización debe entender es el propósito de la calidad. ¿Qué calidad hacemos? ¿Qué vamos a lograr? ¿Quién se beneficia de la calidad? ¿calidad? (Taguchi, 2012 como se citó en Yupanqui, 2020) Define “un producto de alta calidad es una forma de minimizar Pérdidas para la empresa y la sociedad”. Dio las siguientes definiciones que están estrechamente relacionadas con la calidad general La calidad es hacer las cosas bien a la primera. Cantos, (2018)

Competitividad

Concepto de competitividad

Valderrama (2019) Se ha escrito muchos artículos sobre competitividad, pero no he llegado a un consenso preciso, por supuesto, cada autor habla en base a su propia experiencia y opiniones, por lo que es necesario mencionar algunos conceptos sobre competitividad.

La competitividad es como la capacidad de una empresa u organización para desarrollar y mantener sistemáticamente ventaja comparativa, que le permite disfrutar de una posición favorable en el medio ambiente. Ese comportamiento, es decir, generar recursos, habilidades, conocimientos y atributos, permitir obtener mejores resultados que la competencia.

Competitividad en las MYPE

La competitividad es una batalla constante, y también tiene la responsabilidad de desempeñar un papel útil a la vista del público. Fruto de este lógico impulso de esforzarse por ser mejores y así servir a la sociedad en su conjunto, se logran una serie de importantes intereses personales y empresariales, a saber, que todos tengan la oportunidad de desarrollar competencias en su trabajo, ya sea en lo personal o en lo comercial. Los objetivos están en Mayor satisfacción personal en la sociedad en su conjunto, por lo que

todas las organizaciones deben esforzarse por entregar productos de calidad al mundo, a pesar de que sea en el tercer mundo.

Competitividad en un País

A nivel integral, la competitividad se trata de la posibilidad de contribuir al modo de vida de la sociedad, de aumentar permanentemente la eficiencia, de poder competir en un mercado globalizado y de tener la posibilidad de ganar. Se ha utilizado un rico conjunto de elementos para cuantificar la competitividad como un conjunto de factores. La mayoría de los estudios consideran la competitividad como una permutación de variables y tienen dos enfoques: el desarrollo de la rentabilidad y la ejecución del negocio. Medeiros (2019)

Competitividad para las micro y pequeñas empresas

Considera que la competitividad es determinante en el grado de globalización de las MYPE, ya que determinará la generación de las dos fuentes y los distintos cambios en los costos de información. Los avances en innovación y globalización han abierto nuevas oportunidades de negocio entre las organizaciones, así como nuevas dificultades. Desde un punto de vista, la apertura de empresas ha permitido establecer intercambios, que se han convertido en uno de los pilares del desarrollo de la moneda. Por otro lado, las MYPE están mostrando poco a poco su importancia económica, convirtiéndose en el tipo de empresa más importante del país. En todo caso, aunque el país viene creciendo su economía desde 1993, las MYPE no están creciendo a un ritmo indistinguible, ni siquiera en términos de convenios, intereses, recursos, lo que debe ser por los efectos de la globalización. Salas, (2016)

Dimensiones de la competitividad

a. Formalización empresarial

Según (Vegas, 2017, como se citó en Yupanqui, 2020) nos dice que es fundamental para el gerente, en tanto garantiza el ingreso al préstamo, a la programación de capacitaciones técnicas, le autoriza el aumento del mercadeo, crecimiento de nuevos comercios, genera seguridad y prestigio como activos intocables necesarios para el progreso organizacional, y le da entrada a los proyectos y ganancia institucional, muchas veces de reclamación aplicación intocable necesario para el progreso organizacional y el progreso institucional, de manera que muchas veces de reclamación y de aplicación.

También sostiene que, desde el panorama de la humanidad como sociedad económica, también aplica equilibrio de los mercadillos y de la calidad de la producción y servicios.

b. Acceso al financiamiento

Es la adquisición de capitales de orígenes en el corto, mediano o largo plazo, los recursos internos o externos que necesita operar con normalidad y eficacia en empresas públicas, privadas, sociales o mixtas para las pymes, obtener financiación no es una tarea fácil, pero debe aumentar su capital laboral para extender, rehacer o mantener Máquinas o simplemente financiación de sus ventas a crédito.

Para obtener liquidez de las actividades propias de la empresa durante un período de tiempo, de manera segura y eficiente, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, debido a la actual falta de liquidez, se financia con recursos externos, porque muchos Entre estas empresas, considerando la expansión y el crecimiento futuros, existen varios tipos de Financiamiento externo, debido a la situación y necesidades de las pymes, no todos 38 Los requisitos son los mismos, pero se han ido implementando nuevas formas de financiación Según sus necesidades especiales.

c. Asociatividad empresarial

La se ha convertido en una herramienta que puede mitigar el impacto de la globalización porque permite a las empresas pequeñas y medianas empresas (pymes) no solo se consolidan en el mercado internamente, y pueden ser competitivos en el mercado externo, mejorar la estructura de costos, con precios competitivos y buenos productos de calidad. La relevancia es una planificación de cooperación industrial, si bien las organizaciones participantes sostienen su independencia legal y de gestión, decide libremente su unidad al trabajar con otros. Para que los participantes logren objetivos comunes, esto puede ser temporal, adquirir materias primas, adaptarse a la nueva predisposición y cambios, disminuir gastos y alcanzar más propósitos juntos.

Indicadores de la Competitividad

- Ventajas de la formalización

Brinda seguridad jurídica. Proteja la legitimidad del nombre y el negocio de su

empresa. Facilitar su participación en los procesos de licitación y selección de países.

- Atributos de la formalización

La formalización se refiere al proceso mediante el cual una entidad, ya sea una empresa, organización o individuo, adquiere personalidad jurídica y cumple con los requisitos legales y administrativos necesarios para operar de manera legal y transparente. Una propiedad formalizada es una característica o elemento que se obtiene u obtiene cuando se formaliza una entidad.

- Beneficios del financiamiento

Permite el acceso a los recursos en el momento adecuado y facilita el acceso a productos o servicios de alto costo en menos tiempo.

- Requisitos de acceso al financiamiento

Los requisitos de acceso al financiamiento se refieren a los criterios y condiciones que debe cumplir una entidad para obtener un préstamo, inversión o cualquier otra forma de financiamiento.

- Factor clave para el éxito

MyPE es excelente para garantizar que cada punto de contacto con el talento (sitio web, redes sociales, materiales de marketing) resulte en una experiencia personal, profesional y optimizada que refleje sus valores.

- Beneficio de la asociatividad

Las justificaciones para iniciativas conjuntas entre empresas incluyen: Reducción de costos. Mejorar la capacidad de producción. Cree su propio embudo de marketing y ventas. Yupanqui (2020)

Importancia de la Competitividad

Se trata de desarrollar una ventaja que permita administrar y mejorar la posición que tiene una organización en su posición económica y financiera y le permita identificarse en

el sector del mercado y realizar actividades empresariales. La competitividad es una parte importante del liderazgo básico en la gestión ejecutiva en lo que respecta a la productividad interna y la adecuación de las asociaciones. Habilidad para percibir de manera oportuna un entorno propicio similar en el que la organización se proponga metas y objetivos.

Teorías de la competitividad

(Koonz et al, 2013, como se citó en Yupanqui, 2020) Especifica la competitividad como una cualidad que tiene la organización, de alcanzar el rendimiento en el mercadillo en asociación a sus candidatos. La competitividad requiere de la asociación entre la valoración y la cantidad de la producción brindada y los componentes principales para lograr el rendimiento de los otros ofertantes en el mercadillo competidor.

También se puede decir que la competitividad es la cualidad para luchar con otras organizaciones, para lograr una postura competitiva satisfactoria, que autorice conseguir un rendimiento más alto al de los competidores ms adelante sostenerse en el mercadillo con incremento sujetado en el producto y en la habilidad para contribuir en las negociaciones con distintas instituciones.

Ventaja Competitiva

Una vez que la oposición no puede imitar un procedimiento efectivo, el grupo tendrá una ventaja práctica, y esta situación debe mantenerse en gran medida durante un período de tiempo específico. Esta vez, llevará a los competidores a adquirir habilidades básicas a la edad estimada de la organización o más. Las organizaciones con ciertas fortalezas obtienen efectivamente retornos en la normalidad de sus divisiones mecánicas, lo que crea incentivos para sus inversores. Las organizaciones sin ventajas pueden, en el mejor de los casos, ganar intereses normales que no respetan, mientras que aquellas organizaciones que no están preparadas para alcanzar la normalidad perderán su respeto y, a la larga, serán eliminadas por la competencia. Yllatopa Aquino, (2020)

Microempresa (Mype)

Concepto y Características de la MYPE

El artículo 4° del Decreto Supremo N° 007-2008-TR - Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y

Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Ley MYPE). Se define micro y pequeñas empresas como " Una unidad económica compuesta por personas naturales o jurídicas, según cualquier forma de organización o gestión empresarial La legislación existente destinada a desarrollar extracción, transformación, producción, comercialización o Proporcionar servicios".

Características Básicas de las Pequeñas y Microempresas (MYPE) Definido por su número de trabajadores y su número ventas anuales. el límite establecido para el monto de las ventas, Decreto Supremo podrá incrementarse cada dos años Con la aprobación del Ministro de Economía y Finanzas, no menos el cambio porcentual acumulado en el producto interno bruto (PIB) nominal para el período nominal.

Clasificación de la microempresa

Jesús Aguilar (1994) considera tres tipos de microempresa:

Formalización de las Mypes

Microempresas sobrevivientes: tienen sentido de urgencia los ingresos y su estrategia competitiva El precio apenas compensa su costo. porque ellos no Los contadores a menudo confunden sus ingresos con capital. Dueño Uso ambiguo del dinero o incluso de las mercancías.

Microempresas subsistencia: estas son las que lograron recuperarse Invertir y obtener ingresos para pagar su trabajo. Microempresas en crecimiento: su capacidad para retener ingresos y reinvertirlos para aumentar el capital y la expansión, es generador de trabajo. Aquí, las microempresas se convierten en corporaciones.

Principales ventajas y limitaciones de las MYPES

Con el apoyo del gobierno nacional, las MYPES consideran que las micro y pequeñas empresas juegan un papel importante desde el punto de vista económico y social (por su aporte a la producción y al empleo), a pesar de los desafíos que enfrentan en su desarrollo. Reconoce que las MYPES tienen una ventaja competitiva frente a las empresas más grandes, pero también tienen limitaciones que dificultan su crecimiento.

Por lo tanto, las ventajas de las MYPES radican en las siguientes

características:

- ✓ Son intensivos en mano de obra y carecen de talento capital.
- ✓ Tienen una estructura que los hace flexibles y adaptables.
- ✓ Trabajan principalmente con poca mano de obra. asignación de capital.
- ✓ Tienen una fuerte capacidad de innovación.
- ✓ Son la base de la competitividad a nivel económico, Ayuda a mejorar el nivel en el que las personas ofrecen productos de precios más bajo.

Dificultades de las MYPES

Debe prestarse especial atención MYPES y su acceso a mercados externos. En los últimos años el crecimiento del país depende en gran medida del pasado, su orientación productiva parcial Exterior. Esta tendencia se realiza a partir de la eficiencia. Mercosur, un mercado de productos ampliado Perú, sino que también identificó el mercado interno.

También puede ser suministrado por proveedores extranjeros. en el interior la nueva situación de la economía peruana, la orientación en el mercado externo de la empresa es fundamental. Luis, (2016)

Importancia de la MYPE en la economía

Las MYPE juegan un papel importante en la economía peruana, ya que aquí se ubica el 98% de las empresas peruanas.

Constituyen el 42% del PIB y emplean a casi el 80% de la población económicamente activa. Esto es fácil de comprobar, ya que actualmente cada cinco minutos nos cruzamos con una empresa o persona ofreciendo diferentes servicios. Esta es la industria más importante porque también genera ingresos para la población. ahora tu también es considerado un motor generador descentralizado porque su flexibilidad puede adaptarse a todo tipo de mercados, por lo que se puede encontrar en todas las regiones del Perú, aunque en la mayoría Lima sigue siendo central. Además, las MYPE también contribuyeron a la mejora del índice de emprendimiento de Perú y se mantuvieron. En el país con más emprendedores, el 40% de cada 100 peruanos son emprendedores, frente a un promedio del 9% en otros países. Cabello, (2020)

Formación de la MYPE

El proceso legal para crear una MYPE en Perú es realmente muy difícil, ya

que todo el proceso toma un promedio de alrededor de 120 días. Comencemos con lo que es una microempresa:

El viaje comienza en la SUNAT, donde debes tramitar tu número de cédula RUC para lo cual solo se necesita el documento de identidad y los recibos de luz, agua y telefonía fija del local de la empresa.

Luego tenemos que elegir el sistema tributario más conveniente, estos

Estos pueden ser:

- sistema simplificado unificado (RUS)
- Arreglo especial
- Sistema general

Mares, (2019)

Marco conceptual

Competitividad

La competitividad se entiende como la capacidad de los organismos públicos o ya sea por interés propio o no, el sistema mantiene efectivamente la ventaja Benchmark que les permitan alcanzar, mantener y mejorar una determinada posición En términos de economía de mercado y social. Suñol, (2016)

Gestión de calidad

Llamamos gestión de calidad a una presencia funcional general de la empresa. Determinar y aplicar una política de calidad para obtener la calidad requerida. Solicita de la responsabilidad y colaboración de los miembros de la entidad. Camisón, (2016)

Las micros y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son empresas que operan como personas naturales o jurídicas en cualquier forma de organización o gestión empresarial, realizando cualquier tipo de actividades de producción o comercialización de productos o de prestación de servicios. Santiago, (2019)

2.3.Hipótesis

En el libro de Metodología de investigación Sexta Edición de Hernández et al. (2014) explica que no todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El

hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. En el presente proyecto de investigación no formuló hipótesis por ser de tipo descriptiva.

III. Metodología

3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación

El nivel de investigación fue descriptivo

El tipo es descriptivo porque el análisis de los resultados fue de forma digital, que utilice herramientas estadísticas para recoger los resultados.

El metodólogo Hernández (2014), nos indica que el estudio fue descriptivo porque, “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población y que únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.”

EL tipo de investigación fue cuantitativo

Este nivel indica que se usa principalmente como fondo para el diseño de investigación cuantitativa porque representa un campo que tiene como objetivo proporcionar recomendaciones reales para variables valiosas que de hecho son dignas de pruebas cuantitativas.

Será cuantitativa porque es la que mejor se adapta a las características o necesidades de la investigación además que es un proceso donde no se hace manipulación de las variables y porque hice una recopilación de datos para el estudio puesto que utilice y aplique la técnica de un cuestionario a los clientes de la Mype rubro barrotes “El Milagro de Cautivo” Sullana en el cual obtendré los resultados estadísticos. Hernández (2014)

Diseño de la Investigación

El diseño de investigación fue **Transversal / No Experimental**

Transversal

Es cuando la información del objeto de estudio (población) se obtuvo una única vez en un momento dado.

Según Hernández et al. (2014) manifiesta que también se le denomina Transaccional, el cual tiene como función recopilar los datos una sola vez y ayuda a describir las variables y estudiar su incidencia e interrelación en una situación dada.

No experimental

Porque el investigador no realizó ninguna acción intencional sobre las variables.

Hernández et al. Menciona que es “observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural”. No se manipulan las variables sólo se trata de observar y analizar los fenómenos que se dan de manera natural.

3.2. Población y muestra

Población

El universo está compuesto por todos los que están asociados con él o tienen ciertas características comunes, estas personas pueden ser un grupo de personas, lugares o simples cosas reales. Tomás (2014)

El universo este compuesto por todas las mypes del rubro comercio de la tienda que se encuentra ubicada en el sector centro-Sullana.

Son aproximadamente de 9 tiendas en el sector centro-Sullana.

Muestra

La muestra representa una pequeña parte de la población, y sus elementos constitutivos tienen características comunes. Estas muestras se pueden utilizar en la investigación de poblaciones de una manera más factible, porque la investigación sobre el comportamiento de la población Tomás (2014)

Muestra No Probabilística

La muestra fue No Probabilística porque se consideró un estudio de caso: Tienda “El Milagro de Cautivo”

Para la variable gestión de calidad la muestra se conformó por 6 trabajadores.

Para la variable Competitividad la muestra fue escogida por 6 clientes.

Es muestra no probabilística porque el investigador determina los participantes de la investigación por criterio propio

Criterios de Inclusión:

-Dueña - Gerente

-Colaboradores

Criterios de Exclusión:

-Clientes

-Proveedores

3.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumentos	Categorías o Valoración
Variable 1 Gestión de calidad	El método mencionado por la gestión de una empresa se basa en "coordinar funciones para orientar y examinar las empresas "y el sistema de gestión debe implementar" determinadas políticas Y metas y lograr estas metas"	<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad de la dirección Gestión de los recursos. Medición análisis y mejora 	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de expectativas. Responsabilidades asignadas Personal con formación, habilidades y experiencia. Condición de ambiente de trabajo Seguimiento a la satisfacción al cliente. Perspectivas de desarrollo. 	Likert	Cuestionario	Nunca Casi nunca A veces Casi Siempre Siempre
Variable 2 Competitividad	Requiere de la asociación entre la valoración y la cantidad de la producción brindada y los componentes principales para lograr el rendimiento de los otros ofertantes en el mercadillo competidor.	<ul style="list-style-type: none"> Formalización empresarial Acceso al financiamiento Asociatividad empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> Ventajas de la formalización. Atributos de la formalización Beneficios del financiamiento Requisitos de acceso al financiamiento Factor clave para el éxito Beneficio de la asociatividad 	Likert	Cuestionario	Nunca Casi nunca A veces Casi Siempre Siempre

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnica

Para la recolección de información de esta investigación se utilizó una técnica de (encuesta), que puede establecer contacto con la unidad de observación a través de un cuestionario previamente establecido.

Instrumento

También se utilizó en la investigación lo que es el instrumento (Cuestionario) semiestructurado que consta de 18 preguntas diseñadas para recopilar, procesar y analizar información sobre los hechos estudiados, el cuestionario fue aplicado en el año 2021 de manera virtual por motivos del Covid19. Primero se desarrolló lo que es la prueba piloto, para llegar a la encuesta definitiva el cual fue validado por el juicio de expertos.

“El estudio de la investigación descriptiva se realizó a través del cuestionario cuidadoso a los representantes de la Tienda “El Milagro de Cautivo”, para el método de la información”.

3.5. Método de análisis de datos

La investigación realizada integra técnicas modernas de gestión de calidad que se aplicó en la tienda “El Milagro de Cautivo”, Sullana 2021

Primero se realizó una encuesta en la tienda para recopilar los efectos necesarios que nos permitan alcanzar los resultados deseados, se aplicó el método propuesto en condiciones reales e interactuar con el representante de la tienda para obtener información.

Para analizar los datos recopilados en la investigación, se hizo uso del análisis descriptivo para la tabulación de datos y programa de Excel. Se puede utilizar como guía para recopilar contenido que se considere efectivo en función del comportamiento y los principios éticos de quienes participan en el suministro de información

3.6.Aspectos éticos

Los principios éticos aplicados a este trabajo de investigación se rigieron al Código de Ética para la Investigación de la Uladech católica en su versión 004, Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021. (Uladech, 2021)

Protección a las personas: Solo se divulga la información obtenida voluntariamente de la situación de la tienda, y no se divulga la información personal de los representantes, pues los representantes no están autorizados a divulgar sus datos personales, por lo que se mantiene el respeto a su privacidad durante la investigación.

Del cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad: el estudio no tiene como muestra animales, plantas, ni mucho menos se ha realizado prácticas de medio ambiente, Es por ello que no hubo ningún efecto negativo a la biodiversidad durante la investigación.

Participación libre y derecho para estar informado: Al personal le proporcione información para así completar la investigación, sin causar ningún contratiempo.

Beneficios no maleficentes: La información obtenida se utiliza con fines académicos, respetando siempre el bienestar de los voluntarios que participan en la investigación.

Justicia: este trato es igualitario para para todos los integrantes por haber ofrecido la información para el desarrollo de la investigación.

Integridad Científica: Toda la información proporcionada por los colaboradores tiene en cuenta los documentos de consentimiento que se acordó y esta información solo se utiliza para el propósito específico de mi investigación

Resultados

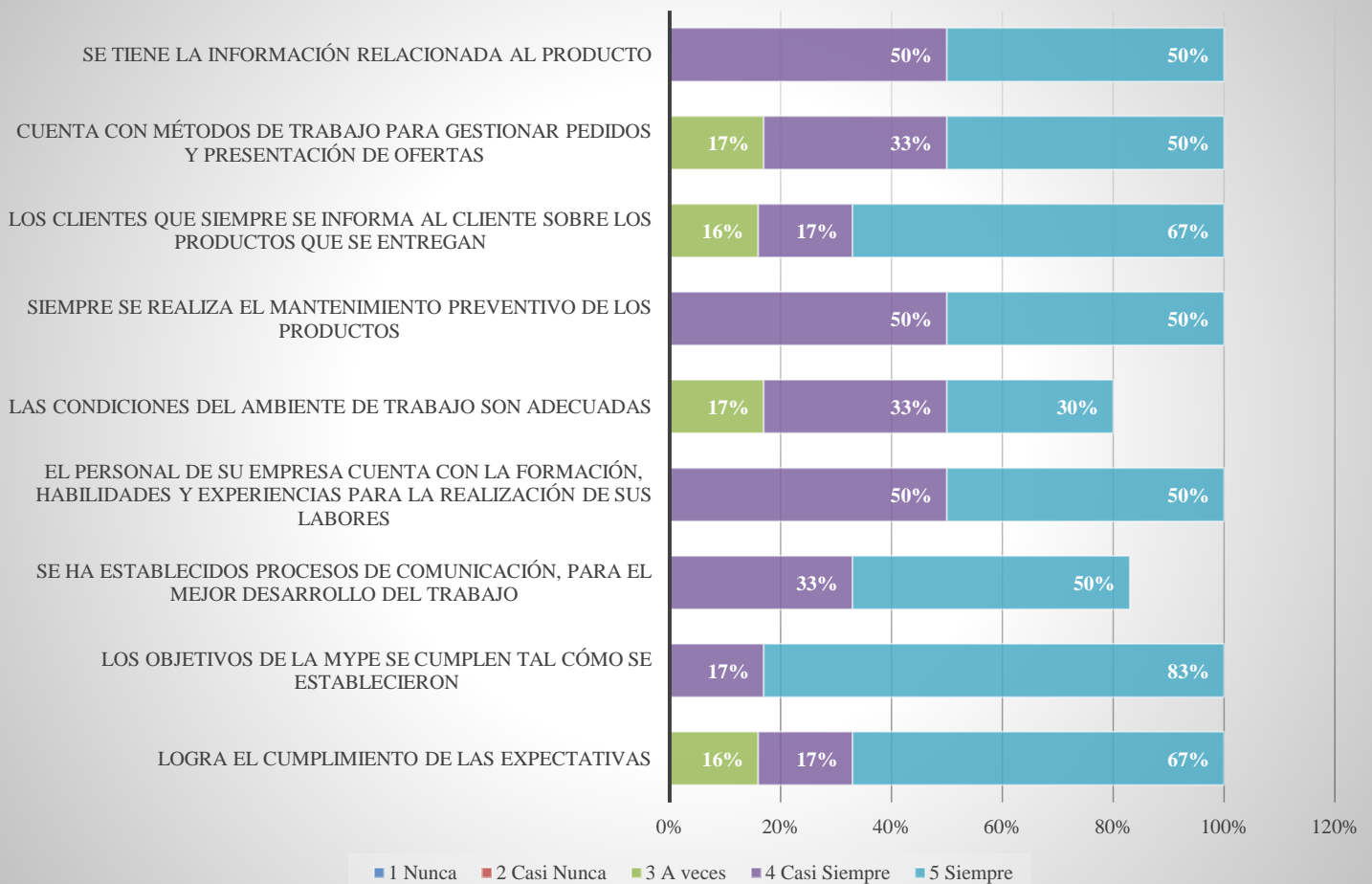
4.1. Resultados

Tablas 1. Describir las características de la gestión de calidad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana 2021

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD	Nunca (1)		Muy pocas veces (2)		A veces (3)		Casi siempre (4)	Siempre (5)		Total		
	N	%	N	%	N	%		N	%	N	%	
En su mype se logra el cumplimiento de las expectativas	0	0%	0	0%	1	16%	1	17%	4	67%	6	100%
Los objetivos de la mype se cumplen tal cómo se establecieron	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	6	100%
Se ha establecidos procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo	0	0%	0	0%	0	0%	2	33%	3	50%	6	100%
El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores	0	0%	0	0%	0	0%	3	50%	3	50%	6	100%
Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas	0	0%	0	0%	1	17%	3	33%	2	30%	6	100%
Se realiza el mantenimiento preventivo de los productos	0	0%	0	0%	0	0%	3	50%	3	50%	6	100%
Se informa al cliente sobre los productos que se entregan	0	0%	0	0%	1	16%	1	17%	4	67%	6	100%
Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas	0	0%	0	0%	1	17%	2	33%	3	50%	6	100%
Se tiene la información relacionada al producto	0	0%	0	0%	0	0%	3	50%	3	50%	6	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores y propietarios de la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021

Figura 1: Características de la gestión de calidad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana 2021



Interpretación

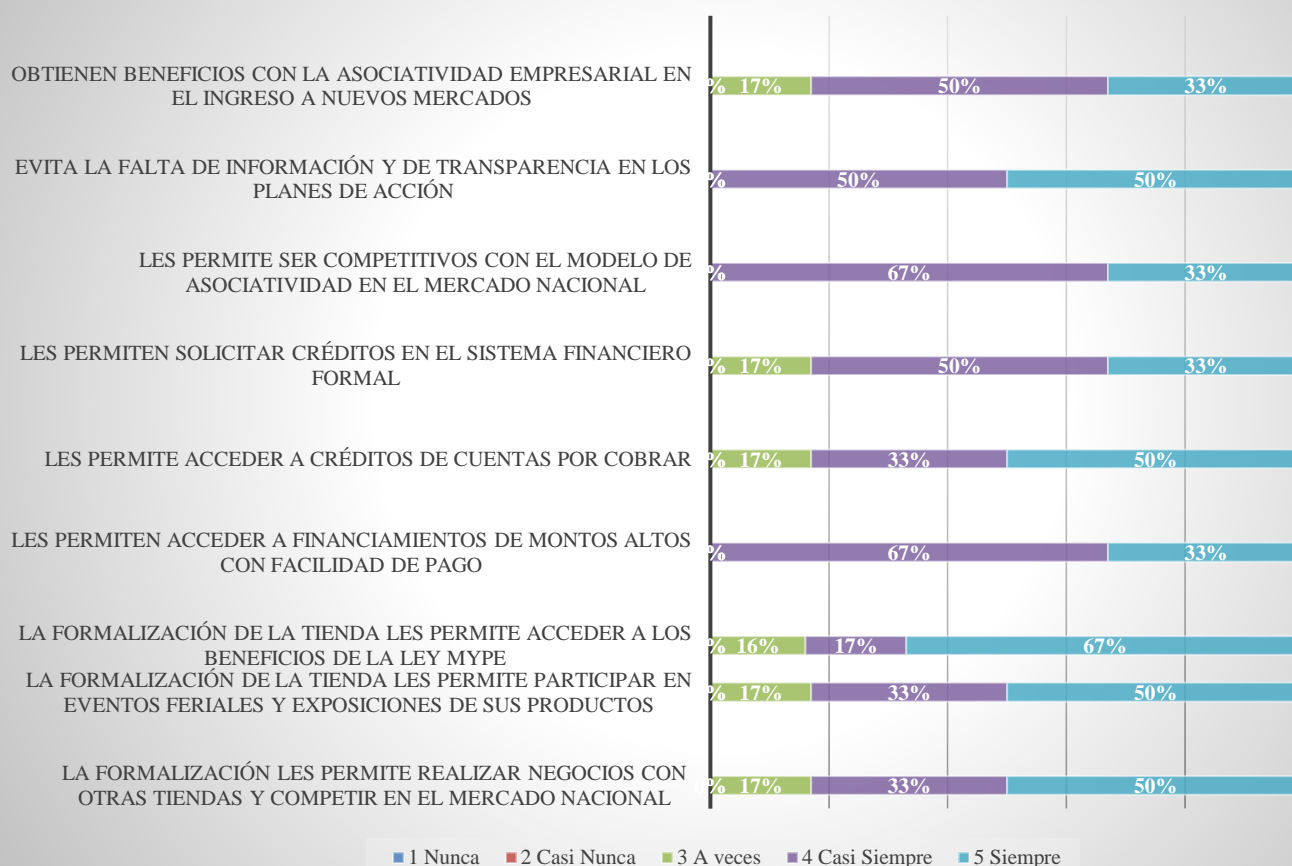
El 67% de los encuestados de la tienda manifestó que siempre se logra el cumplimiento de las expectativas, igualmente 83% señalaron que siempre los objetivos de la mype se cumple tal y como lo establecieron; por otro lado 50% señalaron que siempre han establecido procesos de comunicación para el mejor desarrollo del trabajo; mientras tanto 50% señalaron que siempre y casi siempre que el personal cuenta con la formación, habilidad y experiencias para la realización de sus productos; al mismo tiempo 33% señalaron que casi siempre las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas; asimismo 50% señalaron que siempre y casi siempre se realiza el mantenimiento preventivo de los productos ; además 67% señalaron que siempre se informa al cliente sobre los productos que se entregan; en efecto 50% señalaron que siempre cuenta con los métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas y finalmente 50% señalaron que siempre se tiene documentado la información relacionada al producto.

Tablas 2. Determinar las características de la competitividad de la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD	Nunca (1)		Muy pocas veces (2)		Algunas veces (3)		Casi siempre (4)		Siempre (5)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	La formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional	0	0%	0	0%	1	17%	2	33%	3	50%	6
La formalización de la tienda les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos	0	0%	0	0%	1	17%	2	33%	3	50%	6	100%
La formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE	0	0%	0	0%	1	16%	1	17%	4	67%	6	100%
Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago	0	0%	0	0%	0	0%	4	67%	2	33%	6	100%
Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar	0	0%	0	0%	1	17%	2	33%	3	50%	6	100%
Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal	0	0%	0	0%	1	17%	3	50%	2	33%	6	100%
Les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional	0	0%	0	0%	0	0%	4	67%	2	33%	6	100%
Evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción	0	0%	0	0%	0	0%	3	50%	3	50%	6	100%
Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados	0	0%	0	0%	1	17%	3	50%	2	33%	6	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores y propietarios de la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021

Figura 2: Características de la competitividad de la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021



Interpretación

El 50% de los encuestados manifestó que siempre la formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional e internacional; igualmente 50% señalaron que siempre la formalización de la tienda les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos; por otro lado 67% señalaron que siempre la formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE; mientras tanto 67% señalaron que casi siempre les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago; al mismo tiempo 50% señalaron que siempre les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar; asimismo 50% señalaron que casi siempre les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal; además 67% señalaron que casi siempre les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional e internacional; en efecto 50% señalaron que siempre y casi siempre evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción y finalmente 50% señalaron que casi siempre obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados.

4.2. Discusión

Describir las características de la gestión de calidad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021

El resultado obtenido es de 67% que señalan que siempre se logra el cumplimiento de las expectativas en un periodo es similar al estudio de YAKOV (2019) representa de manera positiva un 98.01% se pudo determinar que lograla garantía, estabilidad y que consiste en el buen accionar para satisfacer las expectativas de sus clientes. Según Morales (2018) nos indica que normalmente cuando hacemos algo esperamos un resultado, para tener éxito en ese resultado siempre debe estar enfocado de manera positiva. Para triunfar es necesario tener claro en nuestra mente las imágenes de logro y crear en nuestra mente esas grandes expectativas

El resultado obtenido es de 83% que señalan que siempre los objetivos de la mype se cumplen; es similar al estudio de Ramos (2019) un 65% ya que ambos se plantean objetivos para su empresa. Según Glueck (2022), las metas corporativas son “las metas que una organización busca alcanzar a través de su existencia y actividades”. Por lo tanto, representan un resultado medible por el que la organización se esfuerza y que guía a todos sus miembros en el logro de este objetivo. Sin embargo, los objetivos comerciales deben distinguirse de los objetivos, ya que no son lo mismo.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre se ha establecido procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo, es similar al estudio de Viera (2022) se mencionó que El 100% dijo que se ha logrado mejorar la calidad y la imagen a través de la capacitación y así poder tener una buena comunicación en el ámbito laboral. Según Rivera (2005), se encuentra que desde todas las perspectivas de investigación (organizacional, empresarial, interpersonal), la comunicación es un conjunto de herramientas, estrategias y actividades que son importantes en el mundo de los negocios y por lo tanto, cuando se utilizan correctamente, pueden convertirse en un clave de elemento Factor de éxito en las organizaciones del siglo XXI.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre y casi siempre el personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de

sus labores, es similar al estudio de Ramos (2019) El 100% de los comerciantes respondió que tenía experiencia con la principal competencia, mientras que la gran mayoría podía mejorar su comportamiento y comenzar a anticipar lo que haría en un futuro próximo. Según Díaz (2009), la educación empresarial tiene un objetivo claro, confirmamos que el objetivo principal de todas las actividades de formación de la empresa es ayudar a los empleados a adquirir los conocimientos, habilidades y capacidades necesarios para el correcto desempeño de sus funciones, prepararlos para el traslado o promoción a otro puesto y ayudarlos a adaptarse a el trabajo del grupo, departamento y empresa en la que trabajan

El resultado obtenido es de 30% que señalan que casi siempre Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas, es similar al estudio de Vasquez (2021) El 38,3% de los encuestados dijo que mype ofrece constantemente productos que los clientes creen que son mejores que los de la competencia. Según Rumiche (2019), una empresa como mype tiene el ambiente de trabajo adecuado en este caso, ya que tiene que ser higiénico para que los clientes se sientan más seguros y acudan a la empresa con regularidad.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre y casi siempre se realiza el mantenimiento preventivo de los productos, es similar al estudio de Valderrama (2019) El 80% de las Mypes hacen cambio o mantenimiento de sus productos cuando es necesario, es decir que estas empresas si están pendiente de las circunstancias que se presentan en el desarrollo de sus actividades de fabricación. Según Flórez (2011), las empresas actualmente necesitan un proceso de transformación a través del cual puedan obtener productos de mayor calidad a menor costo. Esto significa lograr un alto nivel de calidad a través del uso eficiente de los recursos cuya implementación se decide, el uso de sistemas, máquinas y dispositivos que aceleren los procesos anteriores, así como optimizar el tiempo en que se lleva a cabo el proceso transformado.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre y casi siempre se informa al cliente sobre los productos que se entregan, es similar del autor Quispe (2015) el 46% de los encuestados dijeron que compran productos por la atención que brindan. Según Javier (2020), la atención al cliente puede definirse como un conjunto de actividades a través de las cuales una empresa mantiene relaciones con los clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra de un producto, y cuyo fin último es alcanzar el mayor nivel de satisfacción.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas, es similar de la autora Martínez (2015) El 75% de los encuestados dijo que el producto que ofrecen coincide con el precio que ofrecen. Según Electrónico (2020), lograr la eficiencia se está convirtiendo cada vez más en un objetivo estratégico central del proceso de compras. Para prosperar, las empresas tienen todos los incentivos para sacar provecho de este mundo competitivo de adquisiciones.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre y casi siempre se tiene la información relacionada al producto, es diferente al estudio de Nolasco (2015) donde dice que el 41% manifestaron que pocas veces el personal de la mype tiene una adecuada información al cliente de acuerdo con su necesidad. Según Rojas (2003), las instituciones dependen cada vez más de la información para ser competitivas y eficientes. Los servicios de información de calidad son la clave del éxito empresarial. Por ello, las empresas necesitan desarrollar mecanismos de información sobre sus productos y servicios para mejorar la forma en que interactúan con los clientes.

Determinar las características de la competitividad de la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre la formalización de la tienda les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos, es similar al estudio de Romero (2019) El 50% de los encuestados dice que siempre ofrece promociones de productos que atraen a los clientes y/o exposiciones del producto. Según ConnectAmericas (2021) es una excelente oportunidad para involucrar, adquirir clientes y generar nuevos clientes potenciales. Las ferias comerciales son una herramienta de marketing especializada diseñada para acelerar la construcción de relaciones y las ventas al reunir a compradores, vendedores y otras partes interesadas de las mismas industrias.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre la formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional, es similar de la autora, es similar al estudio de Romero (2019) El 51,3% de los encuestados dijo que los precios de su empresa son siempre más atractivos que los de sus competidores. Según Elizabeth (2016), la formalización de las micro, pequeñas y medianas empresas está íntimamente ligada a un entorno empresarial favorable, crecimiento económico y mejores

condiciones de trabajo. También puede generar ingresos fiscales, que a su vez son necesarios para proporcionar bienes y servicios públicos.

El resultado obtenido es de 67% que señalan que siempre la formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE, es similar al estudio de Romero (2019) El 66.7% de las micro y pequeñas empresas conocen los beneficios de la formalización. Según Trabajo (2017), la formalización de las micro, pequeñas y medianas empresas está íntimamente ligada a un entorno empresarial favorable, crecimiento económico y mejores condiciones laborales. También permite mayores ingresos fiscales, que a su vez son necesarios para proporcionar bienes y servicios públicos.

El resultado obtenido es de 67% que señalan que casi siempre les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago, es similar al estudio Vasquez (2021) El 47,4% de los encuestados dijo que siempre proporciona facilidades de pago adecuados según el puesto de su empresa, esos salarios. Según Caldente (2018), se trata de utilizar el sistema financiero como una herramienta para ampliar la capacidad de ahorro y gasto de las personas, aprovechando al mismo tiempo el talento emprendedor y las oportunidades de inversión.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar, es similar al estudio de Romero (2019) que se observa que el 100% de los empresarios afirman que, si han utilizado créditos de alguna entidad financiera. Según CONTPAQi (2020), las cuentas por cobrar son un factor clave para cualquier negocio, ya que una mala gestión puede llevar a un negocio a la quiebra. El control efectivo sobre los clientes que le deben deudas y un sistema efectivo de cobro de deudas, por lo tanto, ayudarán a su empresa a lograr sus objetivos financieros.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que casi siempre les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal, es similar al estudio de Carrasco (2015), quien afirma que el 80% de los créditos otorgados fueron de largoplazo. Según Eleazar (2021), las empresas que otorgan los mejores créditos a micro y pequeñas empresas se encuentran entre las más confiables a la hora de solicitar un crédito. Su función principal es el dinero de las personas y la posibilidad de destinarlo como crédito a su mejor cliente, las Mypes. y ser capaz de crecer y desarrollarse.

El resultado obtenido es de 67% que señalan que casi siempre les permite ser

competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional, es similar al estudio de Ramos (2019) el 100% de los empresarios reconocen que su empresa es competitiva dentro del mercado lo cual muestra que tiene conocimiento de su potencial en el sector MYPE que permitirá ir creciendo y mejorando su calidad. Según Parrales (2022), la asociatividad empresarial surge con la necesidad de innovación, crecimiento, desarrollo y los límites de oportunidad de las pequeñas y medianas empresas en un mundo globalizado donde cada vez es más difícil mantener la posición, la competitividad y el desarrollo sostenible.

El resultado obtenido es de 50% que señalan que siempre y casi siempre evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción, es similar al estudio Vasquez (2021) el 48,1% de los representantes encuestados dicen que siempre se obtienen información de control de costos. Según Grau (2013), a nivel de políticas públicas, el acceso a la información y la transparencia juegan un papel importante ya que reducen los costos de transacción de las instituciones sociales y gubernamentales y mejoran la asignación de los recursos públicos. De esto se puede concluir que existe un vínculo directo entre la transparencia y la eficacia de la administración pública.

El resultado obtenido es de 50% Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados. Es similar al estudio de Review (2021), la visualización muestra un aumento porcentual entre el 3% y el 5%, lo que demuestra que el grupo de empresarios que forman asociaciones aumenta sus ingresos, lo que les permite encontrar mercados con mayores posibilidades. Según Bernal (2018), todas las empresas, ya sean públicas o privadas, realizarán actividades siempre que puedan satisfacer una necesidad o realizar un interés, por lo que aunarán esfuerzos siempre que exista un interés común percibido, pues para ello buscan compartir valores y habilidades unos con otros.

Tablas 4. Propuesta de Mejora

Elaborar la propuesta de mejora en gestión de calidad como factor relevante para la competitividad en la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021

VARIABLE	INDICADOR DE DIMENSIÓN	PROBLEMA INDICADO	CAUSAS DEL PROBLEMA		ACCIÓN DE MEJORA (ESTRATEGIA)	OBJETIVO	META	INDICADOR DE MEDICIÓN	PRESUPUESTO	TIEMPO ESTIMADO	RESPONSABLE
GESTION DE CALIDAD	Responsabilidad de la dirección	Falta de diversidad en los consejos de administración.	Discriminación entre los trabajadores		Utilizar las metodologías y herramientas más adecuadas	-Garantizar la igualdad de oportunidades para aquellos grupos vulnerables con dificultades para acceder al trabajo y desarrollar sus actividades laborales.	-Incrementar la efectividad y eficiencia en la consecución de los objetivos de calidad de la organización, también mejorar en la comunicación entre los distintos niveles y funciones de la organización.	Cientes/ Cientes satisfechos	S/ 100.00		A D M I N I S T R A D O R
	Gestión de los recursos.	Deficiencias en la transparencia y comunicación con los accionistas y otros grupos de interés.	Dificultades para la conciliación de vida laboral y personal		Administrar recursos a través de datos y adaptación. Evaluar y hacer seguimiento	-Alinear los objetivos individuales de las personas empleadas con los generales de la empresa	-Ayudar a los empleados a crecer y desarrollarse en la organización.	Cientes/ Cientes satisfechos	S/ 100.00	T R I M E S T R A L	
	Realización del producto.	Mal uso de datos personales	Tensiones en las relaciones con proveedores		Formar equipos de trabajo de alto rendimiento	-Calcular cuando se pueden hacer pedidos de materiales y la programación del transporte de los productos	-Identificar las necesidades y nichos que hay en el mercado	Cientes/ Cientes satisfechos	S/ 100.00		

<p>Competitividad</p>	<p>Acceso al Financiamiento</p>	<p>Entre las principales barreras identificadas se encuentran la informalidad, la falta de un inmueble físico o una garantía de compromiso, la falta de una empresa solidaria o garante, la baja formalización de la empresa y las bajas calificaciones crediticias.</p>	<p>La falta de garantías se puede solventar con la creación de fondos de garantías que les permitan a las empresas tener colateral suficiente y respaldado para solicitar un crédito.</p>		<p>Ajustar la financiación externa a las necesidades de tu proyecto</p> <p>Analizar resultados</p> <p>Gestionar los cobros y pagos</p> <p>Revisar los Niveles financieros</p>	<p>-Permitir identificar los aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales</p>	<p>-Acceder a servicios financieros diversos. Para así obtener un crédito bancario, que se podrá acceder a otros productos, e inclusive a servicios complementarios que impulsen tu productividad.</p>	<p>Clientes/ Clientes satisfechos</p>	<p>S/ 100.00</p>	<p>T R I M E S T R A L</p>	<p>A D M I N I S T R A D O R</p>
------------------------------	---------------------------------	--	---	--	---	--	--	---	-------------------------	---	---

V. Conclusiones

En este proyecto de estudio las características de la gestión de calidad de la tienda “El Milagros de Cautivo”. Para describir la gestión de calidad fue que se logra el cumplimiento de las expectativas, también los objetivos de la mype se cumple tal y como lo establecieron; realizan procesos de comunicación para el mejor desarrollo del trabajo; el personal encargado cuenta con la formación, habilidad y experiencias para la realización de sus productos; las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas; asimismo realizan el mantenimiento preventivo de los productos ; además se le informa al cliente sobre los productos que se entregan; en efecto cuenta con los métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas

Por otro lado, se determinó la competitividad, Lo más importante de la determinación de estas características fue conocer que la formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional; igualmente la formalización de la tienda les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos; por otro lado la formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE; mientras tanto les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago; al mismo tiempo les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar; asimismo les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal; además les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional; en efecto evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción y finalmente obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados.

Finalmente, se redactaron propuestas de mejora siendo algunos resultados negativos como: Falta de diversidad en los consejos de administración, Deficiencias en la transparencia y comunicación con los accionistas y otros grupos de interés, entre las principales barreras identificadas se encuentran la informalidad, la falta de un inmueble físico o una garantía de compromiso. Las propuestas fueron: Utilizar las metodologías y herramientas más adecuadas, mantener el compromiso de la alta dirección, administrar recursos a través de datos y adaptación, evaluar y hacer seguimiento. En resumen, las sugerencias de mejora ayudarán a los propietarios y empleados de "El Milagro de Cautivo" a tomar medidas de mejora ante errores o deficiencias encontradas durante la investigación.

VI. Recomendaciones

Mejorar las condiciones del ambiente de trabajo sean adecuadas. Para que así tengan una mejora calidad de servicio para los clientes en la tienda “El milagro de cautivo “

Realizar investigaciones del rubro continuamente para satisfacer adecuadamente las necesidades cambiantes de los clientes.

Continuar brindando un mejor servicio que sus competidores para retener a los clientes.

En la realización del producto es necesario tener un buen control de la información del producto obtenido del proveedor con el fin de mejorar la calidad del producto y servicio.

Para la medición, análisis y mejora continua, es necesario contar con un empleado dedicado a analizar los datos generados por la mype para mejorar las denuncias y tomar medidas preventivas para lograr la competitividad.

Se recomienda implementar y sobre todo aplicar las propuestas de mejora articuladas en esta encuesta, que permitirán implementar sistemas de gestión que cumplan con los estándares de calidad de los servicios que brindan, satisfaciendo o incluso superando las necesidades de sus clientes.

Referencias Bibliográficas

- 9001:2015, I. (10 de Diciembre de 2019). *METODOLOGÍAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD*. METODOLOGÍAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2019/12/mejora-continua-cuales-son-las-mejores-metodologias-para-alcanzarla/>
- Arica, J. C. (2018). *Gestion de Calidad Y competitividad de rubro comercio* . https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/22921/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_GUZMAN_ARICA_JUAN_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayala Ramos, C. E. (02 de Julio de 2017). *Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11778/GESTION_DE_LA_CALIDAD_AYALA_RAMOS_CARLO_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayala Ramos, C. E. (02 de Julio de 2019). *Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11778/GESTION_DE_LA_CALIDAD_AYALA_RAMOS_CARLO_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayala Ramos, C. E. (02 de Julio de 2019). *Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes* . http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11778/GESTION_DE_LA_CALIDAD_AYALA_RAMOS_CARLO_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bernal, V. (Noviembre de 2018). *Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación* . <https://repositorio.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/2784/Asociatividad%20empresarial%20y%20liderazgo%20ambidiestro%20como%20generadores%20de%20innovaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabello, S. Y. (2020). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas*. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>
- Caldente, E. P. (2018). *La inclusion financiera para la insercion productiva y el papel de la banca*

- de
desarrollo.https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44213/1/S1800568_es.pdf
- Camisón, C. (2016). *Gestión de Calidad*.
<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/64db843c11c52aaf913a5322feafd3d8.pdf>
- Cantos, J. C. (2018). *Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de calidad*.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Chota Oyola, R. J. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en las mypes en el sector comercio*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/3855/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_CHOTA_OYOLA_RODRIGO_JAVIER.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Chota Oyola, R. J. (18 de Junio de 2018). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las Mypes en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el distrito de Tumbes*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3850/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_CHOTA_OYOLA_RODRIGO_JAVIER.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- ConnectAmericas. (2021). *Ferias de negocios: las ventajas de participar*.
<https://connectamericas.com/es/content/ferias-de-negocios-las-ventajas-de-participar>
- CONTPAQi. (2020). *Importancia de las cuentas por cobrar*.
<https://www.contpaqi.com/publicaciones/contabilidad/importancia-de-las-cuentas-por-cobrar#:~:text=Las%20cuentas%20por%20cobrar%20son,cumplir%20con%20sus%20objetivos%20financieros.>
- Cuevas, F. o. (2015). *Calidad en el servicio y competitivo en la tienda de abarrotes*.
<file:///C:/Users/DANIELA%20GEVARA/Downloads/Inventio2015.pdf>
- Díaz, M. L. (17 de Junio de 2009). *La formación en la empresa, comportamiento y resultados*.
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6782/TMMD.pdf;sequence=1>
- EDITH, I. A. (2016). *Gestión de calidad y formalización de las MYPEs del sector*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/2156/GESTION_DE_CALIDAD_FORMALIZACION_INGA_AQUINO_EDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ELEAZAR, M. C. (2021). *PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL FINANCIAMIENTO*.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23783/FINANCIAMIEN>

- TO_MYPES_MARTOS_CASPA_MOISES_ELEAZAR.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Eletrônico, M. (2020). *Proceso de Compras Exitoso* . <https://blog.mercadoe.com/es/proceso-de-compras/>
- Elizabeth, M. (2016). *Formalización y Gestión de Calidad de las mype comerciales*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/1024/FORMALIZACION_GESTION_DE_CALIDAD_MASIAS_VILCHEZ_MARIA_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Evaristo Caldua, L. Y. (28 de Diciembre de 2020). *La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de abarros por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19267/CULTURA_ORGANIZACIONAL_EVARISTO_CALDUA_LIZ_YANETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores Garcia, T. L. (08 de Julio de 2020). *Gestión de calidad y fidelización del cliente en las mype rubro abarros* . http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16908/CALIDAD_FIDELIZACION_Y_GESTION_FLORES_GARCIA_TATIANA_LUCERITO_DEL_PILAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Florez, A. K. (2011). *Informe Mantenimiento en Mype* . https://www.academia.edu/33399879/Conceptos_de_Mantenimiento_Buenos#:~:text=Man%20tenimiento%20Preventivo%20son%20las%20actividades,%5BDixon%2C%202000%205D
- Glueck, W. F. (23 de Mayo de 2022). *Qué son los objetivos empresariales y cómo definirlos de forma correcta*. <https://www.becas-santander.com/es/blog/objetivos-empresariales.html>
- Gonzales Carrión, I. F. (23 de Octubre de 2018). *Caracterización de la competitividad y calidad de servicio en las MYPE comerciales rubro abarros de Castilla, año 2018*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6260/COMPETITIVIDAD_CALIDAD_DE_SERVICIO_GONZALES_CARRION_INGRID_FIORELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González, J. L. (01 de Julio de 2020). *INDICADORES DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS DE FLUIDOS DE PERFORACIÓN*. <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968091003/html/>
- Grau, N. C. (Mayo de 2013). *El Acceso a la Información Pública*.

<https://www.oas.org/es/sap/dgpe/concursoinformate/docs/cortosp8.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

JARA VASQUEZ, S. (18 de Marzo de 2021). *Competitividad bajo el enfoque de las estrategias genéricas de Porter en las micro y pequeñas empresas*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21141/CLIENTE_COMPETITIVIDAD_JARA_VASQUEZ_SEBASTIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Javier, F. (2020). *Informacion y Atencion al Cliente*.
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>

Lingan Calderón, J. M. (04 de Enero de 2019). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de la mypes del sector comercio*.
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8199/COMPETITIVIDAD_Y_GESTI%
c3%93N_DE_CALIDAD_DE_LAS_MYPES_LINGAN_CALDER%c3%93N_JUNIOR_MIGUEL%20.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8199/COMPETITIVIDAD_Y_GESTI%c3%93N_DE_CALIDAD_DE_LAS_MYPES_LINGAN_CALDER%c3%93N_JUNIOR_MIGUEL%20.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Luis, N. E. (2016). *El panorama actual de las pymes*.
https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/060130_908283_E.pdf

Mares, C. (2019). *Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el Perú*.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Martínez, S. J. (2015). *GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL MARKETING*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14880/GESTION_DE_CALIDAD_MARCELO_MACHAY_ESTARLING_MARIPOSITA.pdf?sequence=3

Medeiros, V. (2019). *La competitividad*.
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf

Mendéz, C. (2013). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Mexico: México: Limusa S. A.

Merino García, D. L. (27 de Junio de 2020). *Gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16803/GESTION_DE_CALIDAD_KAIZEN_MERINO_GARCIA_DAMARIS_LISEHT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Morales Olivares, L. B. (2018). *Expectativas acerca del futuro de los estudiantes*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/8848/ESTUDIANTES_EXPECTATIVAS_ACERCA_DEL_FUTURO_MORALES_OLIVARES_LESLIE_RIGGITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nolasco, N. (2015). *Caracterización de la Competitividad en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.13032/815/COMPETITIVIDAD_MYPE_NIZAMA_NOLASCO_MIRIAM_STEFANIE.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Parrales, J. E. (10 de Febrero de 2022). *La Asociatividad Empresarial y la Competitivas del Mercado Municipal de Frutas*. file:///C:/Users/DANIELA%20GEVARA/Downloads/Dialnet-LaAsociatividadEmpresarialYLaCompetitivasDelMercad-8383385.pdf
- Portuguez, B. (11 de Febrero de 2021). *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de la Mype del sector comercio, rubro abarrotes*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/20199/ATENCION_BODEGA_BELTRAN_%20PORTUGUEZ_%20KELLY%20_MILUSKA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe Pérez, Y. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el servicio*.
<https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14168/234/24-2015-EPAE-Quispe%20Perez-Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfaccion%20del%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos Rosas, C. D. (11 de Marzo de 2019). *La gestión de calidad, la competitividad, el financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad en las mypes*.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9895>
- Ramos Rosas, C. D. (11 de Marzo de 2019). *La gestión de calidad, la competitividad, el financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad en las mypes*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/9900/9_LA%20GESTION%20DE%20CALIDAD%20c%20LA%20COMPETITIVIDAD_2015_RAMOS.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Review, N. B. (Junio de 2021). *Asociatividad y gestión de marca: necesidad para ingresar a nuevos mercados*. file:///C:/Users/DANIELA%20GEVARA/Downloads/aciquero,+3+-+Edgard+Enrique+Wong+Copaja,+Mg%20(1).pdf

- Reyes Neira, Y. Y. (24 de Mayo de 2021). *Caracterización de competitividad y mejora continua en las MYPES comerciales rubro abarrotos*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22255/BENEFICIOS_COMPETITIVIDAD_REYES_NEIRA_YESSICA_YADALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reyes Neira, Y. Y. (24 de Mayo de 2021). *Caracterización de competitividad y mejora continua en las MYPES comerciales rubro abarrotos en el mercado de Castilla Piura, año 2017*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22255/BENEFICIOS_COMPETITIVIDAD_REYES_NEIRA_YESSICA_YADALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera, A. B. (2005). *LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL*. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>
- Rojas, M. J. (2003). *El mercadeo y los servicios de información*.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352003000400006
- Romero Ramirez, J. A. (23 de Mayo de 2019). *La Formalización de las Mypes, del sector servicio*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/11196/PEQUE%c3%91A_EMPRESA_ROMERO_RAMIREZ_JULIA_AIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rumiche, A. M. (2019). *Caracterización de la calidad del servicio y atención al cliente*.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/11061/CALIDAD_DE_SERVICIO_ATENCION_AL_CLIENTE_RUMICHE_RUMICHE_ANGELICA_MARIA.pdf?sequence=1
- Saavedra Gutiérrez, E. P. (11 de Abril de 2017). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes del sector comercio de abarrotos en el distrito de Juanjui*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1029/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_SAAVEDRA_GUTIERREZ_EVELIN_PATRICIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Salas, J. F. (2016). *Competitividad para las micro, pequeñas y medianas empresas*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/236414101.pdf>
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Metodología de la investigación:
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Santiago, F. J. (2019). *Las micro y pequeñas empresas*.
http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1796/1/T026_45869969_T.pdf
- SENA. (2015). *año de la calidad y mayor pertinencia*. Obtenido de <https://www.sena.edu.co/es->

co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=1629

SOLANO ROMERO, P. F. (2021). *Gestion de calidad y Competitividad* .
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23692/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_SOLANO_ROMERO_PAUL_FEDERICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SOLANO ROMERO, P. F. (s.f.). *Gestion de Calidad y la Competitividad de la Mype del rubro Comercio* .
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23692/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_SOLANO_ROMERO_PAUL_FEDERICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Suñol, S. (2016). *Competitividad* . <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

Trabajo, O. I. (Enero de 2017). *La formalización de las empresas*.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf

TUME, E. J. (23 de Junio de 2018). *CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAYRA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Valderrama Villanueva, S. D. (16 de Enero de 2019). *Gestion de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8533>

VALDERRAMA, S. (16 de Enero de 2019). *GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD*.

Viera, G. (2022). *Las 5 eses y satisfacción laboral*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/110185>

YAKOV, V. R. (12 de Octubre de 2019). *La gestion de calidad y la rentabilidad de las mypes del sector comercio*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19103/GESTION_DE_CALIDAD_Y_RENTABILIDAD_VALLE_ROJAS_ELVIS_YAKOV.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yllatopa Aquino, Y. R. (2020). *Competitividad como factor relevante para la gestion de calidad de las microempresas*.

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29669/GESTION_CALIDAD_YLLATOPA_AQUINO_YADIT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yupanqui Acevedo, E. M. (11 de Noviembre de 2020). *Gestion de calidad y competitividad en las mypes del sector comercio*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18471>

ZAVALETA CASTILLO, O. L. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector comercio*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14767/ATENCION_AL_CLIENTE_ZAVALETA_CASTILLO_OSKAR_LORENZO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título: Gestión de calidad y la competitividad de la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><u>PROBLEMA GENERAL</u> ¿Cuál es la propuesta de mejora en la gestión de calidad y la competitividad en la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021?</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>✓ Determinar la propuesta de mejora de la Gestión de calidad como factor relevante para la competitividad en la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <p>✓ Describir las características de la gestión de calidad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021</p> <p>✓ Determinar las características de la competitividad en la tienda “el milagro de cautivo”, Sullana, 2021</p> <p>✓ Elaborar la propuesta de mejora en gestión de calidad como factor relevante para la competitividad en la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021</p>	<p><u>VARIABLES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Independiente. <p>Gestión de Calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependiente. <p>Competitividad</p> <p><u>DIMENSIONES</u></p> <p>Variable 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad de la dirección. ✓ Gestión de los recursos. ✓ Realización del producto. <p>Variable 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formalización empresarial. ✓ Acceso al financiamiento. ✓ Asociatividad Empresarial. 	<p>TIPO:</p> <p>Cuantitativa descriptiva</p> <p>MUESTRA: No probabilística porque es 1 estudio de caso (6 trabajadores y 6 clientes)</p> <p>DISEÑO:</p> <p>No experimental Transversal.</p> <p>TÉCNICAS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</p> <p>Encuestas. Cuestionarios</p>



Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA GESTIÓN DE CALIDAD

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el nivel de Gestión de Calidad en la tienda “El milagro de Cautivo”, Sullana, 2021

Instrucción:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá responder, marcando con una (X) la respuesta que considere conveniente. No existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo con su contextualización; se guardará absoluta reserva.

Donde:

1. Nunca. 2. Casi nunca. 3. A veces. 4. Casi siempre. 5. Siempre.

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
Cumplimiento de expectativas						
1	En su mype se logra el cumplimiento de las expectativas					
2	Los objetivos de la mype se cumplen tal cómo se establecieron					
3	Se ha establecidos procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo					
Seguimiento a la satisfacción al cliente						
4	El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores					
5	Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas					
6	Se realiza el mantenimiento preventivo de los productos					
Perspectivas de desarrollo						
7	Se informa al cliente sobre los productos que se entregan					
8	Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas					
9	Se tiene la información relacionada al producto					

Cuestionario para medir la competitividad

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el nivel de Competitividad en la tienda “El milagro de Cautivo”, Sullana, 2021

Instrucción:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá responder, marcando con una (X) la respuesta que considere conveniente. No existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo con su contextualización; se guardará absoluta reserva.

Donde:

1. Nunca. 2. Casi nunca. 3. A veces. 4. Casi siempre. 5. Siempre.

Dimensiones	N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
Formalización empresarial	1	La formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional					
	2	La formalización de la tienda les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos					
	3	La formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE					
Acceso al financiamiento	4	Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago					
	5	Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar					
	6	Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal					
Asociatividad empresarial	7	Les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional e internacional					
	8	Evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción					
	9	Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados					

Anexo 3: Confiabilidad del Instrumento

ENCUESTADOS	ITEMS DE GESTIÓN DE CALIDAD									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
E2	3	4	3	4	3	4	4	4	5	34
E3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	41
E4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
E5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	37
E6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
VARIANZA	0.58	0.14	0.56	0.25	0.56	0.25	0.58	0.56	0.25	
SUMATORIA DE VARIANZAS	3.722222222									
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS	14.55555556									

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiabilidad
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Coefficiencia de confiabilidad del cuestionario	0.84
Numero de Items del instrumento	9
Sumatoria de las varianzas de los items	3.72
Varianza total del instrumento	14.56

0.83 el instrumento es de excelente confiabilidad

ENCUESTADOS	ITEMS DE COMPETITIVIDAD									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	3	4	4	4	4	5	4	4	3	35
E2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
E3	4	3	3	5	3	5	4	4	4	35
E4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
E5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
E6	5	5	5	4	4	3	4	4	4	38
VARIANZA	0.56	0.56	0.58	0.22	0.56	0.47	0.22	0.25	0.47	
SUMATORIA DE VARIANZAS	3.8888889									
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS	11									

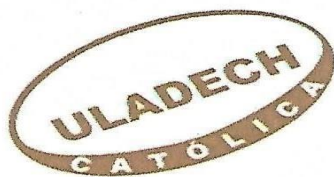
$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiabilidad
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Coefficiencia de confiabilidad del cuestionario	0.73
Numero de Items del instrumento	9
Sumatoria de las varianzas de los items	3.89
Varianza total del instrumento	11

0.72 el instrumento es de excelente confiabilidad

Anexo 4: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo de Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula: **GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA TIENDA “EL MILAGRO DE CAUTIVO”, SULLANA, 2021**, es dirigido por Guevara García, Daniela Milagros, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es:

Determinar la propuesta de mejora en Gestión de calidad como factor relevante para la competitividad de la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima.

Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, si que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de WhatsApp 902008512. Si desea, podrá escribir al correo danielamilagrosquevaragarcia9@gmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad católica los Ángeles de Chimbote. Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

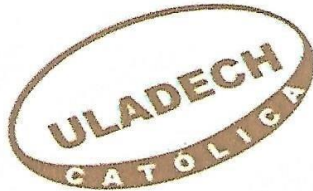
Nombre: *HEBER MENA ESCUDERO*

Fecha: 20/10/2021

Correo Electrónico: *Hmescudero@gmail.com*

Firma del Participante: *[Firma manuscrita]*

Firma del Investigador:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA
ENCUESTAS**

La finalidad de este protocolo de Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula: **GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA TIENDA “EL MILAGRO DE CAUTIVO”, SULLANA, 2021**, es dirigido por Guevara García, Daniela Milagros, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es:

Determinar la propuesta de mejora en Gestión de calidad como factor relevante para la competitividad de la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima.

Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sí que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de WhatsApp 902008512. Si desea, podrá escribir al correo danielamilagrosguevaragarcia9@gmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad católica los Ángeles de Chimbote. Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

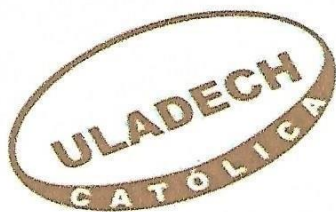
Nombre: Daniela Milagros Guevara García

Fecha: 20/10/2021

Correo Electrónico: Danielamilagrosguevaragarcia9@gmail.com

Firma del Participante:

Firma del Investigador:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA
ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo de Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula: **GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA TIENDA “EL MILAGRO DE CAUTIVO”, SULLANA, 2021**, es dirigido por Guevara García, Daniela Milagros, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es:

Determinar la propuesta de mejora en Gestión de calidad como factor relevante para la competitividad de la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima.

Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sí que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de WhatsApp 902008512. Si desea, podrá escribir al correo danielamilagrosquevaragarcia9@gmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad católica los Ángeles de Chimbote. Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: *LOURDES DEL ROSARIO GARCÍA AGRAO*

Fecha: 20/10/2021

Correo Electrónico: *CHAROGARCIA04@comail.com*

Firma del Participante:

Firma del Investigador:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA
ENCUESTAS**

La finalidad de este protocolo de Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula: **GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA TIENDA “EL MILAGRO DE CAUTIVO”, SULLANA, 2021**, es dirigido por Guevara García, Daniela Milagros, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es:

Determinar la propuesta de mejora en Gestión de calidad como factor relevante para la competitividad de la tienda “El milagro de cautivo”, Sullana, 2021.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima.

Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, si que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de WhatsApp 902008512. Si desea, podrá escribir al correo danielamilagrosguevaragarcia9@gmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la universidad católica los Ángeles de Chimbote. Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre completo del representante	HARLEY TALCO ALMON
Firma del representante	
Firma del investigador	
Fecha	20/10/2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta s/nº - 2020-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).
Marleny Talledo Alemán
Propietaria de la tienda "El Milagro de Cautivo"
Presente.-

De mi consideración:

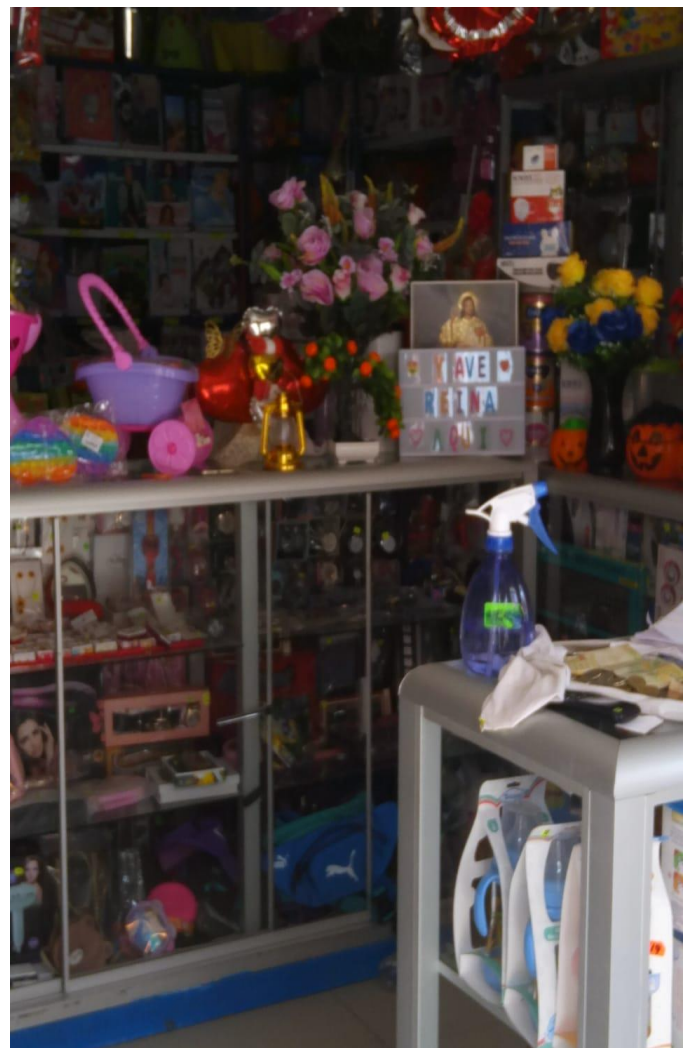
Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Guevara García Daniela Milagros, con código de matrícula N° 0411182073, de la Carrera Profesional de Administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LA TIENDA "EL MILAGRO DE CAUTIVO", SULLANA, 2021", durante los meses de febrero y mayo del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Marleny Talledo Alemán

DNI. N°





Anexo 5: Validación de juicio de expertos

I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Uribe Cornelio Guido E.

1.2. **Grado Académico:** Magister

1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración

1.4. **Institución donde labora:** Independiente

1.5. **Cargo que desempeña:** Independiente

1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario

1.7. **Autor del instrumento:** Daniela Milagros Guevara García

1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	S I	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Responsabilidad de la Dirección							

1. En su mype se logra el cumplimiento de las expectativas	X		X		X		
2. Los objetivos de la mype se cumplen tal como se establecieron	X		X		X		
3. Se ha establecido procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo.	X		X		X		
Dimensión 2: Gestión de Recursos							
4. El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias	X		X		X		

para la realización de sus labores.							
5. Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas	X		X		X		
6. Se realiza el mantenimiento preventivo de los productos	X		X		X		
Dimensión 3: Realización del Producto							
7. Se informa al cliente sobre los productos que se entregan	X		X		X		
8. Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas	X		X		X		
9. Se tiene documentado la información relacionada al producto	X		X		X		


Ítems correspondientes al Instrumento 2: Competitividad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Formalización empresarial							
1, ¿La formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional e internacional?	X		X		X		
2. ¿La formalización de la tienda les							

permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos?	X		X		X		
3. ¿La formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE?	X		X		X		
Dimensión 2: Acceso al financiamiento							
4. ¿Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago?	X		X		X		
5. ¿Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar?	X		X		X		
6. ¿Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal?	X		X		X		
Dimensión 3: Asociatividad empresarial							
7. ¿Les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional?	X		X		X		
8. ¿Evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción?	X		X		X		

9. ¿Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados?	X		X		X		
---	---	--	---	--	---	--	--

Otras observaciones generales:



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
CLAD N° 12504

Firma

URIBE CORNELIO

GUIDO

ELMER

DNI N° 70117561

N° DE COLEGIATURA 12504

II. DATOS GENERALES:

- a. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Carlos David Ramos Rosas
- b. **Grado Académico:** Magister en Gestión Publica
- c. **Profesión:** Licenciado en Administración
- d. **Institución donde labora:** Uladech
- e. **Cargo que desempeña:** Docente Investigador
- f. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- g. **Autor del instrumento:** Daniela Milagros Guevara García
- h. **Carrera:** Administración

III. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	S I	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Responsabilidad de la Dirección							
1. En su mype se logra el cumplimiento de las expectativas	X		X		X		
2. Los objetivos de la mype se cumplen tal cómo se	X		X		X		

establecieron							
3. Se ha establecido procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo.	X		X		X		
Dimensión 2: Gestión de Recursos							
4. El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias	X		X		X		

para la realización de sus labores.							
5. Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas	X		X		X		
6. Se realiza el mantenimiento preventivo de los productos	X		X		X		
Dimensión 3: Realización del Producto							
7. Se informa al cliente sobre los productos que se entregan	X		X		X		
8. Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas	X		X		X		
9. Se tiene documentado la información relacionada al producto	X		X		X		


Ítems correspondientes al Instrumento 2: Competitividad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Formalización empresarial							
1. ¿La formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional e internacional?	X		X		X		
2. ¿La formalización de la tienda les							

permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos?	X		X		X		
3. ¿La formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE?	X		X		X		
Dimensión 2: Acceso al financiamiento							
4. ¿Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago?	X		X		X		
5. ¿Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar?	X		X		X		
6. ¿Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal?	X		X		X		
Dimensión 3: Asociatividad empresarial							
7. ¿Les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional?	X		X		X		
8. ¿Evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción?	X		X		X		

<p>9. ¿Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados?</p>	X		X		X		
--	---	--	---	--	---	--	--

Otras observaciones generales:


 Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
 REG. UNIC. DE COLEG. N°03509

Firma

Carlos David Ramos

Rosas

DNI N° 03694324

DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Zapata Castro Elizabeth Diamina

1.2. Grado Académico: Magister en Administración

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Uladech

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Daniela Milagros Guevara García

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	S I	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Responsabilidad de la Dirección							
1. En su mype se logra el cumplimiento de las expectativas	X		X		X		
2. Los objetivos de la mype se cumplen tal cómo se	X		X		X		

establecieron							
3. Se ha establecido procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo.	X		X		X		
Dimensión 2: Gestión de Recursos							
4. El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias	X		X		X		

para la realización de sus labores.							
5. Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas	X		X		X		
6. Se realiza el mantenimiento preventivo de los productos	X		X		X		
Dimensión 3: Realización del Producto							
7. Se informa al cliente sobre los productos que se entregan	X		X		X		
8. Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas	X		X		X		
9. Se tiene documentado la información relacionada al producto	X		X		X		

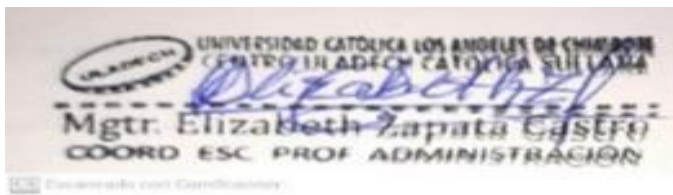
Ítems correspondientes al Instrumento 2: Competitividad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Formalización empresarial							
1. ¿La formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional e internacional?	X		X		X		
2. ¿La formalización de la tienda les							

permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos?	X		X		X		
3. ¿La formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE?	X		X		X		
Dimensión 2: Acceso al financiamiento							
4. ¿Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago?	X		X		X		
5. ¿Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar?	X		X		X		
6. ¿Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal?	X		X		X		
Dimensión 3: Asociatividad empresarial							
7. ¿Les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional?	X		X		X		
8. ¿Evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción?	X		X		X		

<p>9. ¿Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados?</p>	X		X		X		
--	----------	--	----------	--	----------	--	--

Otras observaciones generales:



Firma

Zapata Castro

Elizabeth

Diamina

DNI N° 03561030

Anexo 4: Figura

TABLA 1: Referente a los procesos de Gestión de Calidad

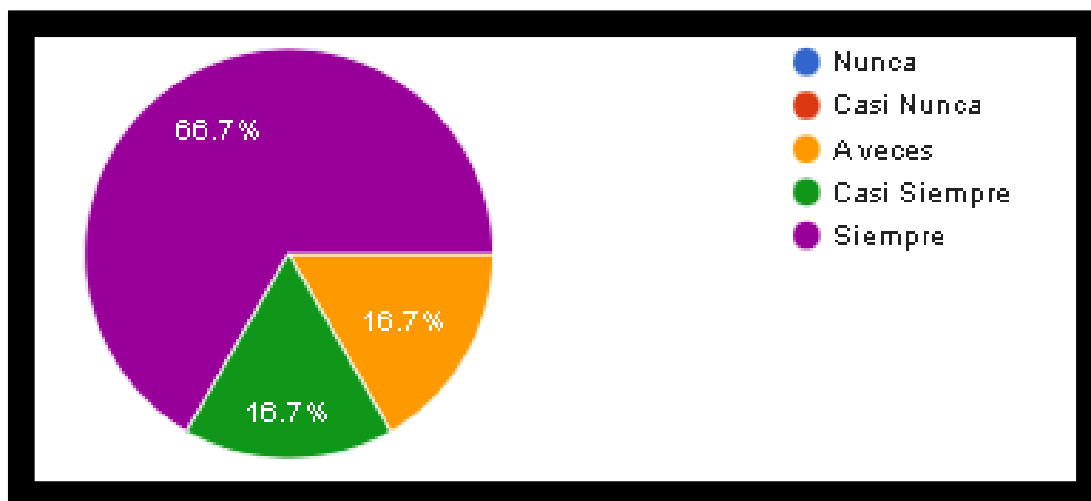


Figura 1. Logra el cumplimiento de las expectativas

FUENTE: TABLA 1

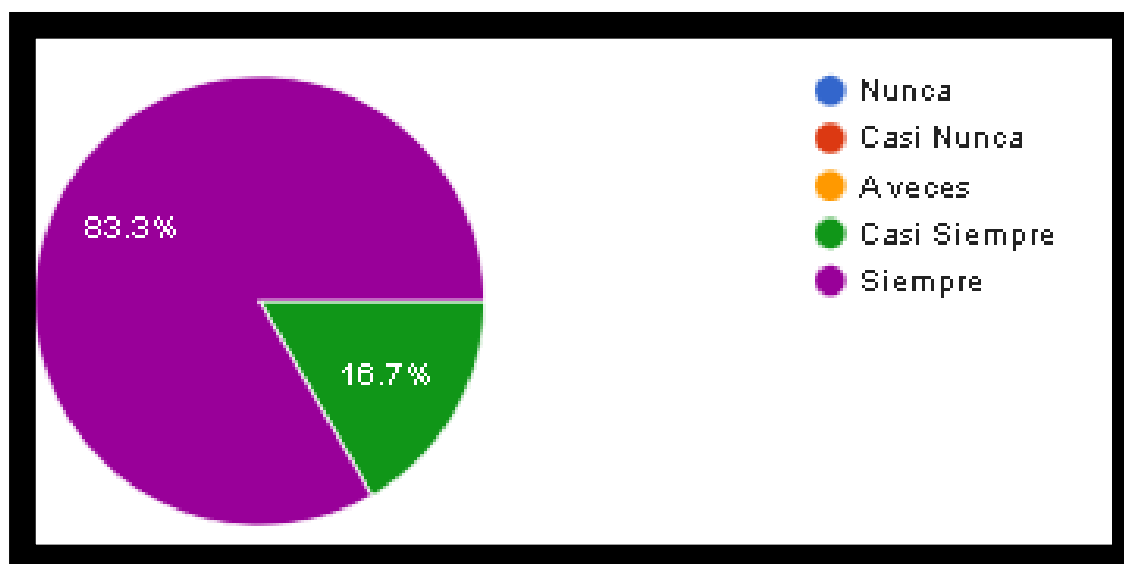


Figura 2. Los objetivos de la mype se cumplen tal cómo se establecieron

FUENTE: TABLA 1

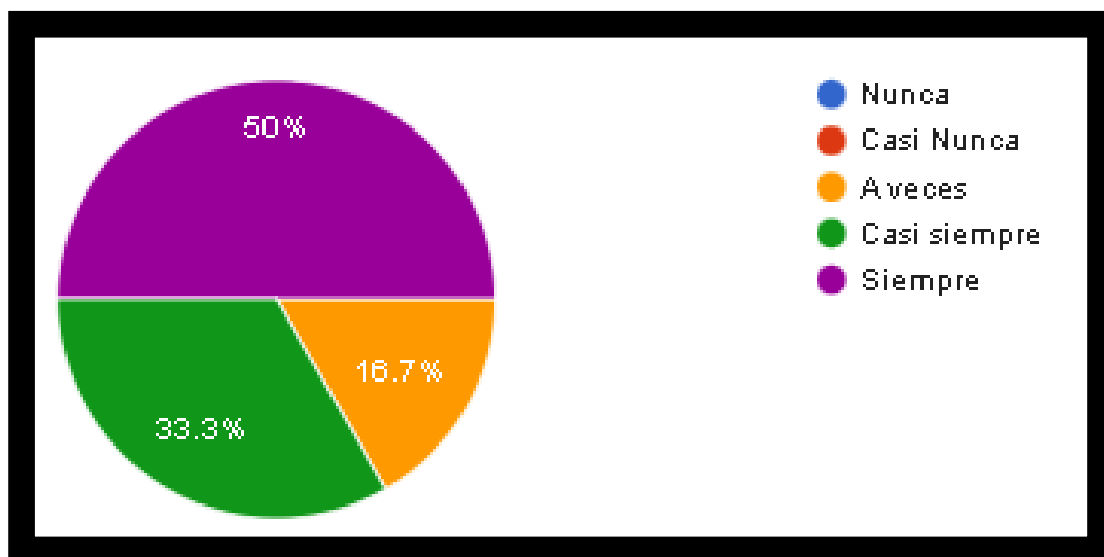


Figura 3. Se ha establecidos procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo

FUENTE: TABLA 1

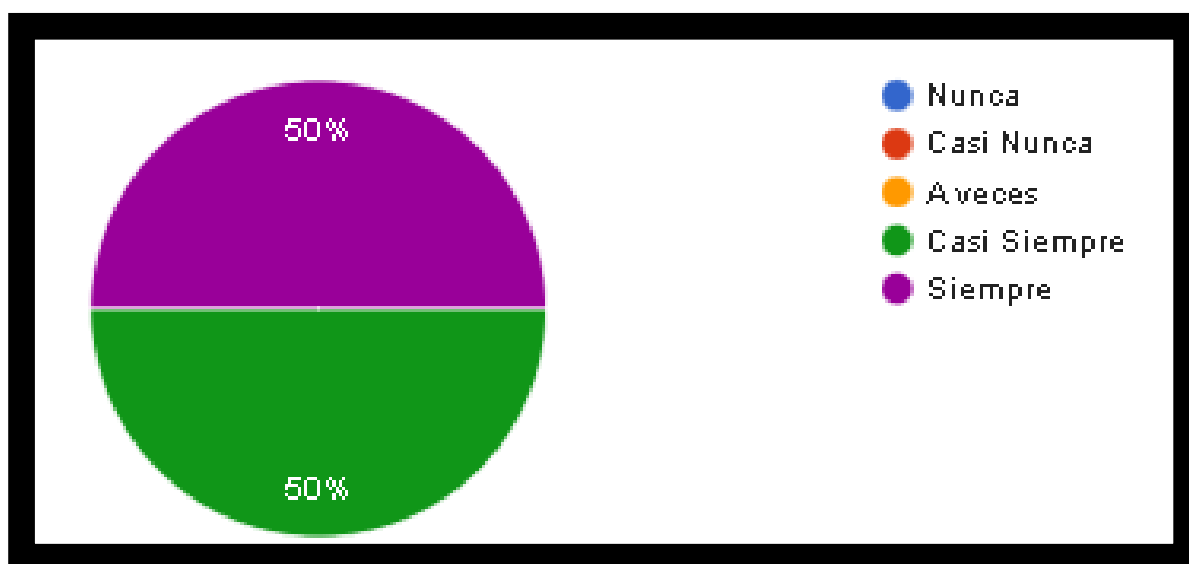


Figura 4. El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores

FUENTE: TABLA 1

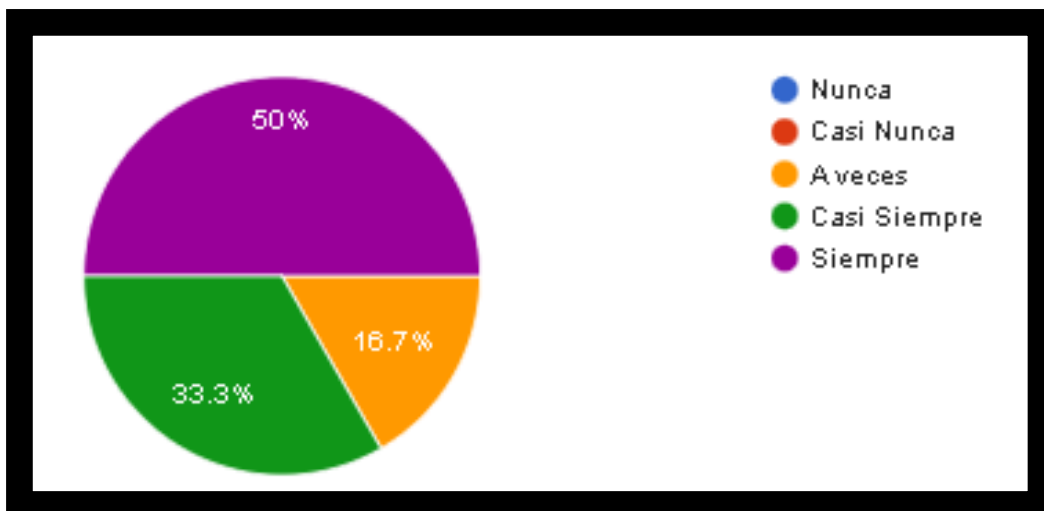


Figura 5. Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas

FUENTE: TABLA 1

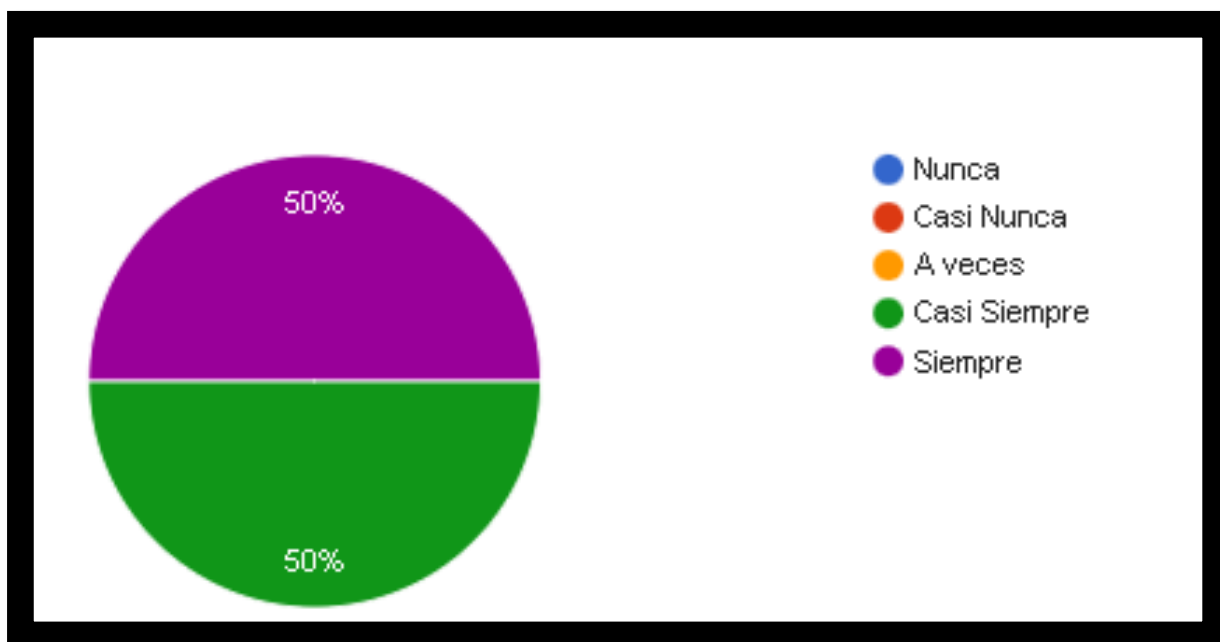


Figura 6. Se realiza el mantenimiento preventivo de los productos

FUENTE: TABLA 1

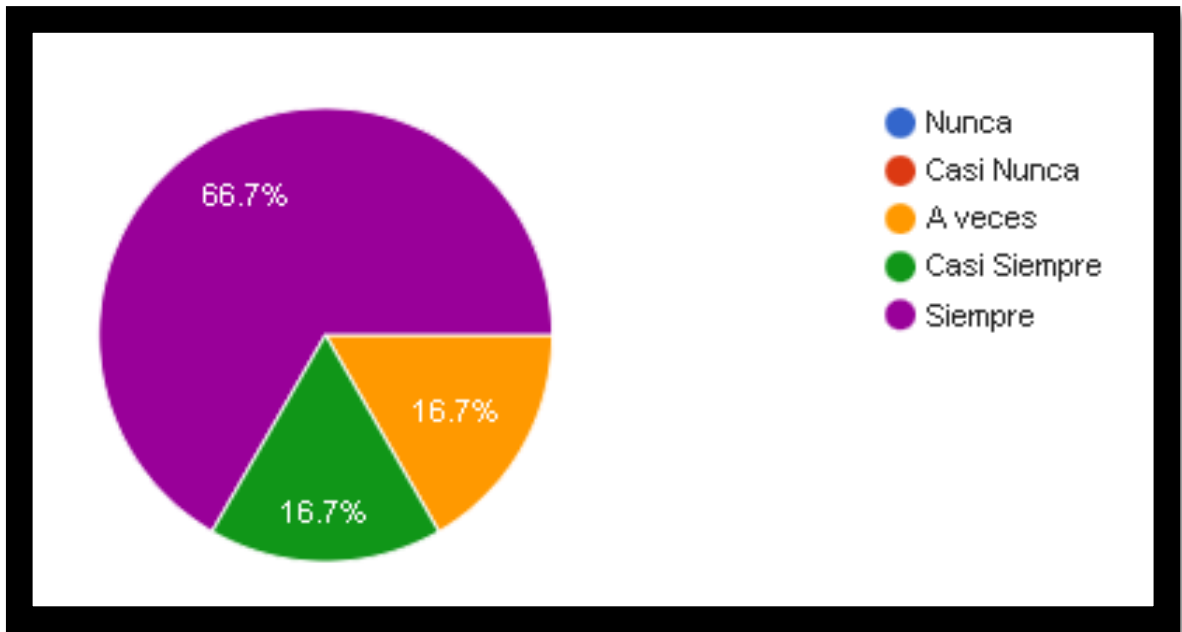


Figura 7. Se informa al cliente sobre los productos que se entregan

FUENTE: TABLA 1

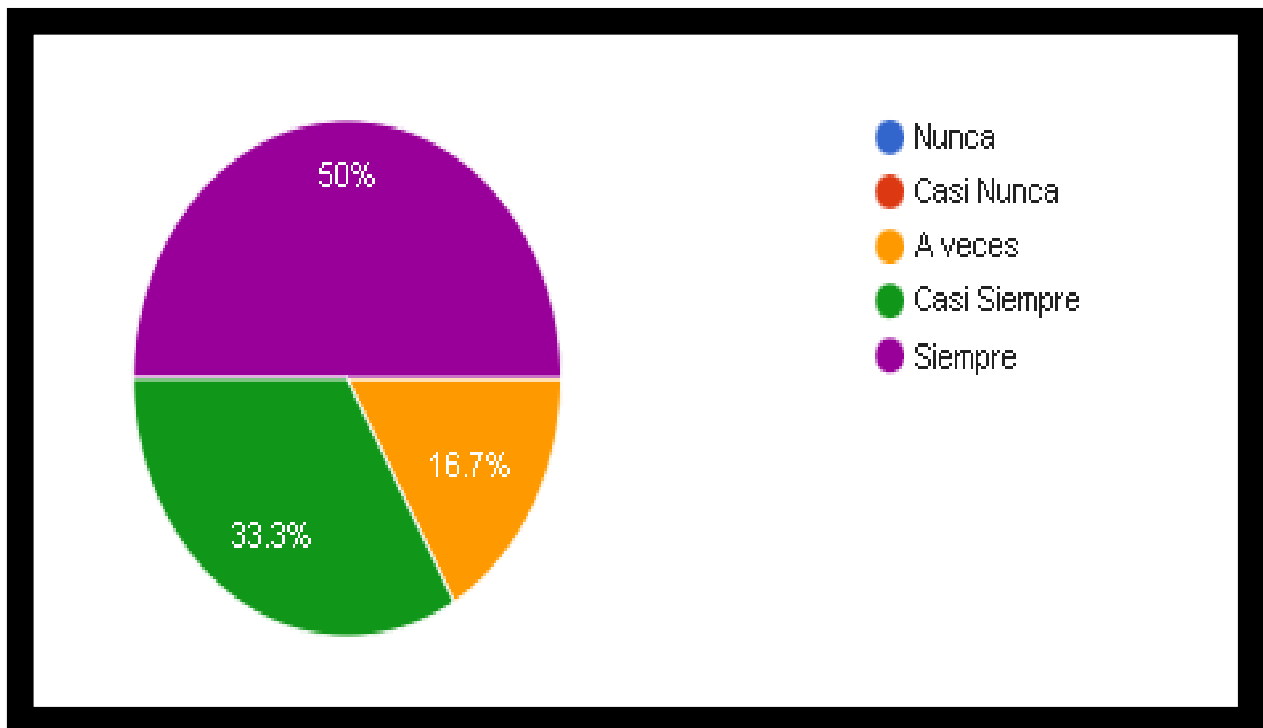


Figura 8. Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de

ofertas

FUENTE: TABLA 1

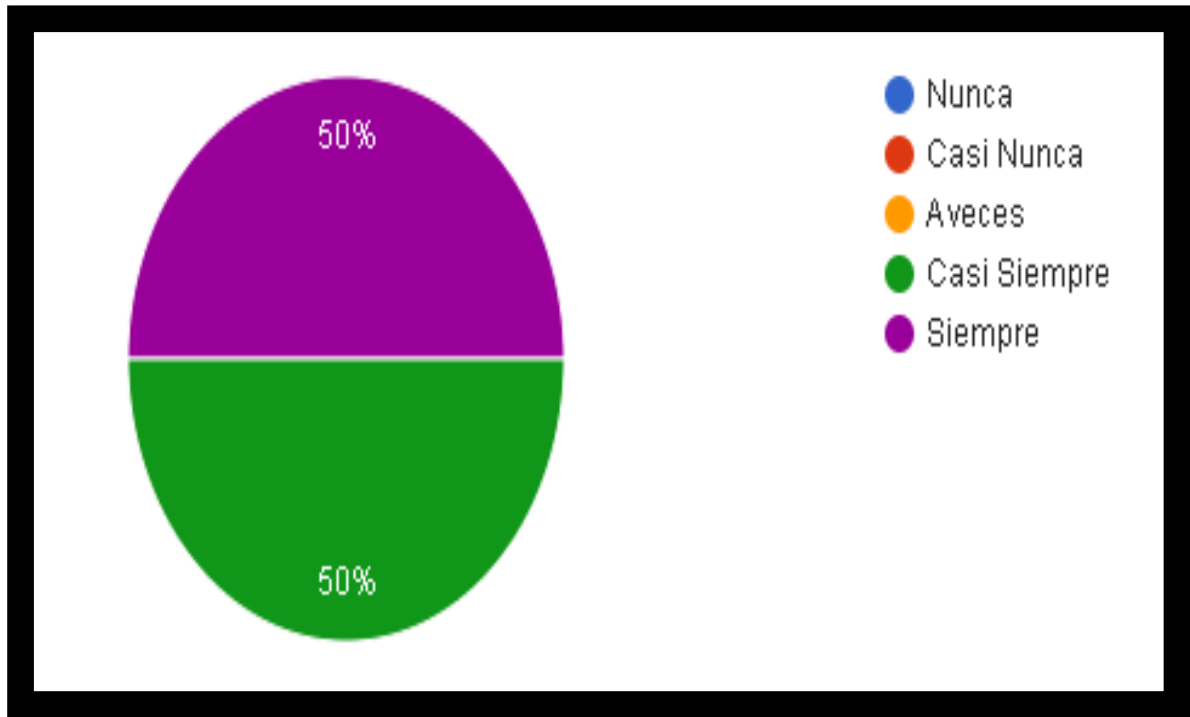


Figura 9. Se tiene la información relacionada al producto

FUENTE: TABLA 1

TABLA 2: Referente a los procesos de Competitividad

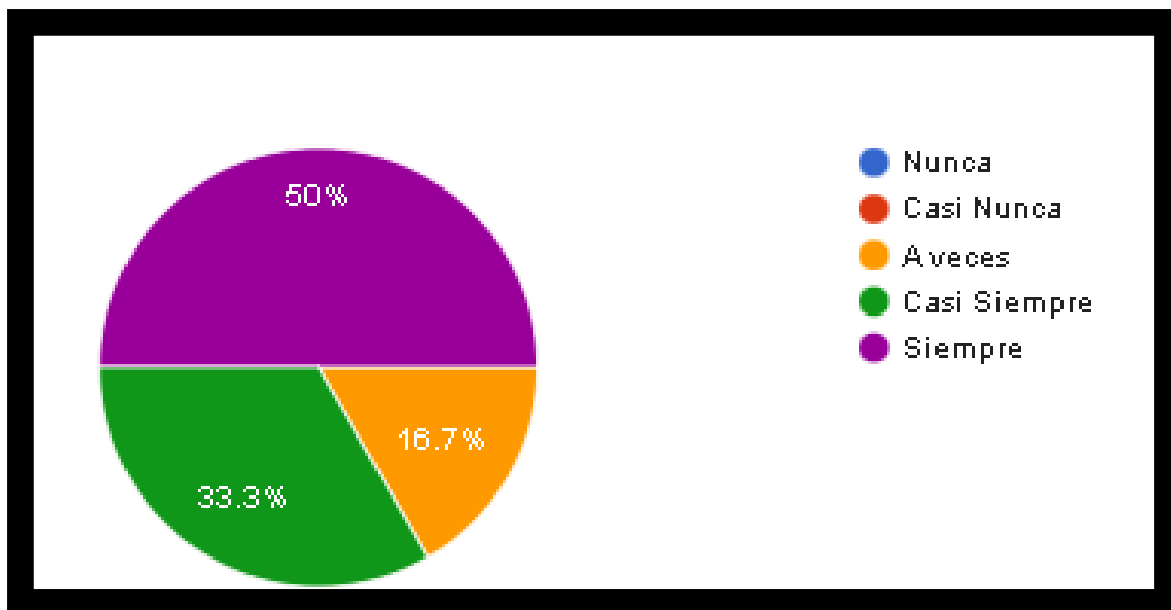


Figura 10. La formalización les permite realizar negocios con otras tiendas y competir en el mercado nacional

FUENTE: TABLA 2

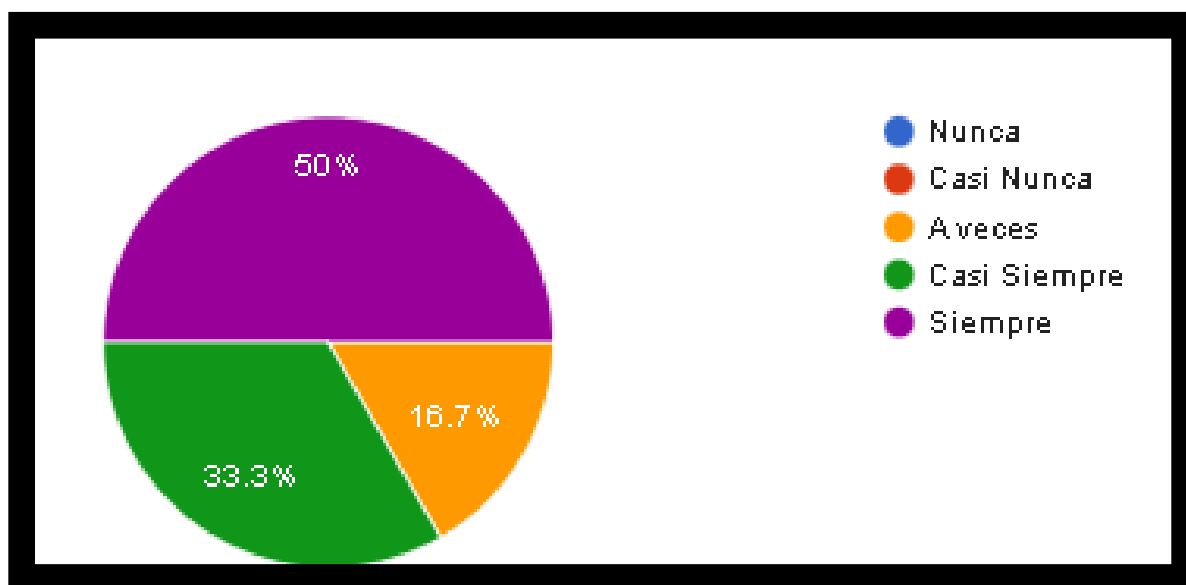


Figura 11. La formalización de la tienda les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos

FUENTE: TABLA 2

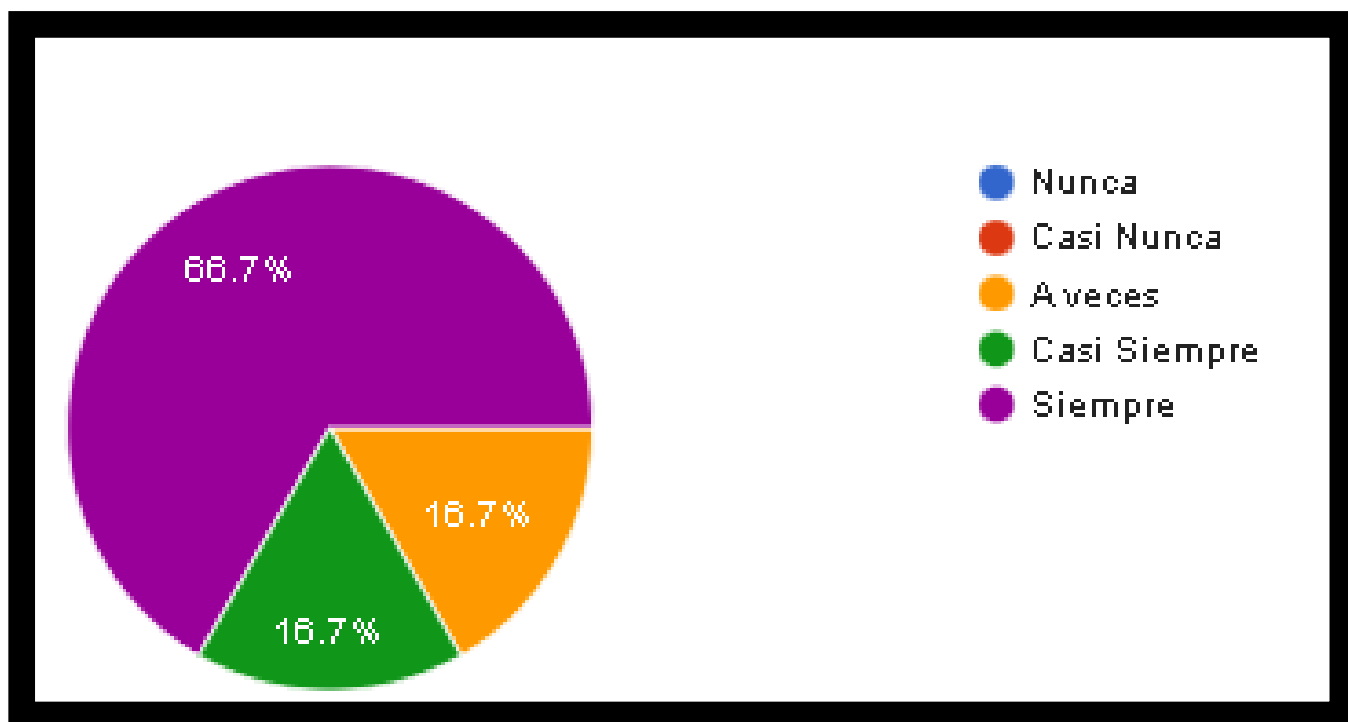


Figura 12. La formalización de la tienda les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE

FUENTE: TABLA 2

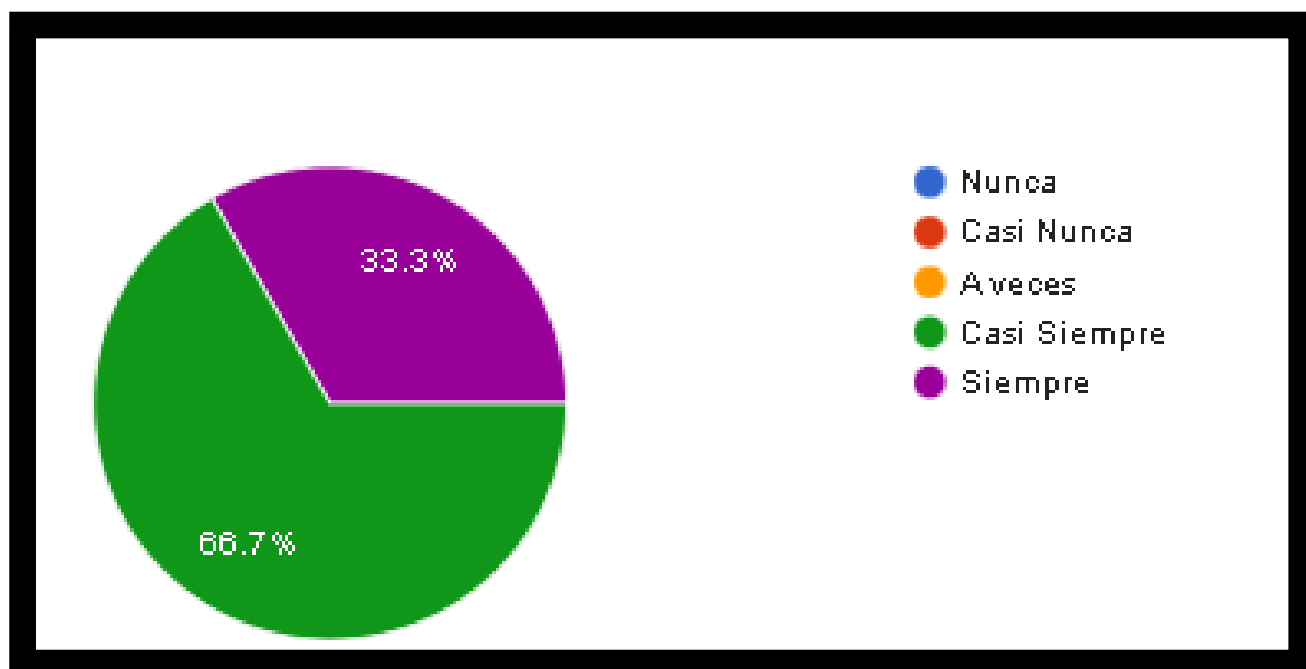


Figura 13. Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago

FUENTE: TABLA 2

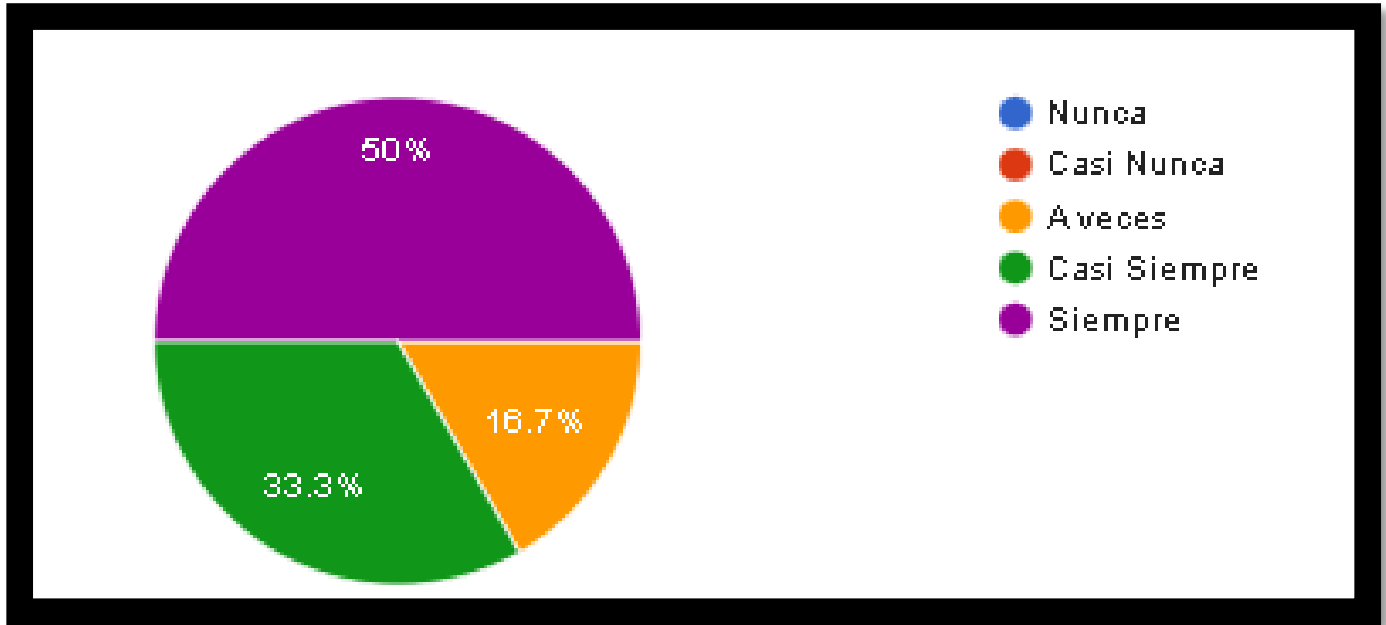


Figura 14. Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar

FUENTE: TABLA 2

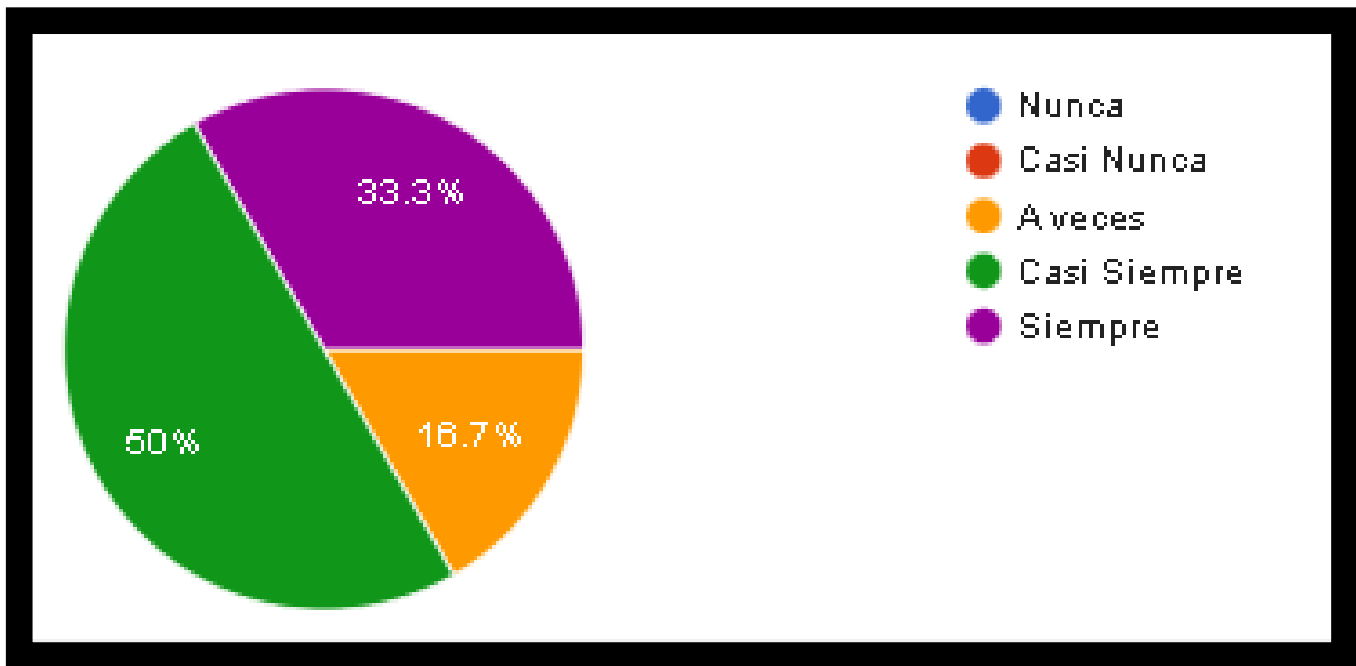


Figura 15. Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal

FUENTE: TABLA 2

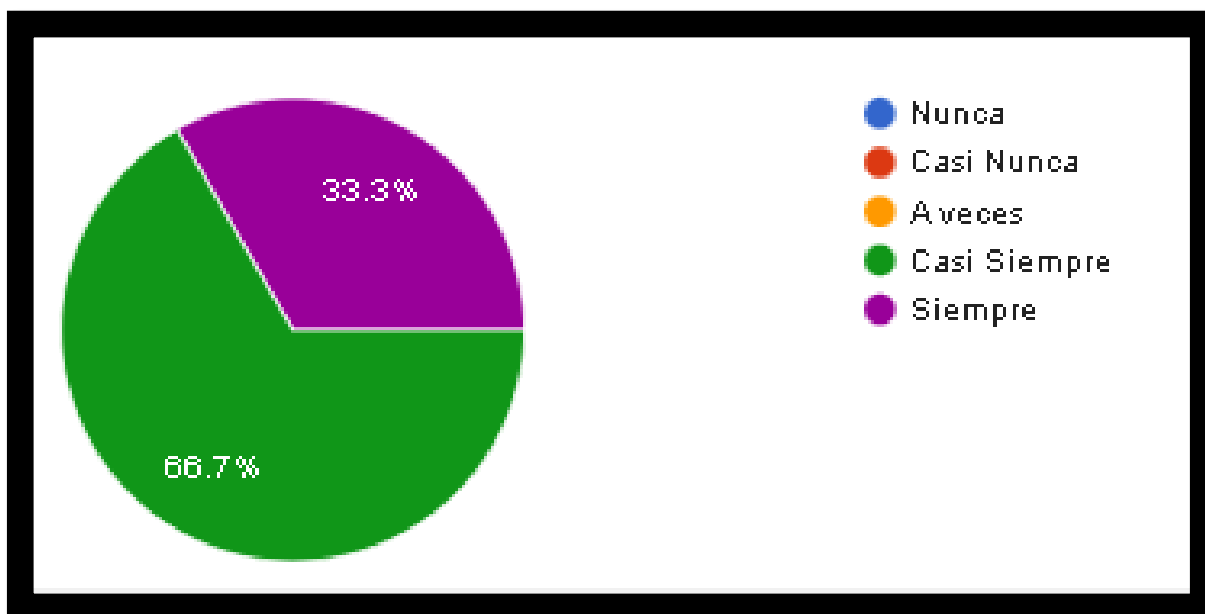


Figura 16. Les permite ser competitivos con el modelo de asociatividad en el mercado nacional

FUENTE: TABLA 2

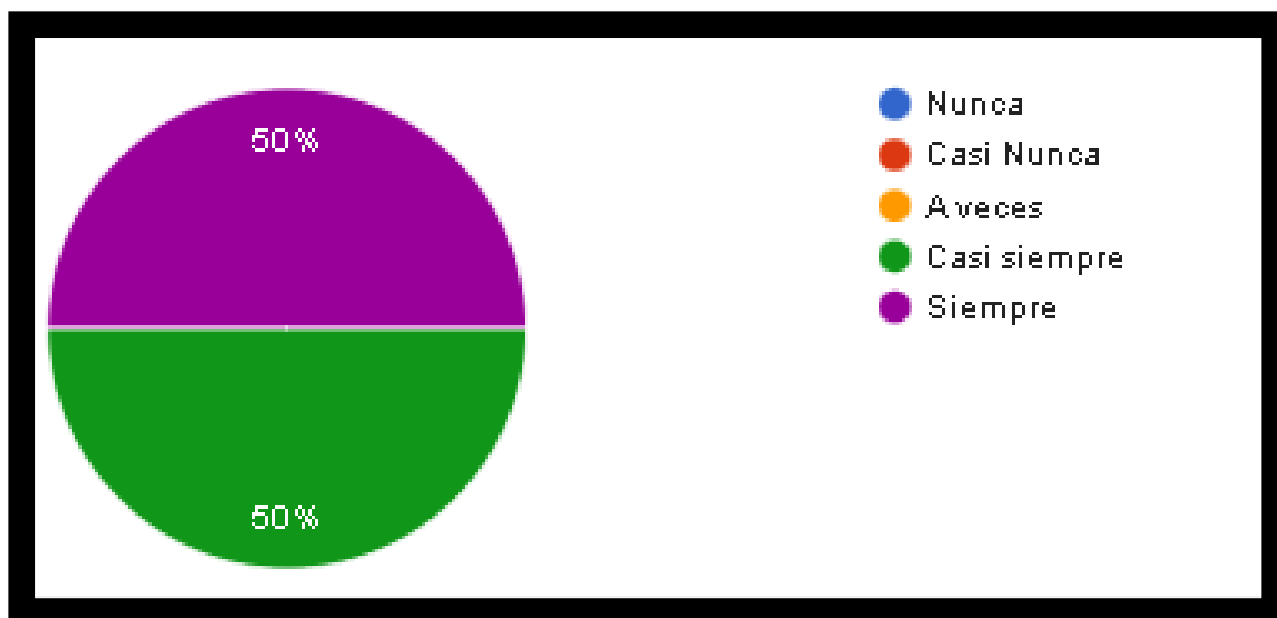


Figura 17. Evita la falta de información y de transparencia en los planes de acción

FUENTE: TABLA 2

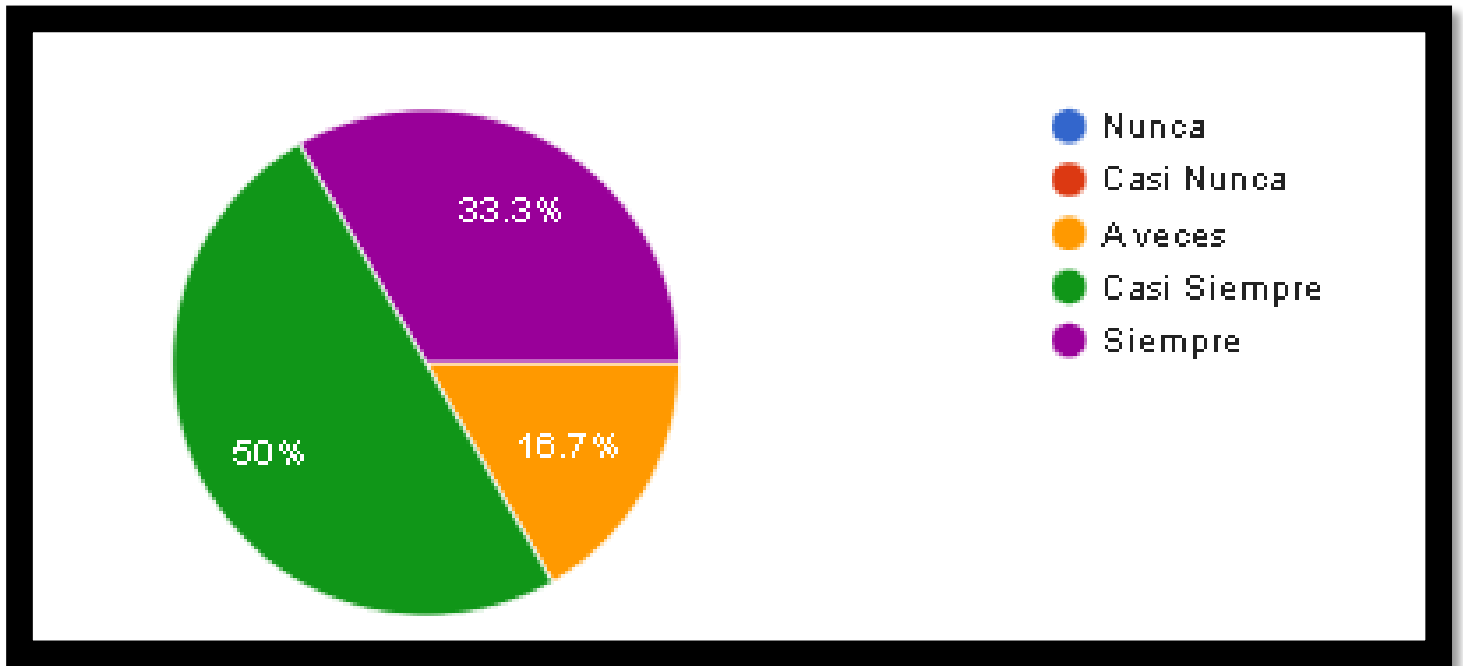


Figura 18. Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados

FUENTE: TABLA 2