



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL GIRO
PANIFICADORAS DEL DISTRITO DE MONSEFÚ, AÑO
2018.**

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

AUTOR (A):

Br. RUTH EVELYN LLUEN CAPUÑAY

ASESOR:

LIC. VICTOR ADEMAR ARELLANO LACHAPELL

CHICLAYO- PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Mgr. Adm. Víctor Hugo VILELA VARGAS

Presidente

Lic. Adm. Maritza Zelideth CHUMACERO ANCAJIMA

Secretario

Mgr. Adm. Víctor Helio PATIÑO NIÑO

Miembro

Lic. Víctor Ademar ARELLANO LACHAPELL

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria
para poder culminar satisfactoriamente
mi trabajo de investigación.

Al asesor, Lic. Adm. Victor Ademar
Arellano Lachapell por su apoyo
constante en el mejoramiento de este
trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por brindarme la dicha de la salud, bienestar físico, espiritual y darme lo necesario para seguir adelante día a día, para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres: Cesar y Rosa, como agradecimiento a su esfuerzo, amor y apoyo incondicional, durante mi formación tanto personal como profesional.

A mi hijo Brayan Smith, que es mi fuerza, motor y motivo de seguir adelante y luchar por mis objetivos.

RESUMEN

El presente estudio titulado: Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del Giro Panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018 tiene por objetivo general determinar las Características de la Gestión de calidad y Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018 y como objetivos específicos: 1° determinar las Características de la Gestión de Calidad; 2° determinar las Características de la competitividad y 3° determinar las características de las Mypes

La investigación fue de tipo Descriptivo, nivel Cuantitativo y de diseño No experimental corte Transversal y con una población real de 11 gerentes de las Mypes del giro panificadoras, determinándose una muestra por conveniencia conformada por 11 gerentes de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, a los cuales se aplicó un cuestionario estructurado de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta y se concluyó: Referente a la Gestión de Calidad: los microempresarios no aplican una buena gestión, aplican el proceso de calidad total, al contratar al personal consideran responsabilidad, habilidades, virtudes y compromiso, utilizan la observación como técnica del rendimiento de personal, sí capacitan a su personal y su prioridad principal ante sus proveedores es el precio. Referente a Competitividad: son competitivos, el uso de tecnologías son una ventaja positiva para el negocio, trabajan con proveedor mayorista, fidelizan a sus clientes por la calidad del producto, utilizan la estrategia del sorteo por días festivos y tienen conocimiento de quiénes son sus principales competidores. Referente a las Mypes, cuentan con un establecimiento propio, tienen más de 16 años funcionando el negocio, las personas que trabajan son

familiares, cuando aumentan las ventas se contrata personal adicional y han mejorado en cuanto a su infraestructura.

Palabras claves: Mypes, Gestión de calidad, Competitividad

ABSTRACT

The present study entitled: Characterization of the Quality and Competitiveness Management of the Mypes of the Giro Panificadoras of the district of Monsefú, year 2018 has for general objective to determine the Characteristics of the Quality Management and Competitiveness of the Mypes of the bread-making sector of the district of Monsefú , year 2018 and as specific objectives: 1 ° determine the Characteristics of Quality Management; 2 ° determine the characteristics of competitiveness and 3 ° determine the characteristics of Mypes.

The research was of Descriptive type, Quantitative and non-experimental design level Cross-sectional and with a real population of 11 managers of the Mypes of the bakery, determining a convenience sample consisting of 11 managers of the Mypes of the bread-making district of Monsefú , to which a structured questionnaire of 20 questions was applied through the technique of the survey and it was concluded: Regarding Quality Management: the microentrepreneurs do not apply good management, they apply the total quality process, when hiring the staff they consider responsibility, skills, virtues and commitment, they use observation as a technique of staff performance, they do train their staff and their main priority before their suppliers is the price. Regarding Competitiveness: they are competitive, the use of technologies is a positive advantage for the business, they work with a wholesale supplier, they make their clients loyal for the quality of the product, they use the draw strategy for holidays and they have knowledge of who their main ones are competitors. Regarding the Mypes, they have their own establishment, the business has been in business for more than 16

years, the people who work are family members, when sales increase, additional personnel are hired and they have improved in terms of infrastructure.

Keywords: Mypes, Quality management, Competitiveness

INDICE

JURADO EVALUADOR	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT	VII
I. INTRODUCCION	13
II. REVISION DE LITERATURA	18
2.1. ANTECEDENTES	18
2.2. BASES TEÓRICAS	24
2.2.1. Gestión de Calidad	24
2.2.2. Competitividad	35
2.2.3. Micro y Pequeñas Empresas	44
III. HIPOTESIS	47
IV. METODOLOGIA	48
4.1. Tipo:	48
4.2. Nivel:	48
4.3. Diseño de la Investigación:	48
4.4. Población y muestra.	49
4.4.1. Población	49
4.4.2. Muestra	49

4.5. Criterio de Inclusión y Exclusión.....	49
4.6. Operacionalización de Variables	50
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
4.8. Plan de Análisis:	53
4.9. Matriz de Consistencia:	53
4.10. Principios Éticos	55
V. RESULTADOS	56
5.1. Análisis de resultados.....	76
VI. CONCLUSIONES	85
Bibliografía	86
ANEXOS.....	90

TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla y Gráfico 1: ¿Aplica una buena Gestión de Calidad?	56
Tabla y Gráfico 2: ¿La gestión de Calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	57
Tabla y Gráfico 3: ¿Qué procesos ejecuta en su empresa?	58
Tabla y Gráfico 4: Al momento de contratar personal ¿que considera?	59
Tabla y Gráfico 5: ¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?.....	60
Tabla y Gráfico 6: ¿Ud. Capacita a su personal?	61
Tabla y Gráfico 7: Si la respuesta es positiva ¿Qué cambios logro?	62
Tabla y Gráfico 8: ¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?	63
Tabla y Gráfico 9: ¿Considera a su empresa competitiva?	64
Tabla y Gráfico 10: ¿Cree Ud. que el uso de Tecnologías es una ventaja competitiva?	65
Tabla y Gráfico 11: ¿Porque cree que los clientes compran en su establecimiento?	66
Tabla y Gráfico 12: ¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	67
Tabla y Gráfico 13: ¿Conoce a sus principales competidores?	68
Tabla y Gráfico 14: ¿Genera mayores ventas que sus competidores?.....	69
Tabla y Gráfico 15: ¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	70
Tabla y Gráfico 16: ¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumo?	71
Tabla y Gráfico 17: Situación del establecimiento	72
Tabla y Gráfico 18: ¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?	73
Tabla y Gráfico 19: ¿Cuántas personas trabajan en el negocio?	74

Tabla y Gráfico 20: En temporadas en que sus ventas aumentan, ¿Contrata personal temporal?75

I. INTRODUCCION

La presente investigación denominada: Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018, se centra en las líneas de investigación autorizadas para la escuela profesional de Administración por la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, siendo estas “La caracterización del financiamiento, capacitación, competitividad y rentabilidad de las Mypes” y “Gestión de calidad y formalización de las Mype en el Perú”.

El giro se eligió considerando que Monsefú es un pueblo que mantiene viva las tradiciones y costumbres del norte peruano y sobre todo es la cuna del arte culinario de la elaboración del pan y muy reconocidos por ello en todo el departamento de Lambayeque.

Una de sus fiestas más grandes es el FEXTICUM, fiesta de exposición típico culturales donde asiste aglomeración de visitantes para disfrutar de los platos típicos y el exquisito pan elaborado por manos Monsefuanas, este negocio se ha vuelto muy competitivo, por ello cada día aparecen en el mercado laboral nuevos microempresarios dedicados a este giro, ofreciendo un mejor servicio y brindando productos de calidad.

Actualmente, en el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPES generan el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas. Conforme las MYPES van creciendo, nuevas van

apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción, requerirán de más mano de obra y aportarán con mayores tributos al Estado. (Marcelo & Vila, 2016)

Según el ministro del Ministerio de la Producción Perez Reyes (2018), nos indica: “De cada 100 puestos de trabajo, 85 se generan gracias a la actividad de las micro y pequeñas empresas. Es un sector muy intensivo en mano de obra que genera la principal fuente de empleo en el Perú”.

El Distrito de Monsefú es uno de los 20 distritos de la provincia de Chiclayo, en el departamento de Lambayeque, perteneciente a la Región Lambayeque, en el norte de Perú.

Su área territorial abarca 44,94 km² y tiene una población de 31.847 habitantes. (INEI, 2015)

La ciudad de Monsefú está ubicada a 15 km al Sur Este de la ciudad de Chiclayo, a 11 msnm. Está situada a 6° 50' 39" de latitud sur y a 79° 53' 56" de longitud del Meridiano de Greenwich. Fue creada en la época de la Independencia por el Libertador Simón Bolívar y elevada a la categoría de ciudad el 26 de octubre de 1888 (Ramírez Olano, 2017)

Actualmente Monsefú, cuenta con 171 negocios formalizados en todos los giros de negocios y en cuanto al giro panificadoras cuenta con un total de 11 negocios formalizados, el resto son informales.

Este distrito chiclayano concentra más de 60 panaderos independientes que comercializan su producción en zonas como Chiclayo, La Victoria, Pimentel, Tumán y Lambayeque.

Alrededor de 300,000 piezas de pan se elaboran diariamente en el tradicional distrito, concentrando el mayor número de panaderos artesanales de la región Lambayeque. Cada panadero tiene su propio taller, donde se elabora el pan semita, mollete, marraqueta, biscocho de canela, empanada rellena, pan de manteca, pan con aceituna y rosca de fiesta; cuya producción sale a diferentes localidades del circuito mochica (Pimentel, Puerto Eten, Reque, Santa Rosa y Ciudad Eten), así como hacia Chiclayo”

Estas ventas generan un gran dinamismo económico en Monsefú, pues aparte de producir y comercializar pan, también se elaboran otros productos de panificación que llegan a diferentes destinos de la región Lambayeque y se participa en concursos regionales, buscando rescatar la tradición ancestral en el arte de la panadería y a la vez promocionar la mano de obra calificada de los panaderos monsefuanos (Bonilla Farroñay, 2015)

Las MYPES comerciales del giro panificadoras se enfrentan a una extensa competencia, en las cuales algunas desaparecen al corto tiempo de su creación y otras permanecen en el tiempo y se desarrollan en el mercado, por lo tanto se espera que sea un negocio bien gestionado, desarrollado, próspero y competitivo. Empero se necesita contar con información confiable, oportuna y fidedigna, la cual permitirá tomar mejores decisiones para la empresa.

Por ello la mala Gestión de Calidad, les impedirá desarrollarse en las múltiples actividades del mercado, lo que generará en ellas su fracaso y desaparición, puesto que

éstas desconocen las principales características de gestión de calidad y competitividad de las Mypes.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefu, año 2018?

OBJETIVO GENERAL:

Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar las características de la Gestión de Calidad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.
- Determinar las características de la Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefu, año 2018.
- Determinar las características de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú año 2018.

JUSTIFICACIÓN

Teórica: Esta investigación se realiza con el propósito de contribuir un mejor conocimiento de gestión de calidad y competitividad a los empresarios.

Practica: Esta investigación se ejecuta porque existe la necesidad de conocer las características de la gestión de calidad y competitividad para que los empresarios las tomen en cuenta y así puedan lograr tener buena posición en el mercado laboral.

Metodológica: Esta investigación se justifica porque servirá de base para elaborar otros estudios similares en distintos sectores de producción del distrito de Monsefú y de otros lugares geográficos de la región y del país.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Se han efectuado consultas en diversas bibliotecas especializadas en administración y se logró encontrar los siguientes estudios similares o que han tratado el tema de manera genérica:

Internacionales:

- 1) Contreras Valiente, Castillo Ordoñez, & Salgado Caballero(2017), según su estudio “Análisis de los factores determinantes de competitividad de sector astillero en Colombia”; su estudio fue descriptivo y su nivel cuantitativo. Su población del sector astillero fue de 37 empresas legales vigentes, encuestando a una muestra de 9 Mypes y concluyen: El sector astillero, es un sector con cualidades y características importantes que incluyen su posicionamiento principal, contribuyendo en actividades de fortalecimiento, apoyo de entidades como Procolombia y Colciencias, alianzas gubernamentales, innovación a través de proyectos de inversión en tecnología, índices económicos sólidos, entre otros aspectos que evidencian y lo posicionan como un sector con grandes ventajas oportunidades de crecimiento.

Mediante planes de acción en los distintos fallos presentados en el sector astillero, se pueden suscitar nuevas oportunidades para destacarse en el mercado internacional, empero, es importante concebir que es preciso un cambio empresarial en donde se enfatice la mejora de la industria en temas tan relevantes como una sofisticación de los procedimientos internos en las diferentes empresas, la capacitación adecuada a través del fortalecimiento del talento humano de cada uno de los actores intervinientes y el apoyo por parte de entidades gubernativas no solo a las empresas más grandes y líderes

de la industria, sino a aquellas que tienen la oportunidad de innovar en procesos y productos destacando en el mercado.

Nacionales:

- 2) De acuerdo a lo que detalla Guerrero Mora (2013), realizó la tesis titulada “Caracterización de la Competitividad de las MYPES del Sector Industria - Rubro Panificadora Casco Urbano del Distrito de Chimbote, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, su estudio fue de tipo Cuantitativo-Descriptivo. Su población del rubro panificadoras fue 15, encuestando a una muestra de 09 Mypes y se concluye:

La mayoría de los representantes legales de mypes del sector industria – rubro panificadora en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, tienen una edad de 30 a 50 años, en su mayoría son del sexo masculino y cuentan con un grado de instrucción de estudio superior.

En su mayoría, las mypes del sector industria – rubro panificadora en el casco urbano de la ciudad de Chimbote tienen de 6 a más años de antigüedad, se iniciaron para generar su propio empleo y en su totalidad son formales.

La mayor parte de las mypes del sector industria – rubro panificadora en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, tienen conocimiento de sus competidores y tienen sus precios más económicos. A la vez la mayoría de las mypes planifican sus actividades, adecuándose en parte a los factores externos cambiantes, por lo que poseen en parte con un plan estratégico, midiendo el nivel de satisfacción de sus clientes en algunas ocasiones y contando con un certificado de calidad, lo cual es base fundamental para aumentar la competitividad. En su totalidad han innovado su producto en los últimos 2 años.

3) (Arana Cruzado, 2016), realizó la tesis titulada “La Competitividad en las Mypes empresas del sector producción-rubro panaderías, de la Urbanización Previ, distrito del Callao, Provincia Constitucional del Callao”, su estudio fue de tipo cuantitativo-descriptivo. Su población y muestra fue de 15 Mypes y concluye:

- Respecto a los representantes legales, la mayoría son personas adultas y sus edades son de 26 a 50 años, de estado civil conviviente, género masculino, cuentan con estudios superiores y tienen de 0-3 años de permanencia.
- Respecto a las Mypes, se encuentran formalizadas la mayoría como persona natural, tienen trabajadores permanentes, cuentan con 3-6 años de actividad en el mercado.
- Respecto a la competitividad, no cuentan con un plan estratégico, cuentan con mejor infraestructura, conocen a sus principales competidores y la gran mayoría ha innovado. Tienen claro que la tecnología ayuda en el crecimiento de la Mype y la mayoría ofrece los mismos precios.
- El total de las Mypes cuentan con un certificado de calidad, siendo este una base fundamental, a la vez se preocupan en vender productos de calidad.
- El total de las Mypes encuestadas ofrecen de 6 a 10 tipos de panes y tienen mayor demanda los meses de abril y mayo, época de invierno.

- Finalmente se concluye que las Mypes del rubro panificadoras, conocen el término competitividad, son competitivas en calidad, precio, tecnología e innovación de sus productos.
- 4) Navarro Carriòn (2015), realizó la tesis titulada “Gestión de Calidad en las Mypes, de Confecciones, Trajes de Fiesta Mercado Modelo Piura”, su estudio fue de tipo cuantitativo-descriptivo. Su población y muestra del rubro Confecciones fue de 196 Mypes y concluye:
- ✓ Las causas de la competitividad son: Capacidades directivas, Ventajas competitivas, Recursos tecnológicos, Innovación, Recursos comerciales, Recursos humanos, Recursos financieros, Cultura, Calidad de servicio y Productividad; lo cual nos detalla que al hacer uso de todos estos factores la MYPE está produciendo valor agregado y así conduzca a la mismas al objetivo de ser “Competitivas”.
 - ✓ Dentro de lo que respecta el análisis del clima de negocio en las MYPE de confecciones trajes de fiesta se pudo observar que existe una falta de actualización por parte de los confeccionistas, les falta cambiar esos paradigmas que no los dejan sobresalir, explotar todos los recursos que tienen, tanto recursos materiales como recursos humanos, es escasa la capacitación al personal de trabajo eso conlleva a una falta de motivación por parte de los dueños de las MYPE hacia sus colaboradores, por lo tanto el clima del negocio es débil.
 - ✓ Los factores que influyen en el servicio esperado de la Gestión de Calidad son:

Comunicación Frente a frente, Necesidades personales, Experiencias anteriores y Comunicación externa; lo cual significa que el cliente siempre busca quedar satisfecho por el servicio brindado y a cambio del buen servicio éste recomendará a la MYPE para hacerla más conocida.

- ✓ Los indicadores simples de la Gestión de Calidad son: Los que evalúan la calidad dentro de las empresas, Los que evalúan la satisfacción de los clientes, Observar el progreso que sufre la calidad del servicio a lo largo del tiempo, Comparar la situación de la empresa con sus principales competidores, dividir a los clientes en función de cómo valoran la calidad recibida, evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad del servicio de los distintos departamentos. Es por ello que en este trabajo se utilizó la encuesta SERVQUAL del Autor Parasuraman, en dónde se analiza el comportamiento de las percepciones considerando que los clientes esperan recibir un servicio extremadamente satisfactorio.

5) (Cruz Merino, 2016), realizó la tesis titulada “Caracterización, Competitividad y Gestión de Calidad en las Mypes Rubro Banano Orgánico en Tumbes”, su estudio fue de tipo cuantitativo-descriptivo. Su población y muestra del rubro bananos es de 40 Mypes y concluye:

- Una de las causas competitivas de las Micro y pequeñas empresas es modernizarse con nuevas tecnologías, por lo cual el 58% demuestra que tiene mucho interés en cambiar y ser más competitivo, Según nos indica el autor Cárdenas Dávila Nelly las empresas se vuelven competitivas al ejecutar dos

requerimientos primordiales, el primero someterse a una presión de competencia que exija extender esfuerzos para optimizar su eficiencia productiva y sus productos; segundo incluir esfuerzos de cada empresa relacionadas en redes , viéndose apoyada por una serie de instituciones.

- El 48% de Mypes cada 2 a 4 años actualiza su infraestructura y brinda mantenimiento a sus maquinarias de acuerdo al uso y seguimiento que se le dé a cada una de ellas, para alcanzar altos niveles de satisfacción de sus clientes. Porter (2001), detalla que se debe incluir más énfasis en infraestructura de producción, comercialización y no solo en infraestructura genérica.
- En su totalidad, las Mypes de este giro manifiestan que sus decisiones las toman en grupo, permitiéndoles identificar con mejor facilidad los problemas. Gonzales (2005) indica que la única finalidad es identificar faltas y deficiencias de la gestión presente.
- Se debe contar con profesional competitivo, con habilidades, virtudes y que tenga la capacidad de tomar buenas decisiones cuando surjan problemas. Según Broncano (1999), para alcanzar una administración óptima, se debe tener claros los objetivos y metas, para así poder implementar mejoras que permitan lograr lo que se persigue.
- Finalizamos con la conclusión, que cuando de calidad se trata hay que cumplir estrictamente con la calidad de procesos, calidad de ambiente de trabajo, calidad de medio ambiente, calidad de atención a los clientes, calidad de seguridad al personal de trabajo, usuarios y comunidad en general. Para lograr la calidad total implica tener un compromiso contundente hacia la mejora continua de procesos y productos. (Mauricio Lefcovich).

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Gestión de Calidad

De acuerdo a lo que nos indica el autor Deming (1989):

“Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente”.

La calidad es un grado de uniformidad y fiabilidad predecible, de bajo coste y adecuado al mercado. Es decir, la calidad es todo lo que el consumidor necesita y aspira. En vista de que las necesidades y deseos del consumidor son siempre cambiantes, el modo de definir la calidad con referencia al consumidor consiste en determinar constantemente los requerimientos.

Aumenta la productividad, mientras la variabilidad disminuye. El control de calidad es necesario, ya que todas las cosas varían. El control estadístico no significa la separación de productos o servicios defectuosos, sino que más bien permite anticipar los límites de las variaciones. Hay dos tipos de variación: fortuitas e imputables. Es inútil tratar de erradicar los defectos causados por el azar. Pero en ocasiones puede resultar muy difícil distinguir entre los dos, o determinar las causas imputables. No basta con responder a las especificaciones; también es primordial reducir la variación.

Los 14 Puntos de Deming

- 1. Cree una constancia del propósito para el mejoramiento del producto y del servicio.** La visión debe emplazar la cultura empresarial y proporcionar un

objetivo a la organización. Esta visión le da a la organización una perspectiva a largo plazo. Evalúe el compromiso de la dirección, y determine cómo está actuando la organización en relación con otras empresas.

2. **Adopte la nueva filosofía.** La revolución de la calidad es comparable en importancia económica a la Revolución industrial. Es concurrente con la globalización de la economía.
3. **Deje de depender de la inspección para lograr calidad.** Introducir herramientas modernas de calidad, como el control estadístico de procesos, el diseño de experiencias, las operaciones evolutivas y el despliegue de la función de la calidad. La inspección únicamente sirve para evaluar un problema, y no permite ninguna corrección. A menudo se dice que no se puede “inspeccionar la calidad”.
4. **Minimice el coste total operando con un solo proveedor; termine con la práctica de asignar operaciones sólo sobre la base del precio.** No se deben llevar a cabo acuerdos comerciales a tontas y a ciegas con el más bajo proponente. En lugar de eso, se debe reducir al mínimo el coste total. Opte por un solo proveedor para cada artículo, estableciendo una relación a largo plazo sobre la base de la lealtad y la confianza.
5. **Mejore constantemente y para siempre cada proceso.** No basta simplemente con resolver los problemas. La mejora continua de la calidad y de la productividad reduce constantemente los costes. Se trata de Prevenir los defectos y mejorar el proceso. Para lograr un mejoramiento es indispensable conocer la respuesta de los consumidores y de los vendedores o proveedores.

6. **Instituya la capacitación en la función.** Se aplica la capacitación a todos los niveles de la organización, desde la escala más baja hasta la más alta. No excluya la posibilidad de que los mejores instructores puedan ser sus propios empleados.
7. **Adopte e instituya el liderazgo.** El liderazgo surge de las habilidades interpersonales, los conocimientos. Todos pueden y deberían ser líderes. Las cualidades del liderazgo ya no se consideran innatas y enigmáticas; pueden ser adquiridas. Los líderes tienen el objetivo de eliminar barreras que impiden al personal y a las máquinas obtener su nivel óptimo de rendimiento.
8. **Elimine el temor.** Los temores nacen del liderazgo inseguro que se respalda en las normas laborales, en la autoridad, en el castigo y en una cultura empresarial que promueve la competencia interna fuera de lugar en una empresa eficiente. Muchas veces también puede originarse en el abuso emocional y físico por parte de los colegas y superiores. Ese temor puede ser vencido al identificar y cubrir las brechas en la comunicación, la cultura y la capacitación.
9. **Derribe las barreras entre las áreas del personal.** Se debe trabajar en equipo, en pos de una meta común. Es necesario crear nuevas estructuras organizativas. Transformar el organigrama es una experiencia que atemoriza, pero resulta necesaria para lograr el correcto equilibrio y perspectiva.
10. **Elimine los eslóganes, las exhortaciones y los objetivos para la plantilla.** Las campañas o programas que asignan una tarea, pero dejan al trabajador sin poder como para lograr un objetivo representan una administración por medio del temor.

11. **Elimine las cuotas numéricas para los trabajadores y las metas numéricas para la dirección.** Elimine la administración por números, substituya el liderazgo. Las cuotas numéricas no tienen en cuenta los factores estadísticos que afligen a todos los trabajadores. Todos los trabajadores no pueden estar por encima del promedio; tampoco todos por debajo del mismo. La práctica tradicional en la ingeniería industrial es la “administración por números” y a esto alude precisamente Deming. Las mediciones del trabajo dieron resultado hasta una cierta etapa en el desarrollo industrial, pero la sociedad y las empresas han evolucionado más allá de eso.
12. **Elimine las barreras que impiden que el personal experimente orgullo por la tarea.** Elimine las barreras que impiden a la gente de dirección e ingeniería la posibilidad de estar orgullosos de su tarea. Esto quiere decir suprimir las calificaciones por mérito o anuales y la administración por objetivos.
13. **Instituya un vigoroso programa de capacitación y auto superación para todo el personal.** La capacitación ayuda a obtener un cambio inmediato de conducta. Los resultados de la formación pueden no manifestarse de inmediato, pero cada uno de ellos suelen tener efectos importantes en el largo plazo. Si hablamos del auto superación es una tarea progresiva de educación y desarrollo de uno mismo. Esto quiere decir la implementación de cursos de administración del tiempo, la reducción del estrés, permitir al personal que utilice su tiempo de trabajo para practicar una actividad física o permitir a los empleados que tienen trabajos más activos participar en tareas intelectuales o cursos.

14. **Haga trabajar a todo el personal de la compañía para lograr la transformación.** Es primordial un compromiso de los altos niveles directivos a fin de lograr el esfuerzo necesario para la transformación.

Según el autor Moses Juran (1990), nos detalla dos definiciones, la primera es la calidad, la cual está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y, como consecuencia de eso producen ingresos. Por ello, una mejor calidad generalmente cuesta más.

La segunda forma de calidad se enfoca en los costes y consiste en la ausencia de fallas y deficiencias. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta menos.

Para lograr la calidad se abarca tres procesos fundamentales: la planificación de la calidad, el control de la calidad y el mejoramiento de la calidad, considerada Trilogía de Juran, la cual deben tener en cuenta los grandes ejecutivos para aumentar y mantener su competitividad desde el punto de vista de la calidad ya sea en bienes o servicios y nos permita mantenernos fuertes en el mercado laboral tan competitivo hoy en día.

El concepto de Juran se basa en la planificación, control y mejora de la calidad:

- **PLANIFICACION DE LA CALIDAD:** Crear un plan que nos permita cumplir las metas establecidas, determinando las expectativas y necesidades del cliente con nuevos procesos óptimos los cuales permitirán obtener productos y servicios de calidad.
- **CONTROL DE LA CALIDAD:** Vigilar los procesos con eficiencia y eficacia optima, aplicando un control planificado en la toma de datos, la

comparación con respecto a las referencias dadas y la actuación sobre las diferencias de los procesos.

- **MEJORA DE LA CALIDAD:** Comprende el análisis a partir de los resultados de calidad y su aplicación práctica para mejorar; se identifica las causas, problemas y en relación a ellos se busca soluciones y se hace un seguimiento de mejora.

CERO DEFECTOS

Según el autor Crosby “Las personas son seres humanos y los humanos cometen errores”. Nada puede ser perfecto mientras intervengan seres humanos”.

Los errores son generados por dos factores: falta de conocimiento y falta de atención. El conocimiento se mide y las deficiencias se corrigen a través de medios comprobados.

La persona que se compromete a vigilar cada detalle y a evitar con cuidado los errores, está dando un paso enorme hacia la fijación de la meta de Cero Defectos en todas las cosas.

LOS 14 PUNTOS DE MEJORA CONTINUA

Philp B. Crosby, en los años 60, propuso un programa de 14 pasos tendiente a lograr el objetivo de "cero defectos" empleando la planeación, implementación y operación de un programa exitoso en el mejoramiento de la calidad. Mediante el programa se plantea la posibilidad de lograr la perfección, mediante la motivación de los

trabajadores por parte de la dirección de la organización, Facilitando un gran peso a las relaciones humanas en el trabajo.

Los catorce pasos son los siguientes:

1. Compromiso de la dirección: La alta dirección debe comprometerse y definir una política de mejora de la calidad.
2. Equipos de mejora de la calidad: Se deben formar equipos de mejora a través de los representantes de cada departamento.
3. Medidas de la calidad: Se deben reunir estadísticas y datos para analizar las tendencias y los problemas en el funcionamiento de la organización.
4. El costo de la calidad: Esto implica el coste de hacer las cosas mal y de no hacerlas bien a la primera.
5. Tener conciencia de la calidad: Se adiestrará a toda la organización enseñando el coste de la no calidad con el objetivo de evitarlo.
6. Acción correctiva: Se deberá emprender medidas supervisoras sobre posibles desviaciones.
7. Planificación cero defectos: Mediante la planificación se definirá un programa de acción con el objetivo de prevenir errores en lo sucesivo.
8. Capacitación del supervisor: La dirección deberá elaborar y ejecutar el programa de mejora.
9. Día de cero defectos: Se considera la fecha en que la organización experimenta un cambio real en su funcionamiento.
10. Establecer las metas: Se determinan los objetivos para reducir errores.
11. Eliminación de la causa error: Se elimina lo que interrumpe el cumplimiento del programa de actuación error cero.

12. Reconocimiento: Se establecerán recompensas para aquellos que cumplan las metas, objetivos establecidos.
13. Consejos de calidad: Se intenta unir a todo el grupo de trabajadores mediante la comunicación.
14. Empezar de nuevo: Mejorar la calidad es un ciclo continuo que no termina nunca. (Alvarado & Rivas, 2006)

Importancia de la Gestión de Calidad

En el transcurrir diario las exigencias de los consumidores en los actuales escenarios económicos es muy notable, fundamentalmente por el rol que desempeña la calidad y en donde, las empresas exitosas están completamente identificadas que ello constituye una buena ventaja competitiva.

La gerencia moderna está muy comprometida como algunos señalan a responder continuamente a las exigencias de un entorno que cada vez es más dinámico, turbulento e imprevisible.

Todo ello hace necesario, la adopción de un sistema gerencial con dirección a la calidad que favorezca a los logros, objetivos establecidos y haga más competitivas a las empresas.

Macías (2016), dijo que las empresas modernas de hoy en día saben, que para mantenerse en los mercados y garantizar una buena participación se debe tener presente, que la calidad actualmente es muy importante tenerla bien controlada, porque ella involucra como se sabe:

- “Satisfacer plenamente las necesidades del cliente.”

- “Cumplir las expectativas del cliente y algunas más.”
- “Despertar nuevas necesidades del cliente.”
- “Lograr productos y servicios con cero defectos.”
- “Hacer bien las cosas desde la primera vez.”
- “Diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.”
- “Producir un artículo o un servicio de acuerdo a las normas establecidas.”
- “Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.”
- “Sonreír a pesar de las adversidades.”
- “Una categoría tendiente siempre a la excelencia.”
- “Calidad no es un problema, es una solución.”

Por otra parte el mismo autor preciso que se debe administrar adecuadamente algunas características de la Gestión de Calidad como:

- ✓ Gestión
- ✓ Perfeccionamiento
- ✓ Procesos
- ✓ Desempeño
- ✓ Capacitación
- ✓ Proveedores

Por lo tanto se puede decir que el Sistema de gestión de la calidad, es el conjunto de normas ínter relacionadas de una empresa u organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes.

Los sistemas de calidad son diseñados para establecer y facilitar las tareas productivas de la empresa, mediante métodos relacionados con la actividad; que permiten controlar, evaluar y resolver de manera permanente el proceso operativo y los problemas inherentes, tomando en cuenta los aspectos directos e indirectos respecto de la calidad (Macias, 2016).

Sistema de Gestión de Calidad

El autor Rafael J. (2009) nos explica que hoy en día usualmente se escucha las frases: “Nuestro Sistema de Gestión de la Calidad”, “El Sistema de Gestión de la Calidad de XXX”, sin tener muchas la más mínima idea de lo que esto significa, su concepto y los beneficios que puede traer a una organización cuando este se efectúa con compromiso y liderazgo.

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) son actividades organizadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para conseguir la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que contribuyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

Dividimos las palabras por separamos y se definen así:

Sistema: Conjunto de elementos que relacionados entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objetos (Real Academia Española, 2001).

Como ejemplo podemos citar los ecosistemas, los cuales están compuesto de varios elementos relacionados entre sí, tales como: Agua, clima, tierra y aire.

Gestión: Es la acción o efecto de hacer actividades para el logro de un negocio o un deseo cualquiera (Real Academia Española, 2001).

Después de estas dos definiciones concluimos que un Sistema de Gestión de la Calidad son actividades empresariales, controladas y planificadas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad.

Entre los elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad, se encuentran los siguientes:

1. Estructura Organizacional
2. Planificación (Estrategias)
3. Recursos
4. Procesos
5. Procedimientos

La Estructura Organizacional es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.

La Planificación constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos planteados. Una correcta planificación permite responder las siguientes preguntas en una organización:

- ¿A dónde queremos llegar?
- ¿Qué vamos hacer para lograrlo?
- ¿Cómo lo vamos hacer?

- ¿Qué vamos a necesitar?

Los elementos descritos anteriormente, están enlazados entre sí (de ahí a que es un SISTEMA) y su vez son gestionados a partir de tres procesos de gestión.

El Recurso es aquello que vamos a necesitar, para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc).

Los Procedimientos son el conjunto de pasos puntualizados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos.

Todos estos elementos descritos anteriormente, están relacionados entre sí y a su vez son gestionados a partir de tres procesos de gestión, como bien dice Juran: Planear, Controlar y Mejorar.

2.2.2. Competitividad

Según Michael Porter (1990):

“La Competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto”

Porter plantea el enfoque de la ventaja competitiva como “el valor que una empresa logra crear para sus clientes, y que supera los costos”. Estas ventajas competitivas pueden ser mejoras que otorguen un valor agregado al producto, como por ejemplo, que el proceso de distribución sea más eficiente, un precio que supere la oferta de la competencia, entre otros aspectos que permiten que la empresa posea características

por las que el cliente la prefiera por encima de empresas que ofertan el mismo producto.

La medición de la competitividad involucre el determinar los componentes o factores que la generan y el grado de impacto de los mismos. Así como existen varias definiciones de competitividad, también existen varias metodologías que buscan medir determinados elementos de la competitividad, considerando diferentes factores condicionantes. (García Ramírez, 2015)

¿Qué tiene en cuenta Porter el proceso estratégico?

Se considera lo siguiente:

La visión. Se enfoca hacia el futuro, lo que hace que una empresa se comience a describir a sí misma y sepa que es que quiere lograr. La definición de la misión debe contemplar todos los valores de la empresa.

La misión. Es una de las cosas más importantes y por eso va en primer segundo lugar, se debe saber cuál es la misión por medio de la razón de ser de la empresa. Está debe ser a su vez independiente.

Los valores. Por medio de los valores, les dices a los demás cuáles son tus prioridades y cuáles son los puntos más importantes de tu empresa. En este punto, debes destacar lo que hace a tu empresa única y la hace destacar por encima de las demás. Responde a la pregunta ¿qué es importante para mi empresa?

Solamente tras haber definido estos tres conceptos es que puedes comenzar a formular una estrategia, según Porter. Tener estos puntos ya te da una ventaja competitiva en el

mundo de los negocios, pues te permite dirigir esfuerzos y comenzar siempre con un fin en la mente.

Para comenzar, se debe tener en cuenta el liderazgo de costos. En este punto se debe conocer el costo que ofrecen todas las empresas que dan el mismo servicio que tú y ofrecer el precio más bajo que te sea posible.

Esto hace que cualquier empresa pueda cobrar menos por sus servicios y de esta forma atraer a un mayor número de personas.

La diferenciación. Se debe lograr que tanto las personas, como los clientes tengan un concepto único respecto a la empresa. La diferenciación, se logra gracias a un concepto excepcional de la imagen de la empresa.

El enfoque del negocio. Se debe enfocar toda la energía en la venta de un solo producto en vez de intentar vender varios, considerando las bases de la empresa.

Porter garantiza el éxito si:

- Cumples con totalidad la estrategia que has establecido desde el inicio.
- Estableces a cada área los recursos apropiados que se requieren para cada cosa.
- Comunicas siempre que puedas sobre los valores de la empresa e impulsas a seguir adelante, aplicando ello.
- Tienes la capacidad de reconocer las dificultades que puedan aparecer y ser capaz de resolverlos con la conducción adecuada.
- Tienes la capacidad de crear un ambiente de negocio íntegro y evaluar todos los constantes cambios que se van manifestando.

Por otra parte el mismo autor preciso que para ser competitivos también se debe considerar la adecuada administración de algunas características de la competitividad como lo son:

- Posicionamiento
- Tecnología
- Fidelización del cliente
- Potencial Competitivo
- Infraestructura
- Nivel de satisfacción

Las Cinco Fuerzas de Porter:

Son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. Si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma.

1. **Amenaza de la entrada de los nuevos competidores.** Esta es una de las fuerzas más famosas y que se utiliza en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado.
2. **Poder de negociación de los proveedores.** Facilita a los proveedores de la empresa, los instrumentos primordiales para poder lograr sus objetivos.
3. **Poder de negociación de los compradores.** Cuando se adquieren conflictos con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo

más alto que otros similares en el mercado y de acuerdo a que los compradores están bien organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios.

4. **Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos.** Una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser eficaces, reales y más baratos que el que vende la empresa inicial. Esto hace que dicha empresa tenga que bajar su precio, esto conlleva a una reducción de ingresos en la empresa.
5. **Rivalidad entre competidores.** Se compite de manera directa con otras empresas de la industria que elaboran el mismo producto.

Ello trae como resultado:

- ✓ Que surjan un número de competidores más grande y que todos estén en equilibrio.
- ✓ Que los precios y el stock sean más elevados.
- ✓ Que el producto no llegue a los clientes
- ✓ Que se busquen nuevas estrategias con costes elevados.
- ✓ Que el mercado se sature
- ✓ Que hayan diversos competidores.

El objetivo de las cinco fuerzas es verificar el valor vigente de la empresa y la proyección futura, consiguiendo sacar el máximo rendimiento de una empresa en un buen tiempo. (Riquelme Leiva, 2015)

De acuerdo a lo que nos detalla el autor Krugman nos indica que la competitividad es la capacidad de una empresa para ser productiva y adquirir las ventajas que le

accederán incorporarse al mercado mundial de forma eficiente, Estas superioridades pueden ser resultado de:

- ✓ La calidad
- ✓ La tecnología
- ✓ El aprovechamiento de economías de escala
- ✓ Una excelente comercialización

Y en general cualquier marco económico adecuado para desarrollar actividades de producción.

Paul Krugman, señala que el término "competitividad" es utilizado por muchos maestros y consultores con la finalidad de vender más libros y lograr mayores ingresos. La competitividad está relacionada con la forma en que una nación compite con el resto de naciones proporcionando mejores productos y servicios, tal como lo harían corporaciones como Nestlé y Kraft Foods. En otras palabras, competitividad tiene que ver con la idea ampliamente aceptada de que las naciones compiten entre sí como lo hace General Motors con Toyota; lo cual no es del todo cierto. Si un país quiere incrementar el nivel de bienestar de sus ciudadanos, debe incrementar sus niveles de productividad en términos absolutos y no necesariamente en términos relativos al resto de países.

No es apto tratar a una empresa y a una nación en forma indistinta, en especial en lo referente al tema de la competitividad, la obsesión por la competitividad muchas veces lleva a posturas erróneas, peligrosas y por lo general simplista (Chavez Arroyo, 2008)

Competitividad en precios o en otros factores

La empresa es competitiva en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer sus productos a un precio que le permite cubrir los costos de producción y adquirir un rendimiento sobre el capital invertido. Sin embargo, en algunos mercados los precios de productos que compiten entre sí puede variar, y una empresa puede tener la capacidad de colocar un producto a un precio mayor que la competencia debido a factores distintos del precio, como la calidad, la imagen, o la logística.

Definición de Competitividad Internacional

La competitividad de un país se refiere a su capacidad de vender productos o servicios en el mercado internacional, en relación a los otros competidores en el mercado. La competitividad de un país estaría definida por la suma de la competitividad de las firmas de ese país.

El estudio de los factores que determinan la competitividad nacional es importante debido a que el estado puede influir en la misma mediante su política económica.

Básicamente existen dos enfoques para en análisis de la competitividad: el enfoque tradicional, el enfoque estructural

- **Enfoque Tradicional**

El enfoque tradicional de la competitividad se fundamenta en los costos laborales y el tipo de cambio. Estos dos factores fijan los precios de los productos de un país en el mercado internacional, en relación a los precios de los productos de países extranjeros. Este enfoque otorga importancia a las devaluaciones y orienta la política económica en la reducción de costos.

- **Enfoque Estructural**

Se desprende de este enfoque que se deben concentrar esfuerzos en el aumento de la productividad y la incorporación y desarrollo de tecnología, lo que no siempre se logra mediante la disminución de costos o las devaluaciones. (Anzil, 2008)

El Sentido de la Competitividad

Las empresas de hoy en día permanecen y son famosas si son competitivas, pues en un mundo competitivo, en donde se mezclan empresas en competencia íntegra, todas logran mayor productividad con los recursos que adquieran a su disposición o, si se quiere analizar la competitividad desde los óptimos posibles, hay que tener en cuenta que no se puede ir más allá de los factores de producción con los que se cuenta; de lo contrario, las empresas mueren.

La primera parte de la investigación indica la contribución de la ciencia económica para el estudio de la competitividad, sin embargo, no son suficientes para comprender el mundo empresarial, que es a donde se dirige la investigación. Por ello, en la segunda parte se crean disciplinas, para entender la competitividad empresarial.

Cuando las empresas participan en un mundo globalizado, deben tener estos puntos de referencia si quieren ser competitivas. Los informes sobre estos indicadores, en particular el Global Competitiveness Report (Foro Económico Mundial, 2008) y el World Competitiveness Yearbook (International Institute for Management Development, 2008), son un aporte para tal fin. (Cabrera Martínez, Lopez Lopez, & Mendez, 2012)

Factores que determinen la Competitividad

Cárdenas, N. (2010). Según el autor, se señalan los más importantes:

a. Capacidades directivas

La competitividad depende de las habilidades, capacidades de innovar, intuición, creatividad, planear y resolver problemas, trabajar individualmente y en equipo, aprender responsabilidades, con el objetivo de cambiar nuestras formas de dirigir grupos de personas y negocios.

b. Calidad en la producción o prestación de servicios – diferenciación

Ser competitivo hoy en día es diferenciarse por la calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios.

c. Ventajas competitivas (costo-calidad)

Las empresas competitivas son aquellas que ofrecen continuamente productos y servicios con tribuciones apreciados por los clientes. A esas características que distinguen al producto de una empresa de sus competidores se llaman ventajas competitivas.

d. Recursos tecnológicos

Las empresas deben adaptarse a las exigencias de los clientes, deben vigilar minuciosamente las mejoras que se introduzcan tanto en los productos o servicios como en los procesos.

e. Innovación

El triunfo de las empresas se logran con el perfeccionamiento de nuevos productos, adecuarse a los cambios es mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa.

f. Recursos humanos-capacitación laboral

Las empresas logran el triunfo creando mecanismos que permitan captar candidatos dispuestos a trabajar, creando técnicas que les permitan crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

g. Recursos financieros

Los esquemas financieros son primordiales para lograr el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño.

h. Cultura

Las empresas que posean fuertes valores culturales lograrán que sus trabajadores tengan claro cuál es su misión, qué deben hacer y qué se espera de ellos, a quién delegar en caso necesario y, lo que es más importante, cómo actuar ante situaciones imprevisibles. (Estrada Barcenás, García Pérez, & Sánchez Trejo, 2009)

2.2.3. Micro y Pequeñas Empresas

Según el Art. 02 de la Ley de Promoción y Formalización de Micro y pequeña empresa (2003), establece que la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica formalizada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier manera de organización o gestión empresarial estimada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tienen tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

La Mype es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), teniendo como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, etc., de bienes o servicios (SUNAT, 2003)

Características de la MYPE

Las MYPES deben reunir las siguientes características:

a. El número total de trabajadores:

La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.

La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

b. Niveles de ventas anuales:

La microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

La pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Además las microempresas se dedican primordialmente a actividades comerciales o de servicios y la mayoría de ellas se encuentra en Lima.

Cualitativamente la MYPE es un sector esencialmente joven ya que casi el 50% de empresarios tienen menos de 24 años y están dispuestos a asumir distintos riesgos para conseguir el crecimiento. La informalidad también es una característica de este sector ya que aproximadamente el 70% de la MYPE es informal, esto debido a la falta de capacitación a los empresarios sobre los beneficios de la formalidad. (SUNAT, 2003)

Importancia de la MYPE en la economía

Según nos confirma el autor Vasquez (2013):“En la actualidad las MYPES implican un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma

que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje que aumenta hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas”.

Además el mismo autor señala que se debe administrar debidamente algunas características de las Mypes como:

- Establecimiento
- Tiempo de creación
- Recursos Humanos

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

- Oprimen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incitan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Aportan al ingreso nacional y al crecimiento económico.

III. HIPOTESIS

Para el presente estudio no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, p. 140, 2003).

IV. METODOLOGIA

4.1. Tipo:

DESCRIPTIVO

Descriptivo porque la investigación permitirá describir las principales características de las variables y sus dimensiones de estudio, centrándose en recolectar datos de distintas fuentes que nos permitan describir la investigación tal y como es. (Hernandez Sampieri, 2006)

4.2. Nivel:

CUANTITATIVO

Cuantitativa porque usamos magnitudes numéricas tratadas mediante herramientas del campo de la estadística y matemáticas para obtener resultados reales sobre las variables analizadas. (Hernández Sampieri, 2006)

4.3. Diseño de la Investigación:

Con la finalidad de elaborar la presente investigación se utilizó:

DISEÑO: NO EXPERIMENTAL DE CORTE TRANSVERSAL

No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no se hizo variar intencionalmente las variables independientes. Lo que se hizo en la investigación no experimental fue observar fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural, para después analizarlos.

Corte Transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único.

Su propósito fue describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (Hernández Sampieri, 2006)

4.4. Población y muestra.

4.4.1. Población

La población real estuvo representada por los 11 gerentes de las MYPES formales del Distrito de Monsefú, año 2018 las cuales cuentan con licencia de funcionamiento otorgada por la Municipalidad Distrital de Monsefú.

4.4.2. Muestra

La muestra se conforma por 11 Gerentes de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018, siendo así la muestra por conveniencia y teniendo en consideración el aspecto económico se toma la $N=n$

4.5. Criterio de Inclusión y Exclusión

Criterio de Inclusión para la variable Gestión de Calidad

Gerentes o Representantes Legales.

Criterio de Exclusión para la variable Gestión de Calidad

Clientes y trabajadores

Criterio de Inclusión para la variable Competitividad

Gerentes o Representantes Legales.

Criterio de Exclusión para la variable Competitividad

Trabajadores y clientes

4.6. Operacionalización de Variables

VARIABLE DE GESTION DE CALIDAD EN LAS MYPES:

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSION	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
GESTION DE CALIDAD	La calidad es un grado de uniformidad y fiabilidad predecible, de bajo coste y adecuado al mercado. Es decir, la calidad es todo lo que el consumidor necesita y aspira. En vista de que las necesidades y deseos del consumidor son siempre cambiantes, el modo de definir la calidad con referencia al consumidor consiste en determinar constantemente los requerimientos. (Deming, 1989)	Características de la Gestión Calidad	La dimensión de la variable Gestión de Calidad de las Mypes, se mide con los indicadores: gestión, perfeccionamiento, procesos, desempeño del personal, capacitación y proveedores. Con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Gestión	1. ¿Aplica una buena gestión de calidad?	Cuestionario
				Perfeccionamiento	2. ¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	Cuestionario
				Procesos	3. ¿Qué procesos ejecuta en su empresa?	Cuestionario
				Desempeño del personal	4. ¿Al momento de contratar personal que considera?	Cuestionario
					5. ¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento del personal?	Cuestionario
				Capacitación	6. ¿Ud. capacita a su personal?	Cuestionario
					7. ¿Si la respuesta es positiva ¿Qué cambios logró?	Cuestionario
				Proveedores	8. ¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?	Cuestionario

VARIABLE DE COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES:

VARIABLE	DEFINICION	DIMENSION	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTO
COMPETITIVIDAD	La Competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto (Porter,1990)	Características de Competitividad	La dimensión de la Competitividad de las Mypes, se mide con los indicadores: posicionamiento, tecnología, potencial competitivo, infraestructura, fidelización del cliente y nivel de satisfacción. Con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Posicionamiento	9. ¿Considera su empresa competitiva?	Cuestionario
				Tecnología	10. ¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?	Cuestionario
				Fidelización del cliente	11. ¿Porque Cree que los clientes compran en su establecimiento?	Cuestionario
					12. ¿Qué estrategia utiliza para fidelizar a sus clientes?	Cuestionario
				Potencial Competitivo	13. ¿Conoce a sus principales competidores?	Cuestionario
					14. ¿Genera mayores ventas que su competencia?	Cuestionario
				Infraestructura	15. ¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	Cuestionario
				Nivel de satisfacción	16. ¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?	Cuestionario

MYPES:

VARIABLE	DEFINICION	DIMENSION	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTO
MYPE	La Mype es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), teniendo como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, etc., de bienes o servicios (Sunat 2003)	Características de las Mypes	La dimensión "Mypes", se mide con sus indicadores: establecimiento, tiempo y recursos humanos. Con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Establecimiento	17. Situación del establecimiento	Cuestionario
				Tiempo de creación	18. ¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?	Cuestionario
				Recursos Humanos	19. ¿Cuántas personas trabajan el negocio?	Cuestionario
					20. En temporadas que sus ventas aumentan ¿contratan personal temporal?	Cuestionario

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se aplicó en la presente investigación ha sido la encuesta de tipo personal y el instrumento fue el cuestionario con preguntas cerradas y abiertas estructuradas (20 preguntas).

Para realizar la presente investigación se recurrió a las técnicas e instrumentos siguientes:

Cuestionarios:

Se aplicó a 11 Gerentes de las MYPES del Distrito de Monsefú. El tiempo utilizado en la aplicación de este cuestionario fue de 10 a 15 minutos, sin tener inconvenientes o dificultades en su aplicación.

La observación:

Esta técnica se utilizó haciendo un recorrido por las diferentes calles o avenidas del Distrito de Monsefú, con el propósito de identificar las direcciones de las Mypes formalizadas.

Análisis Documental:

Se procedió a la consulta bibliográfica de textos relacionados al tema, libros, revistas, Internet, tesis, Municipalidad Distrital de Monsefú, Ministerio de Trabajo, INE y otros documentos vinculados a la investigación.

Se solicitó a la Municipalidad Distrital de Monsefú el padrón de panaderías formalizadas.

4.8. Plan de Análisis:

Una vez obtenido los resultados de las encuestas, se procederá a ingresar a una base de datos en Microsoft Excel, plasmando los resultados obtenidos de los cuestionarios mediante los gráficos y tablas con la finalidad de poder posteriormente interpretarlos y así poder analizarlos obteniendo las conclusiones respectivas a los intereses del objetivo de estudio.

4.9. Matriz de Consistencia:

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO		HIPOTESIS	METODOLOGÍA
		OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
<p>CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL GIRO PANIFICADORAS DEL DISTRITO DE MONSEFÚ, AÑO 2018.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y competitividad de las MYPES del giro panificadoras del distrito de Monsefu año 2018?</p>	<p>Determinar las características de Gestión de calidad y Competitividad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar las Características de la Gestión de Calidad de las Mypes del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018. - Determinar las Características de Competitividad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018. - Determinar las características de las Mypes del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018. 	<p>Para el siguiente estudio no se formalizará hipótesis, porque su alcance no implica una influencia o casualidad.</p> <p>Hernández, Fernández y Batista, p. 140 – 2003.</p>	<p>Tipo de Investigación Descriptiva</p> <p>Nivel de Investigación Cuantitativa</p> <p>Diseño de Investigación No experimental</p> <p>Universo o Población Población real 11 Gerentes</p>

4.10. Principios Éticos

Confidencialidad:

Mediante la cual se queda bajo estricta reserva la información brindada por parte de los gerentes o representantes legales de las MYPES, los cuales actuaron como informantes en la elaboración de la presente investigación y no será divulgada. Esta relación se basó en la confianza mutua.

Objetividad:

Implicó analizar la situación encontrada con total equidad y se actuó sin imparcialidad alguna en la ejecución de la investigación.

Originalidad:

Implicó citar a las fuentes bibliográficas con el fin de demostrar la no existencia de plagio intelectual y respetando la propiedad intelectual.

Respeto

Se respetó cada una de las ideas de los gerentes o representantes legales al momento de ser encuestados e incluso la privacidad de sus identidades.

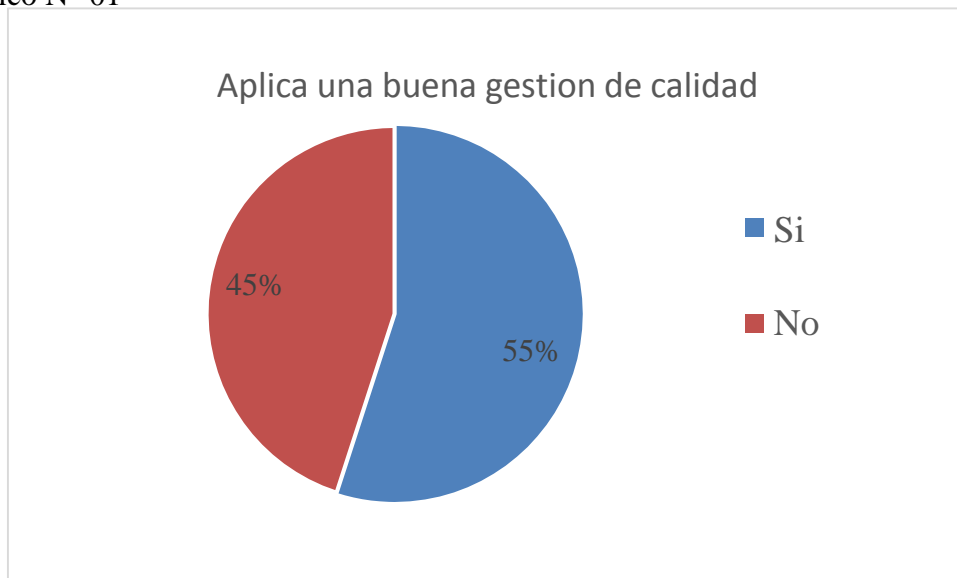
V. RESULTADOS

RESPECTO A LA GESTION DE CALIDAD

Tabla y Gráfico 1: ¿Aplica una buena Gestión de Calidad?

ITEM	N°	%
Si	5	55%
No	6	45%
Total	11	100%

Gráfico N° 01

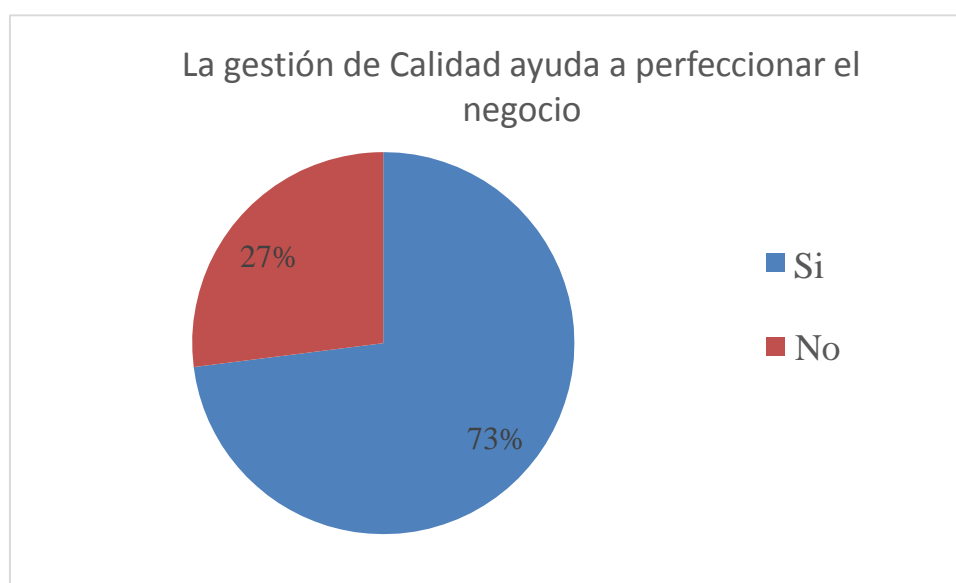


El 55% aplica una buena gestión de calidad y el 45% no aplica una buena gestión de calidad.

Tabla y Gráfico 2: ¿La gestión de Calidad ayuda a perfeccionar el negocio?

ITEM	N°	%
Si	8	73%
No	3	27%
Total	11	100%

Gráfico 02:

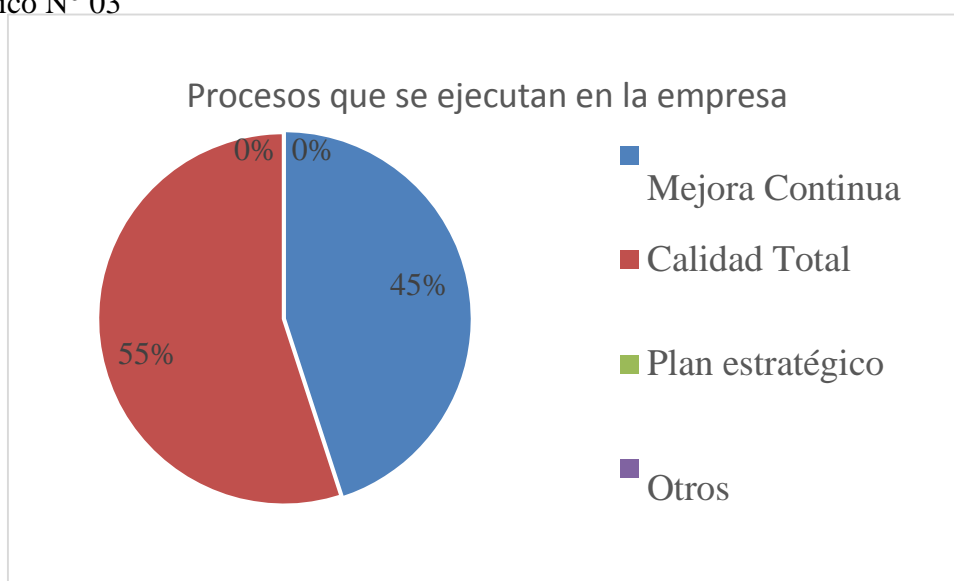


El 73 % opina que la gestión de calidad si ayuda a perfeccionar el negocio y el 27% opina que no.

Tabla y Gráfico 3: ¿Qué procesos ejecuta en su empresa?

ITEM	N°	%
Mejora Continua	5	45%
Calidad Total	6	55%
Plan estratégico	0	0%
Otros	0	0%
Total	11	100%

Gráfico N° 03

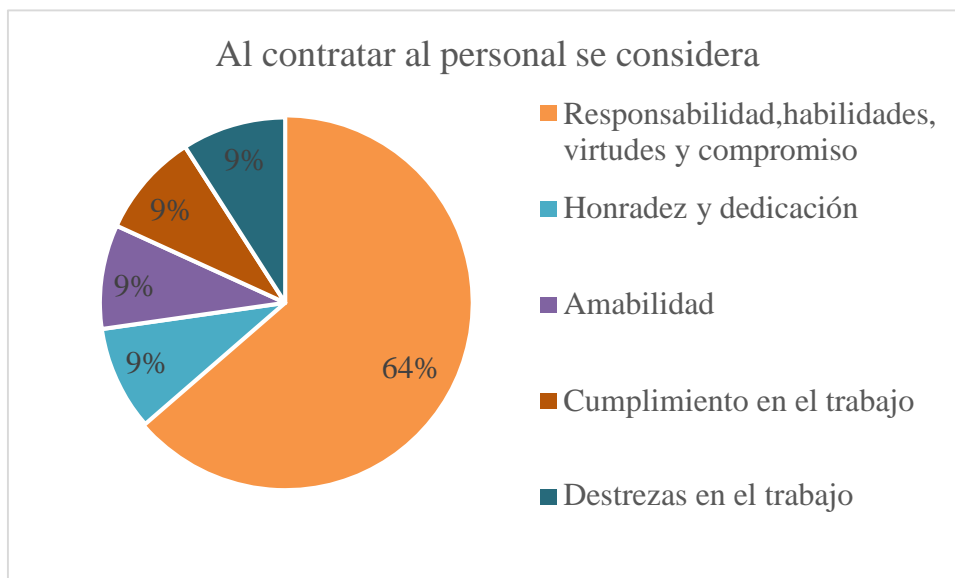


El 55% aplica el proceso de Calidad total y el 45% la Mejora continua.

Tabla y Gráfico 4: Al momento de contratar personal ¿que considera?

ITEM	N°	%
Responsabilidad, habilidades, virtudes y compromiso	7	64%
Honradez y dedicación	1	9%
Amabilidad	1	9%
Cumplimiento en el trabajo	1	9%
Destrezas en el trabajo	1	9%
Total	11	100%

Gráfico N° 04

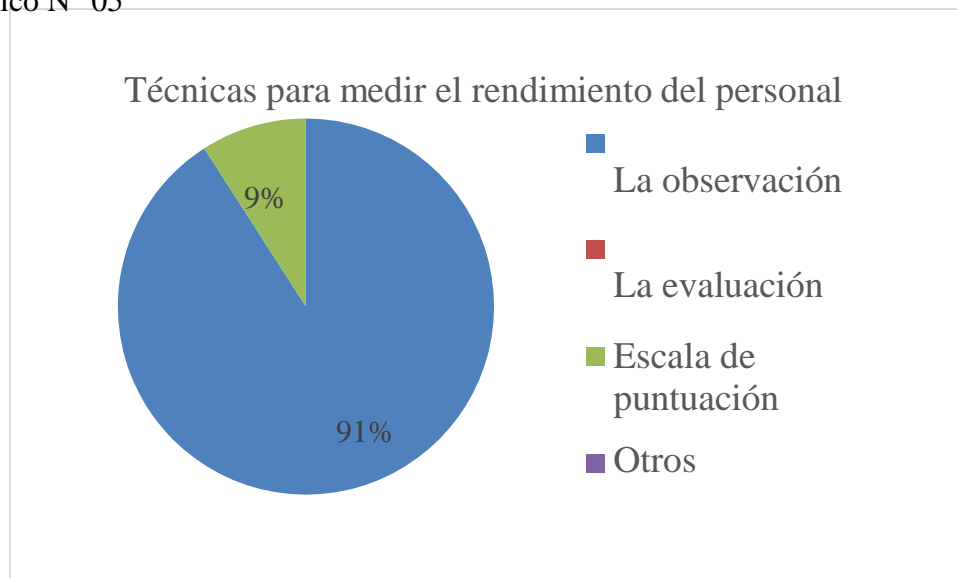


El 64% considera responsabilidad, habilidades, virtudes y compromiso al contratar a su personal, el 9% considera honradez y dedicación, otro 9% considera amabilidad, otro 9% considera cumplimiento en el trabajo y el otro 9% considera destrezas en el trabajo al contratar a su personal.

Tabla y Gráfico 5: ¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?

ITEM	N°	%
La observación	10	91%
La evaluación	0	0%
Escala de puntuación	1	9%
Otros	0	0%
Total	11	100%

Gráfico N° 05

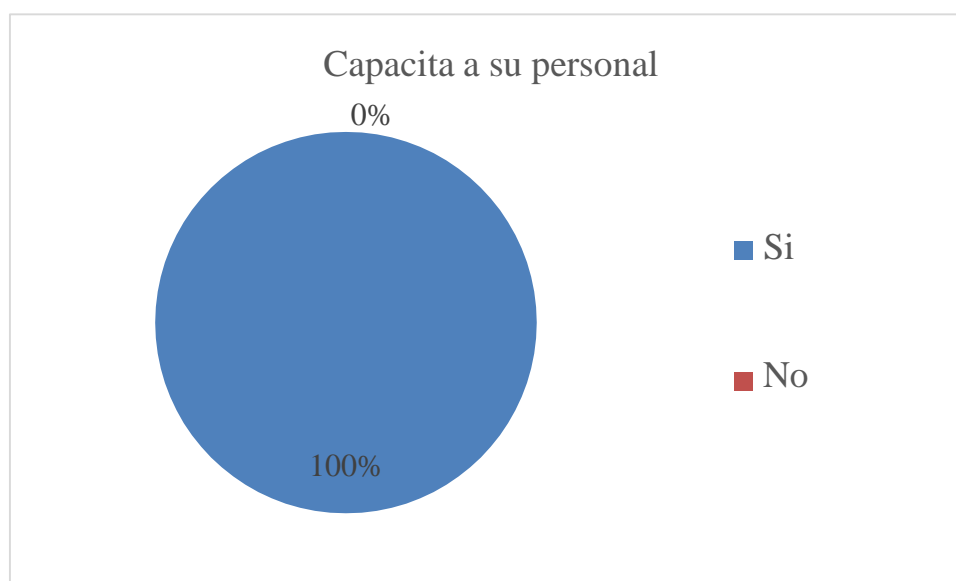


El 91% utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal y el 9% utiliza la escala de puntuación.

Tabla y Gráfico 6: ¿Ud. Capacita a su personal?

ITEM	N°	%
Si	11	100%
No	0	0%
Total	11	100%

Gráfico N° 06

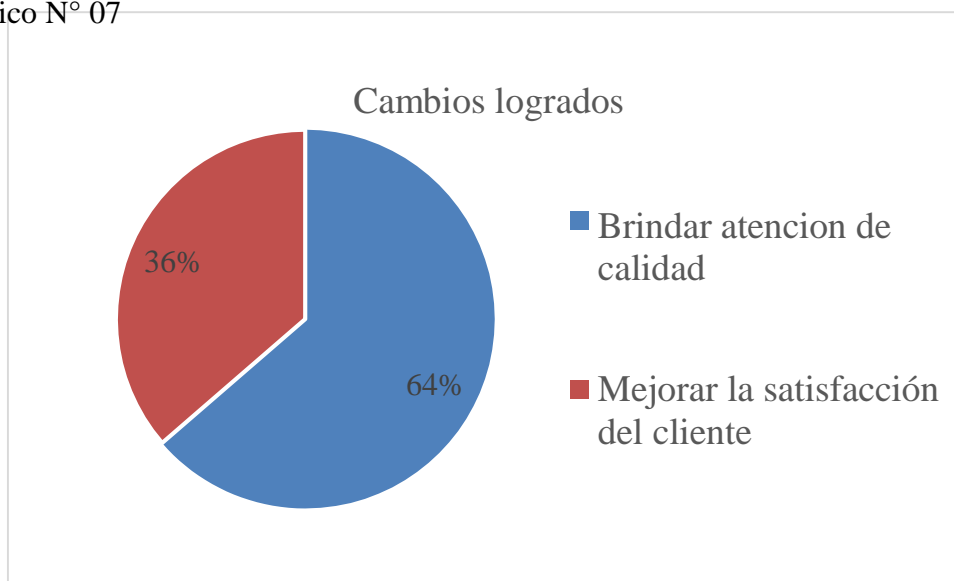


El 100% capacita a su personal.

Tabla y Gráfico 7: Si la respuesta es positiva ¿Qué cambios logro?

ITEM	N°	%
Brindar atención de calidad	7	64%
Mejorar la satisfacción del cliente	4	36%
Total	11	100%

Gráfico N° 07

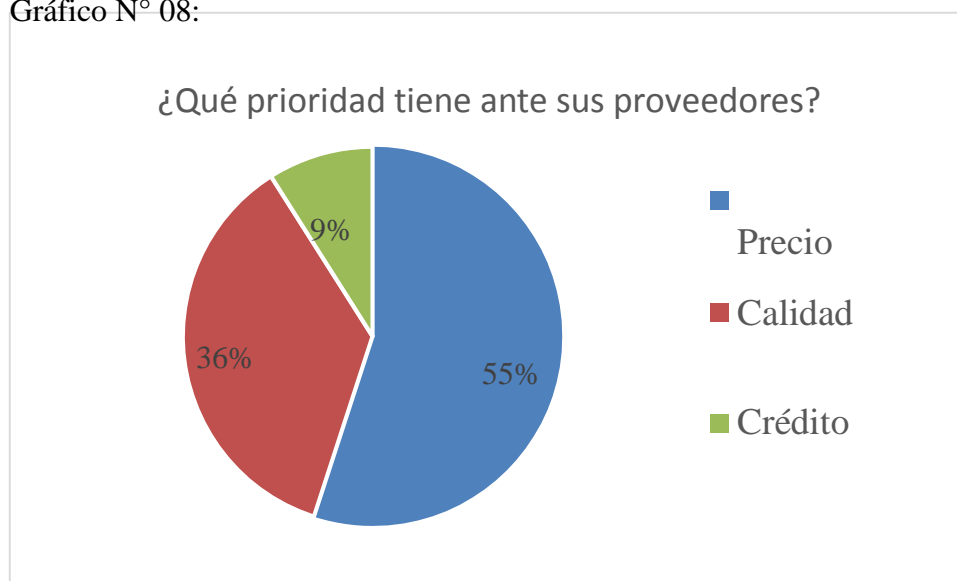


El 64% indica que uno de los cambios logrados al capacitarse ha sido brindar una mejor atención de calidad y el 36% indica que el cambio logrado fue mejorar la satisfacción del cliente.

Tabla y Gráfico 8: ¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?

ITEM	N°	%
Precio	6	55%
Calidad	4	36%
Crédito	1	9%
Total	11	100%

Gráfico N° 08:



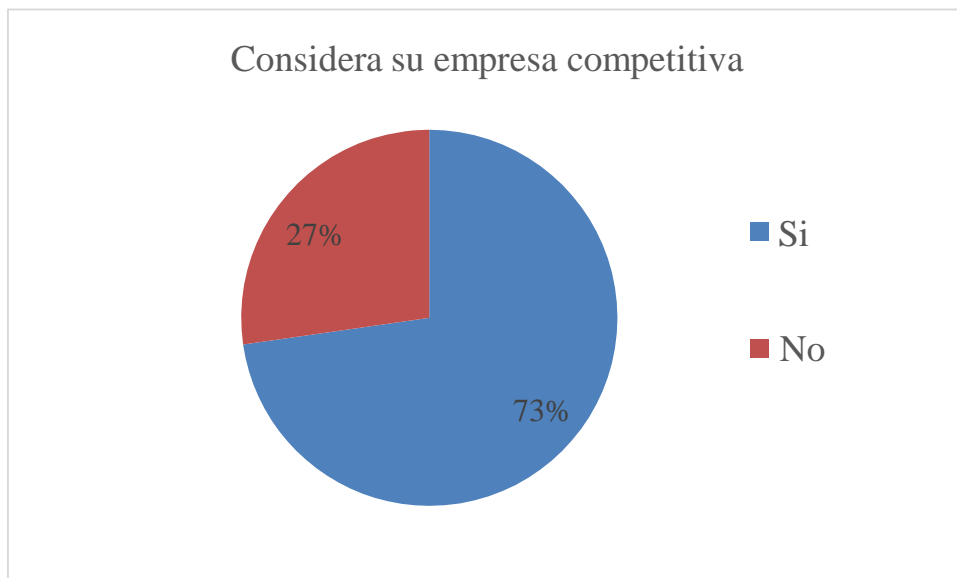
El 55% tiene como prioridad ante sus proveedores el precio, el 36% la calidad y el 9% el crédito.

RESPECTO A LA COMPETITIVIDAD

Tabla y Gráfico 9: ¿Considera a su empresa competitiva?

ITEM	N°	%
Si	8	73%
No	3	27%
Total	11	100%

Gráfico N° 09

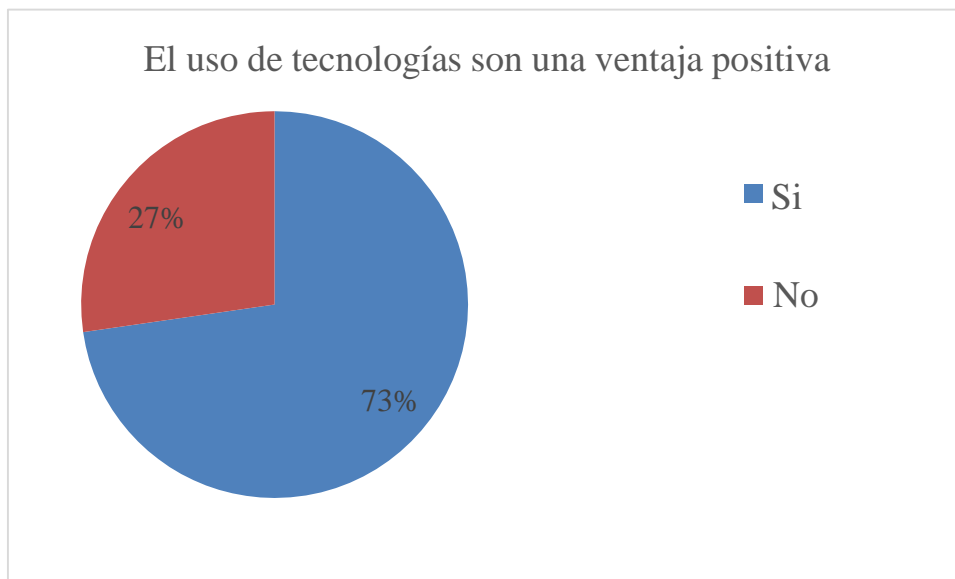


El 73 % considera que su empresa si es competitiva y el 27% consideran que su empresa no es competitiva.

Tabla y Gráfico 10: ¿Cree Ud. que el uso de Tecnologías es una ventaja competitiva?

ITEM	N°	%
Si	8	73%
No	3	27%
Total	11	100%

Gráfico N° 10

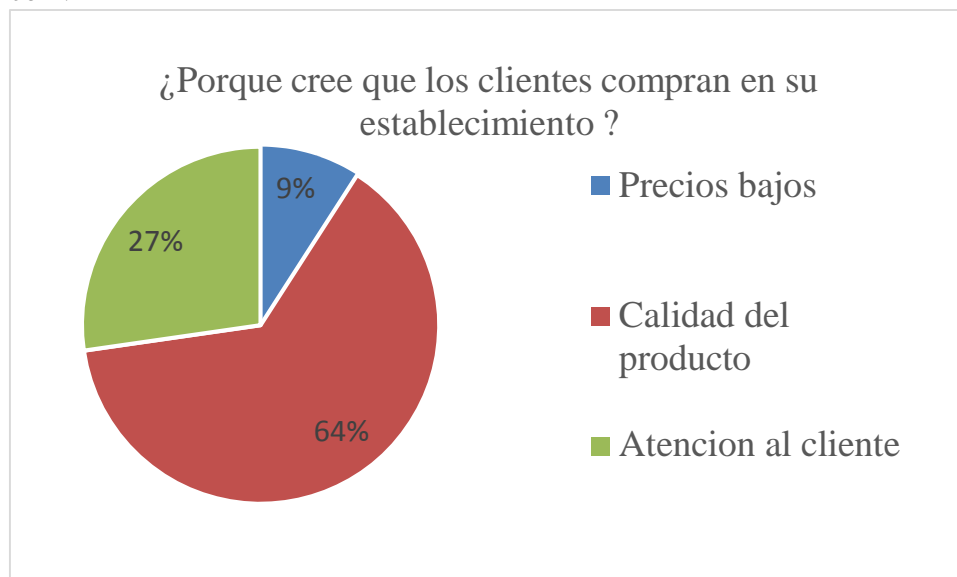


El 73% indica que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva y el 27 % indica que no son una ventaja positiva.

Tabla y Gráfico 11: ¿Porque cree que los clientes compran en su establecimiento?

ITEM	N°	%
Precios bajos	1	9%
Calidad del producto	7	64%
Atención al cliente	3	27%
Total	11	100%

Gráfico N° 11

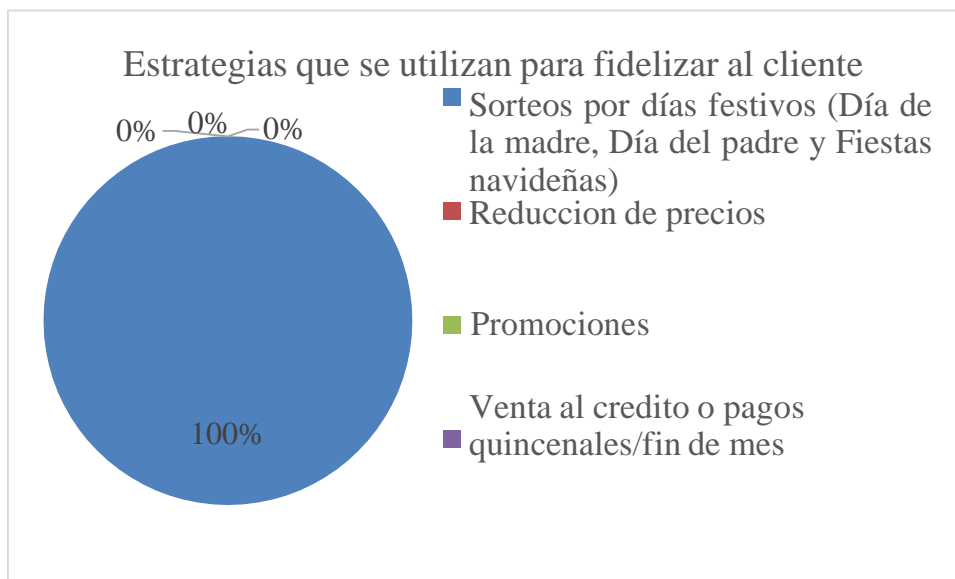


El 64% nos indica que los clientes eligen el establecimiento por la Calidad del producto, el 27% elige el establecimiento por la Atención al cliente y el 9% elige el establecimiento por los precios bajos.

Tabla y Gráfico 12: ¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?

ITEM	N°	%
Sorteos por días festivos (Día de la madre, Día del padre y Fiestas navideñas)	11	100%
Reducción de precios	0	0%
Promociones	0	0%
Venta al crédito o pagos quincenales/fin de mes	0	0%
Total	11	100%

Gráfico N° 12

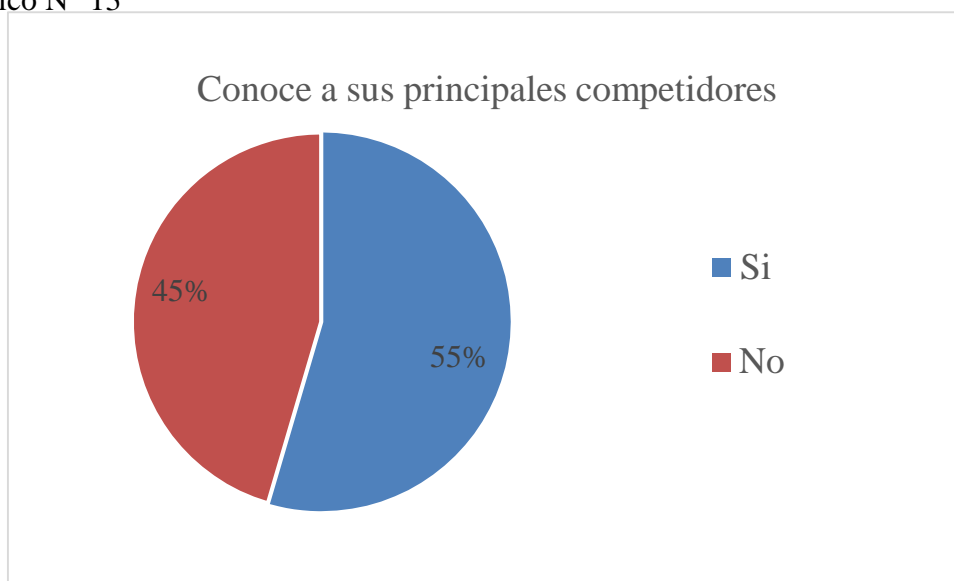


El 100% nos indica que la estrategia para fidelizar a sus clientes son los sorteos por días festivos (día de la madre, día del padre, fiestas patrias y navideñas).

Tabla y Gráfico 13: ¿Conoce a sus principales competidores?

ITEM	N°	%
Si	6	55%
No	5	45%
Total	11	100%

Gráfico N° 13

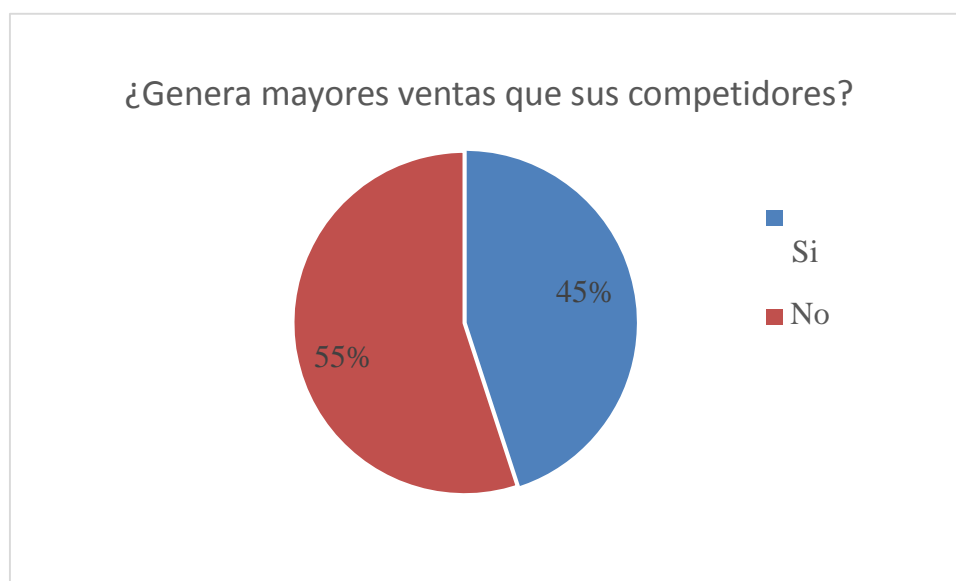


El 55% de los representantes conoce a sus principales competidores y el 45% no conoce a sus competidores.

Tabla y Gráfico 14: ¿Genera mayores ventas que sus competidores?

ITEM	N°	%
Si	5	45%
No	6	55%
Total	11	100%

Gráfico 14:

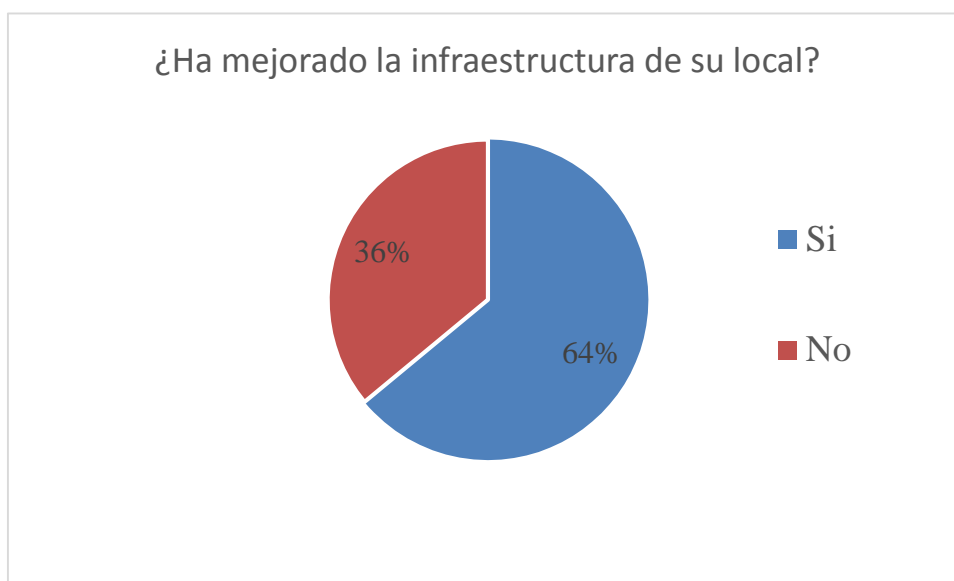


El 55% no generan mayores ventas que sus competidores y el 45% sí.

Tabla y Gráfico 15: ¿Ha mejorado la infraestructura de su local?

ITEM	N°	%
Si	7	64%
No	4	36%
Total	11	100%

Gráfico 15:

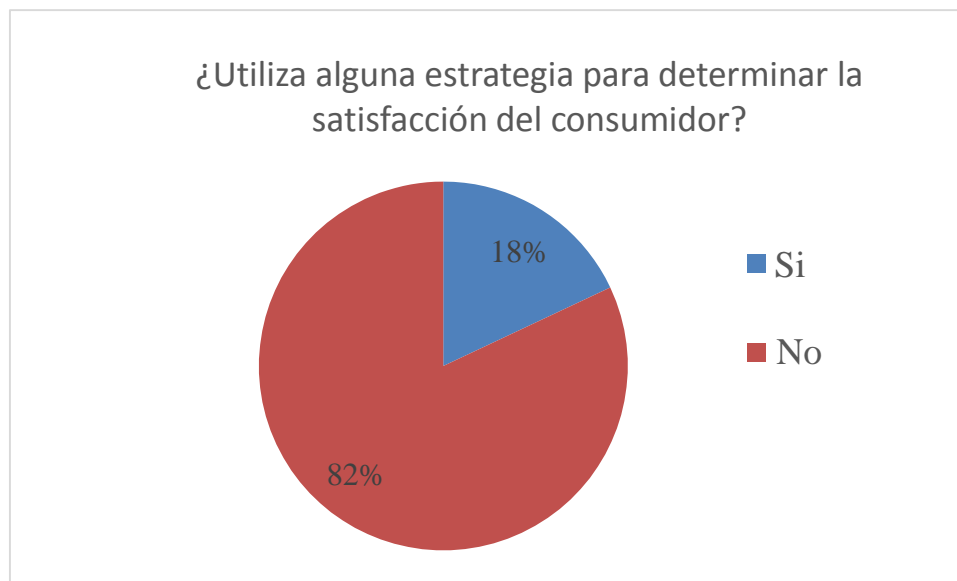


El 64% ha mejorado su infraestructura en su local.

Tabla y Gráfico 16: ¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?

ITEM	N°	%
Si	2	18%
No	9	82%
Total	11	100%

Gráfico 16:



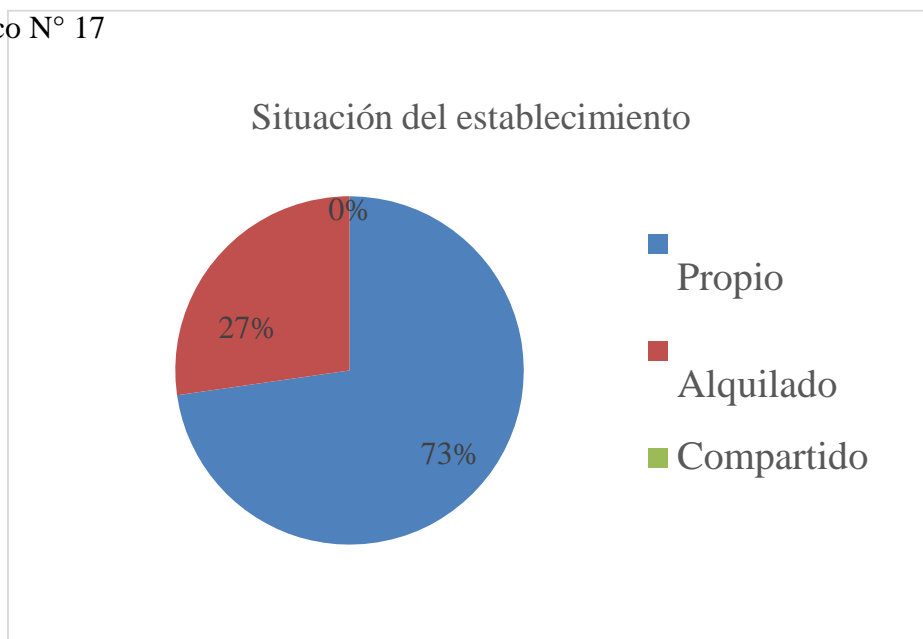
El 82% no utiliza ninguna estrategia para determinar la satisfacción del cliente y el 18% si utiliza alguna estrategia.

RESPECTO A LAS MYPES

Tabla y Gráfico 17: Situación del establecimiento

ITEM	N°	%
Propio	8	73%
Alquilado	3	27%
Compartido	0	0%
Total	11	100%

Gráfico N° 17

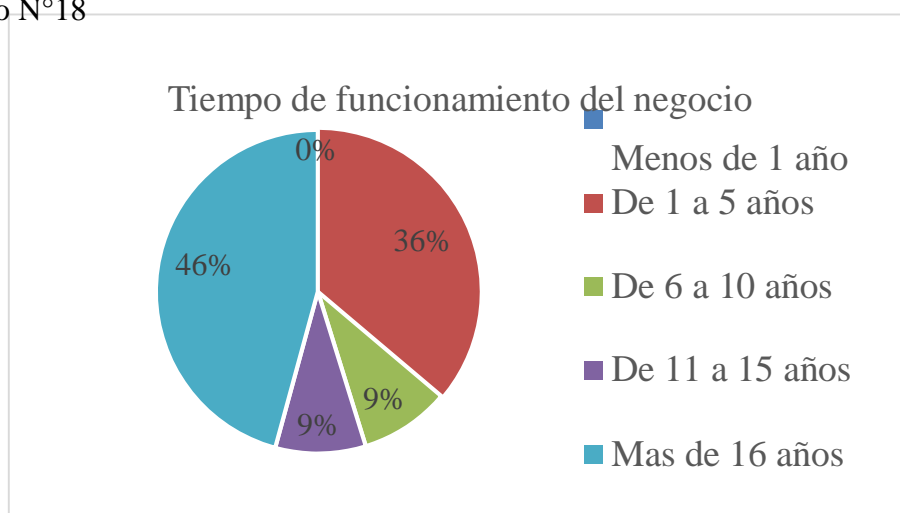


El 73% cuenta con un establecimiento propio y el 27% alquila un establecimiento.

Tabla y Gráfico 18: ¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?

ITEM	N°	%
Menos de 1 año	0	0%
De 1 a 5 años	4	36%
De 6 a 10 años	1	9%
De 11 a 15 años	1	9%
Más de 16 años	5	46%
Total	11	100%

Gráfico N°18

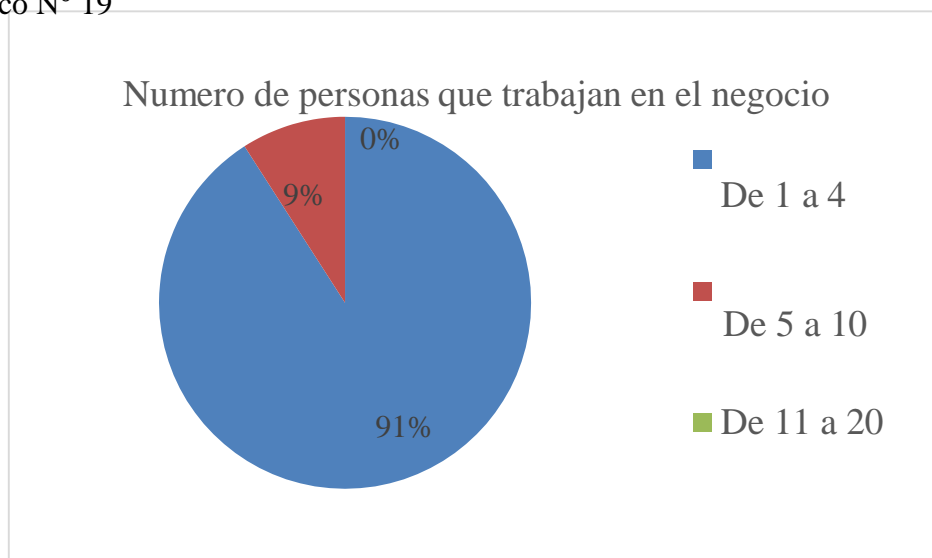


El 46 % tiene más de 16 años funcionando en el negocio, otro 36% tiene de 1 a 5 años funcionando, otro 9% de 6 a 10 años funcionando y el otro 9% tiene de 11 a 15 años funcionando en el negocio.

Tabla y Gráfico 19: ¿Cuántas personas trabajan en el negocio?

ITEM	N°	%
De 1 a 4	10	91%
De 5 a 10	1	9%
De 11 a 20	0	0%
Total	11	100%

Gráfico N° 19



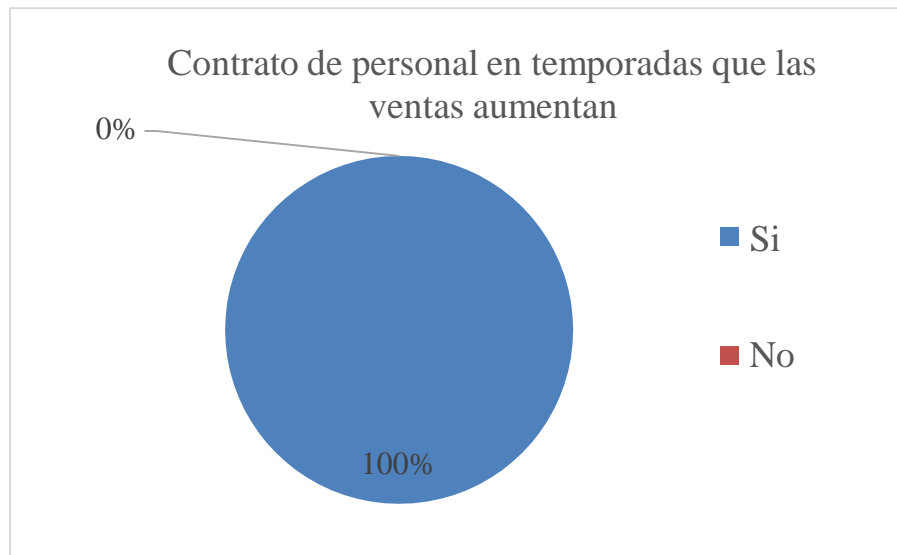
El 91% indica que el número de personas que trabajan en el negocio es de 1 a 4 y el 9% indica que son de 5 a 10.

Tabla y Gráfico 20: En temporadas en que sus ventas aumentan,

¿Contrata personal temporal?

ITEM	N°	%
Si	11	100%
No	0	0%
Total	11	100%

Gráfico N° 20



El 100% si contrata personal temporal cuando sus ventas aumentan.

5.1. Análisis de resultados

OE. 01: Determinar las características de la Gestión de Calidad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.

TABLA N° 01: ¿Aplica una buena gestión de calidad?

Del total de encuestados el 55% indica que si aplica una buena gestión de calidad y el 45% no aplica una buena gestión de calidad, esto quiere decir que la mayoría aplica una buena gestión y según nos indica (Cruz Merino, 2016), para aplicar una buena gestión de calidad se deben tomar decisiones en grupo permitiéndoles identificar a tiempo las faltas y deficiencias. Teóricamente según Macías (2016) nos indica que la gestión de calidad es el conjunto de normas inter relacionadas de una empresa u organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma para obtener una buena gestión de calidad.

TABLA N° 02: ¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?

Del total de encuestados el 73% afirma que la gestión de Calidad sí ayuda a perfeccionar el negocio y el 27% opina que no; prevaleciendo la teoría de (Deming, 1989) la cual nos indica que el control de la calidad es necesario, determina constantemente los requerimientos del consumidor permitiendo aumentar la productividad. Teóricamente según Macías (2016) nos indica que una buena gestión de calidad cumple las expectativas del cliente y algunas más.

TABLA N° 03: ¿Qué procesos ejecuta su empresa?

Del total de encuestados el 55% ejecuta la calidad total y el 45% ejecuta la mejora continua, este resultado se direcciona a la conclusión de Cruz Merino, 2016 en la que nos detalla que para lograr la calidad total implica tener un compromiso contundente hacia la mejora continua de procesos y productos. Teóricamente Macías (2016), nos indica que los procesos son puntualizados y se deben realizar para poder transformar los elementos en producto o servicio.

TABLA N° 04: Al contratar al personal ¿Qué considera?

Del total de encuestados el 64% considera responsabilidad, habilidades, virtudes y compromiso, el 9% considera honradez y dedicación, el 9% amabilidad, otro 9% cumplimiento en el trabajo y el 9% destrezas en el trabajo, estas se asimilan con las conclusiones de (Cruz Merino, 2016) indicando que se debe contar con profesional competitivo, con habilidades, virtudes y que tenga la capacidad de tomar buenas decisiones cuando surjan problemas. Teóricamente según Macías (2016), nos indica que para poder alcanzar el logro de objetivos se debe contratar un buen recurso humano.

TABLA N° 05: ¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?

Del total de encuestados el 91% utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento del personal y el 9% la escala de puntuación, este resultado no se asemeja a las conclusiones de Guerrero Mora (2016), ya que él se enfatiza más en conocer quiénes son sus competidores y deja de lado el tema del rendimiento. Teóricamente Macías (2016), nos indica que se deben tomar medidas de calidad reuniendo estadísticas y datos para analizar las tendencias y los problemas en el funcionamiento de la organización.

TABLA N° 06: ¿Ud. capacita a su personal?

Del total de encuestados el 100% capacita a su personal, por lo tanto no se encamina a la conclusión de (Navarro Carrión, 2015) en su tesis Gestión de calidad en las mypes de confecciones indicándonos que es escasa la capacitación al personal de trabajo eso conlleva a una falta de motivación por parte de los dueños de las MYPES hacia sus colaboradores, por lo tanto el clima del negocio es débil. Teóricamente Macías (2016), nos indica que la dirección deberá elaborar y ejecutar programas de mejora, determinando objetivos para reducir errores.

TABLA N° 07: Cambios logrados mediante la capacitación

Del total de encuestados el 64% logro brindar una atención de calidad y el 36% alcanzo a mejorar la satisfacción del cliente, este resultado no coincide con los resultados de Navarro Carrión (2015) porque según su estudio no se ha logrado cambiar paradigmas, entre ellos está la falta de capacitación, la cual conlleva a los trabajadores a una falta de motivación. Teóricamente Macías (2016), nos indica que se debe producir un servicio de acuerdo a normas establecidas, logrando satisfacer plenamente las necesidades del cliente.

TABLA N° 08: ¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?

Del total de encuestados el 55% prioriza el precio, el 36% la calidad y el 9% el crédito, este resultado no contrasta con el resultado de Cruz Merino (2016), ya que en su estudio no considera a los proveedores, al contrario se enfoca en cumplir estrictamente con la calidad.

Teóricamente Macías (2016), nos indica que ante un negocio se debe priorizar la calidad de producto o servicio con cero defectos.

OE. 02: Determinar las características de la Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.

TABLA N° 09: ¿Considera a su empresa competitiva?

Del total de encuestados el 73 % considera que su empresa si es competitiva y el 27% consideran que no es competitiva, analizando que para lograr una competitividad total de acuerdo a lo que nos indica (Navarro Carrión, 2015) se debe hacer uso de los factores competentes: recursos tecnológicos, ventajas competitivas, recursos comerciales, recursos humanos, recursos financieros, cultura, productividad y así ser conducidos hacia la competitividad. Teóricamente Porter (1990), nos indica que las empresas competitivas son aquellas que ofrecen continuamente productos y servicios con atribuciones apreciados por los clientes, a esas características que distinguen al producto de una empresa de sus competidores se llama ventaja competitiva.

TABLA N° 10: ¿Cree Ud. que el uso de tecnología es una ventaja competitiva?

Del total de encuestados el 73% indica que si es una ventaja competitiva y el 27% que indica que no es una ventaja competitiva, coincidiendo con la conclusión de (Cruz Merino, 2016) donde detalla que el 58 % tiene interés de cambiar y ser más competitivo, siendo una de sus causas la modernización con nuevas tecnologías. Teóricamente Porter (1990), nos indica que las empresas se deben adaptar a las exigencias de los clientes con nuevas tecnologías, vigilando minuciosamente las mejoras que se introduzcan tanto en los productos o servicios como en los procesos.

TABLA N° 11: ¿Por qué cree que los clientes compran en el establecimiento?

Del total de encuestados el 64% compra en el mismo establecimiento por la calidad del producto, el 27% por la atención al cliente y el 9% por los precios bajos, no coincidiendo con la conclusión de (Guerrero Mora, 2013), en la cual indica que las personas compran en el mismo establecimiento porque el producto es más económico. Teóricamente Porter (1990), nos indica que ser competitivo hoy en día es diferenciarse por la calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de atender y asombrar a los clientes, con sus bienes o servicios.

TABLA 12: ¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?

El total de encuestados indicaron que la estrategias utilizada para fidelizar a sus clientes son los sorteos por días festivos, por ello no se coincide con que el autor Mora (2013), ya que el indica que se prioriza los precios más económicos. Teóricamente Porter (1990), nos indica que se debe lograr que tanto las personas, como los clientes tengan un concepto único respecto a la empresa para lograr la fidelización.

TABLA N° 13: ¿Conoce a sus principales competidores?

Del total de encuestados el 55% si conoce a sus competidores y el 45% no, esto se asimila a la conclusión de (Arana Cruzado, 2016) donde nos indica que la mayoría de representantes del rubro panificadora tienen conocimiento de sus competidores y para ellos es una base fundamental para aumentar su competitividad. Teóricamente Porter (1990), nos indica que las empresas deben conocer a sus competidores para detectar si tienen las mismas características económicas o productos similares en el mercado,

para que puedan contar con un plan perfectamente elaborado y puedan sobrevivir en el mundo de los negocios.

TABLA N° 14: ¿Genera mayores ventas que sus competidores?

Del total de encuestados el 55% no genera mayores ventas que sus competidores y el 45% sí, por lo tanto el autor Guerrero Mora (2013), nos indica que tienen conocimiento de quienes son sus competidores pero no generan mayores ventas que ellos, lo primordial para competir indica que es contar con un certificado de calidad. Teóricamente Porter (1990), nos indica que para generar mayores ventas depende de las habilidades, calidad, cualidades, capacidad de cautivar, de atender y asombrar a los clientes.

TABLA N° 15: ¿Ha mejorado la infraestructura de su local?

Del total de encuestados el 64% si ha mejorado su infraestructura y el 36% no la ha mejorado, por ello no coincidimos con la conclusión de Cruz Merino (2016), en la cual nos indica mediante su estudio de Caracterización, competitividad y gestión de calidad en las mypes del rubro banano orgánico en Tumbes, que el 48% de mypes cada 2 a 4 años actualiza su infraestructura. Teóricamente Porter (1990), nos indica que para lograr el éxito se debe tener la capacidad de crear un ambiente de negocio íntegro y evaluar todos los constantes cambios que se van manifestando.

TABLA N° 16: ¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?

Del total de encuestados el 82% no utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor y el 18% si utiliza alguna estrategia, por ello podemos

indicar que la mayoría de Mypes no se preocupa en este aspecto, según Navarro Carrión (2015), en su estudio “Gestión de calidad en las Mypes de confecciones, Trajes de fiesta Mercado modelo Piura”, nos indica que al consumidor o cliente hay que dejarlo satisfecho desde un primer instante mediante la comunicación frente a frente, satisfacer sus necesidades con un buen servicio y éste recomendará a la mype para hacerla más conocida. Teóricamente Porter (1990), nos indica que las mejores estrategias para dejar satisfecho al cliente está en las habilidades, creatividad, intuición, planear, trabajar individualmente y en equipo, aprender responsabilidades, con el objetivo de mejorar la dirección de grupos de personas y negocios.

OE. 03: Determinar las características de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.

TABLA N° 17: Situación del Establecimiento

Del total de encuestados el 73% manifestó que el negocio es propio y el 27% manifestó que es alquilado; este resultado se aproxima con la conclusión de (Guerrero Mora Paola, 2013) concluyendo que la mayoría de los representantes legales tiene su negocio propio. Teóricamente Vásquez (2013), nos indica que los establecimientos propios constituyen una mejor rentabilidad en el negocio.

TABLA N° 18: ¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?

Del total de encuestados el 46% indica que tiene más de 16 años en el negocio, el 36% de 1-5 años, el 9% de 11-15 y el otro 9% de 6 a 10 años, la conclusión de Arana Cruzado (2016) según su estudio tienen de 3 a 6 años, lo cual no contrasta ya que cabe indicar que en el distrito de Monsefú la mayoría de panaderías tienen más de 16 años

de antigüedad. Teóricamente Vásquez (2013), nos indica que actualmente las Mypes generan el 47% de empleo en América Latina y que conforme van creciendo, nuevas van desapareciendo, otras aparecen, por lo que podemos decir que en cuanto al giro panificadoras han permanecido por muchos años atrás y siguen apareciendo aún más.

TABLA N° 19: ¿Cuántas personas trabajan en el negocio?

Del total de encuestados el 91% indica que el número de personas que trabajan en el negocio son de 1 a 4 y el 9% indica que son de 5 a 10 personas. Según el estudio de Cruz Merino (2016) coinciden con la conclusión, que el número de personas que trabajan en el negocio son de 1 a 4. Teóricamente Vásquez (2013), nos indica que de acuerdo a los reglamentos de la Sunat, una Mype abarca de 1 a 10 trabajadores.

TABLA N° 20: En temporadas que sus ventas aumentan ¿contrata personal temporal?

Del total de encuestados el 100% sí contrata personal temporal cuando sus ventas aumentan; los resultados no coinciden con Arana Cruzado (2016), ya que nos indica que siempre trabaja con su personal permanente. Teóricamente Vásquez (2013), nos indica que la microempresa desarrolla actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios y según lo analizado el contratar personal adicional depende de las decisiones que tomen los representantes legales o gerentes.

ANALIZANDO:

En relación al Objetivo Específico N° 01: Determinar las características de Gestión de Calidad de las Mypes giro panificadoras del distrito de Monsefú, se observó del análisis que el 100% capacita a su personal, el 91% utiliza la técnica de la observación

para medir el rendimiento de su personal, el 73% precisa que la gestión de calidad perfecciona el negocio, el 64% contrato personal con responsabilidad, habilidades y compromiso y con respuesta positiva al cambio, el 55% aplica una buena gestión de calidad dando prioridad a la calidad del producto ante sus proveedores.

En relación al Objetivo Específico N° 02: Determinar las características de Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, se observó del análisis que el 100% utiliza los sorteos por días festivos como estrategia principal para fidelizar a sus clientes, el 73% considera su empresa competitiva sobre todo con el uso de nuevas tecnologías, el 64% compran en el mismo establecimiento porque ofrecen productos de calidad, a la vez mejoraron la infraestructura de su local, el 55% conoce a sus principales competidores, el 45% generan mayores ventas que su competencia y el 18% sí utilizan estrategias para determinar la satisfacción del consumidor.

En relación al Objetivo Específico N° 03: Determinar las características de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, se observó del análisis que el 100% contrata personal temporal cuando sus ventas aumentan, el 91% cuenta con 1 a 4 trabajadores en el negocio, el 73% tiene su establecimiento propio y el 46% tiene más de 16 años de actividad en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

- Se determinó que las características de la Gestión de calidad del giro panificadoras del distrito de Monsefú son: mejor satisfacción al cliente, atención de calidad y ser más competitivos en el mercado laboral, miden el rendimiento de su personal aplicando la técnica de la observación, la buena gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio con el objetivo de brindar un producto y servicio de calidad, al contratar al personal se considera: responsabilidad, habilidades, virtudes y compromiso con el fin de que puedan tener la capacidad de tomar buenas decisiones.
- Se determinó que las características de competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú son : se consideran competitivas, adquieren el uso de nuevas tecnologías permitiéndoles lograr una mejor productividad, los clientes compran en un mismo establecimiento por la calidad del producto que ofrecen, han perfeccionado la infraestructura de su local, tienen conocimiento de quienes son su principal competencia, en cuanto a sus ventas no son mayores a la de sus competidores por la falta de gestión financiera y no están aplicando estrategias para determinar el nivel de satisfacción del consumidor.
- Se determinó que las características de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú son: en temporadas en que las ventas aumentan contratan personal adicional, el número de personas que trabajan en el negocio son de 1 a 4 y son familiares, sus establecimientos son propios y tienen más de 16 años de funcionamiento en el mercado laboral.

Bibliografía

- Alvarado , B., & Rivas, G. (Abril de 2006). *Philip Crosby*. Obtenido de Estrategia, Philip Crosby:
<http://www.geocities.ws/chex88chex/estrategia/PhilipCrosby.pdf>
- Anzil, F. (Julio de 2008). *Definicion de Competitividad: Zonaeconomica*. Obtenido de Zona Econòmica: <https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Arana Cruzado, H. (2016). *Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas*. Obtenido de La competitividad de las Mypes-rubro panificadoras del distrito de Callao 2015.
- Bonilla Farroñay, H. (05 de Agosto de 2015). Más de 300,000 piezas diarias de pan elaboran artesanos de Monsefù. *Agencia Peruana de Noticias ANDINA*.
- Cabrera Martínez, A., Lopez Lopez, P., & Mendez, C. (05 de Marzo de 2012). *La Competitividad Empresarial*. Obtenido de SSRN:Un Marco Conceptual: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2016597
- Chavez Arroyo, L. (2008). *Academia*. Obtenido de Competitividad Empresarial, Academia: http://www.academia.edu/8220909/Competitividad_empresarial
- Contreras Valiente, J., Castillo Ordoñez, Q., & Salgado Caballero, L. (2017). *Analisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en Colombia*. Obtenido de Tesis presentada para obtener el Titulo de profesional en Finanzas y Comercion Internacional, Bogotá: [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21572/63112137_2017.p
df](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21572/63112137_2017.pdf)

- Cruz Merino, Y. (2016). *Caracterización Competitividad y Gestión de Calidad en las Mypes rubro Banano Orgánico en Tumbes*. Obtenido de ULADECH/CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS: file:///C:/Users/Ruth/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(18).pdf
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- Estrada Barcenás, R., García Pérez, D., & Sánchez Trejo, V. (2009). *Factores Exito Competitivo*. Obtenido de Factores Determinantes Exito Competitivos: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/estrada_barce nas_roberto/factores_exito_competitivo_estrada__garcia_y_sanchez__2009.pdf
- García Ramírez, O. (23 de Junio de 2015). *Milenio*. Obtenido de Competitividad, Concepto e Importancia, Milenio: <http://www.milenio.com/opinion/vari os-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Guerrero Mora, P. (2013). *Caracterización de la Competitividad en las Mypes del Sector Industria rubro panificadora Casco Urbano*. Obtenido de ULADECH/CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS: file:///C:/Users/Ruth/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(17).pdf
- Hernández Sampieri, R. (2006). *INVESTIGACION/METODOLOGIA/INVESTIGACION*. Obtenido de Metodología de la investigación: https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Hern%C 3%A1ndez%2C+S.+%282006%29.+INVESTIGACION+%2F+METODOLOGIA+%2F+INVE STIGACION.+lima%3A+Mc+Graw+Hill+education.&btnG=

INEI. (2015). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Obtenido de <https://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>

J., R., & C., M. (21 de Agosto de 2009). *Suprema Qualitas*. Obtenido de Suprema Qualitas, Un sistema de Gestión de la Calidad camino hacia el Éxito: <http://www.squalitas.com/site/article/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>

Jauregui, M. (13 de Diciembre de 2016). *Las tres estrategias competitivas genericas de Michael Porter*. Obtenido de CEPYME: Las 3 estrategias competitivas: <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter/>

Macias, E. (29 de Abril de 2016). *SISTEMAS DE CALIDAD*. Obtenido de hdpemacias, Sistemas de Calidad: <https://hdpemacias.com/sistemas-de-calidad/>

Marcelo, F., & Vila, V. (2016). Importancia de las Mypes para la economía del País. *Altavoz*.

Moses Juran, J. (1990). *Juran y la planificación para la Calidad*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.

Navarro Carriòn, G. (2015). *Competitividad y Gestión de Calidad en las Mypes de confecciones Trajes de Fiesta Mercado Modelo Piura*. Obtenido de ULADECH/ FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS: [file:///C:/Users/Ruth/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(19\).pdf](file:///C:/Users/Ruth/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(19).pdf)

Navarro Carriòn, G. (2015). *Competitividad y Gestión de Calidad en las Mypes de confecciones Trajes de Fiesta, Mercado Modelo de Piura*. Obtenido de ULADECH/ CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS: [file:///C:/Users/Ruth/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(19\).pdf](file:///C:/Users/Ruth/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(19).pdf)

Perez Reyes, J. (29 de Mayo de 2018). Produce, micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI Nacional. (E. Chau, Entrevistador)

Porter, M. (1990). *La competitividad*, págs. [http://www.milenio.com/opinion/vari-
autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/la-competitividad](http://www.milenio.com/opinion/vari-
autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/la-competitividad).

Ramírez Olano, R. (24 de Diciembre de 2017). *Monsefu y su Historia*. Obtenido de [https://www.bee.com/produce/@ronald-ramirez-olano-OVBKsc/monsefu-y-su-
historia](https://www.bee.com/produce/@ronald-ramirez-olano-OVBKsc/monsefu-y-su-
historia)

Riquelme Leiva, M. (Junio de 2015). *Las 5 Fuerzas de Porter-Clave para el Éxito de la empresa*. Obtenido de 5fuerzas de porter: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

SUNAT. (03 de Julio de 2003). *LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Obtenido de LEY 28015 Sunat: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Vasquez, J. (24 de Septiembre de 2013). *Importancia de las Mypes en el Perú*. Obtenido de Apoyando a la pequeña y mediana empresa: [http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-
peru.html](http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-
peru.html)

ANEXOS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Cuestionario aplicado a
los gerentes y/o representantes legales de las mypes del
ámbito de estudio.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

**“CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL GIRO PANIFICADORAS DEL
DISTRITO DE MONSEFÚ, AÑO 2018”**

I) RESPECTO A LA GESTIÓN DE CALIDAD

1.- ¿Aplica una buena Gestión de Calidad?

Si () No ()

2.- ¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?

Si () No ()

3.- ¿Qué procesos ejecuta en su empresa?

a) Mejora continua b) Cálida Total c) Plan estratégico d) Otros

4.- Al momento de contratar personal, ¿Qué considera?

.....
.....

5.- ¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal

a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Otros

6.- ¿Ud. Capacita a su personal?

Si () No ()

7.- Si la respuesta es positiva ¿Qué cambios logro?

.....
.....

8.- ¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?

- Precio
- Calidad
- Crédito
- Capacidad de abastecimiento

II) RESPECTO A LA COMPETITIVIDAD

9.- ¿Considera a su empresa competitiva?

- Si () No ()

10.- Cree Ud. que el uso de Tecnologías es una ventaja competitiva.

- Si () No ()

11.- ¿Porque cree que los clientes compran en su establecimiento?

- Precios Bajos () Calidad del Producto () Atención al Cliente ()

12. ¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?

- Sorteos por días festivos (Día de la madre, Día del Padre, Fiestas Navideñas) ()
- Reducción de precios ()
- Promociones ()
- Venta al crédito o pagos quincenales/ fin de mes ()

13.- ¿Conoce a sus principales competidores?

- Si () No ()

14.- ¿Genera mayores ventas que su competencia?

- Si () No ()

15.- ¿Ha mejorado la infraestructura de su local?

- Si () No ()

16.- ¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?

- Si () No ()

III) RESPECTO A LAS MYPES

17.- Situación del establecimiento:

- Propio
- Alquilado
- Compartido..... ¿Con qué otro negocio?.....

18.- ¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?

- Menos de 1 año
- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- Más de 16 años

19.- ¿Cuántas personas trabajan en el negocio?

De 1 a 4 ()

De 5 a 10 ()

De 11 a 20 ()

20.- En temporadas en que sus ventas aumentan, ¿Contrata personal temporal?

Si () No ()



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 2

CONSTANCIA DE VALIDACION DE EXPERTOS

Yo, **SEGUNDO JONATHAN SILVA VASQUEZ**, identificado con DNI N° 42789331, con CLAD N° 02250..... Por medio de la presente hago constar:

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario el estudiante. Br. RUTH EVELYN LLUEN CAPUÑAY para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (11 muestras) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

“CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL GIRO PANIFICADORAS DEL DISTRITO DE MONSEFU, AÑO 2018”.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, noviembre 2018.

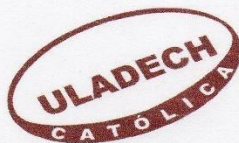

Mgtr. S. Jonathan Silva Vásquez
Registro CLAD N° 02250

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO

Nombre del profesional: JONATHAN SILVA VÁSQUEZ									
Orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso aquecente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE - GESTIÓN DE CALIDAD								
OE 01	Determinar las características de la Gestión de calidad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018.								
1	¿Aplica una buena gestión de calidad?	X			X		X		X
2	¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	X			X		X		X
3	¿Qué procesos ejecuta en su empresa?	X			X		X		X
4	Al momento de contratar al personal, ¿Qué considera?	X			X		X		X
5	¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?	X			X		X		X
6	¿Ud. capacita a su personal?	X			X		X		X
7	Si su respuesta es positiva ¿Qué cambios logro?	X			X		X		X
8	¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?	X			X		X		X
	VARIABLE-COMPETITIVIDAD								
OE 02	Determinar las características de la Competitividad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú.								
9	¿Considera a su empresa competitiva?	X			X		X		X

10	¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?	X			X	X	X
11	¿Porque cree que los clientes compran en su establecimiento?	X			X	X	X
12	¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	X			X	X	X
13	¿Conoce a sus principales competidores?	X			X	X	X
14	¿Genera mayores ventas que su competencia?	X			X	X	X
15	¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	X			X	X	X
16	¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?	X			X	X	X
	MYPES						
OE 03	Determinar las características de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018.						
17	Situación del establecimiento	X			X	X	X
18	¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?	X			X	X	X
19	¿Cuántas personas trabajan en el negocio?	X			X	X	X
20	En temporadas en que sus ventas aumentan, ¿Contrata personal temporal?	X			X	X	X


Mgtr. S. Jonathan Silva Vásquez
 Registro CLAD N° 02256



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 3

CONSTANCIA DE VALIDACION DE EXPERTOS


Yo, **WALTER GARCIA ÑECO**, identificado con DNI N° 16.742.630, con CLAD N° 05532.....Por medio de la presente hago constar:

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario el estudiante. Br. RUTH EVELYN LLUEN CAPUÑAY para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (11 muestras) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

“CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL GIRO PANIFICADORAS DEL DISTRITO DE MONSEFU, AÑO 2018”.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, noviembre 2018.

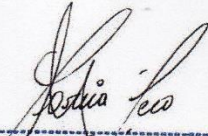


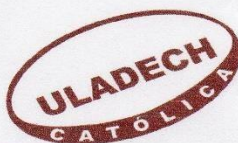
Mgt. **Walter García Ñeco**
CLAD. N° 05532

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO

Nombre del profesional: WALTER GARCÍA ÑECO									
Orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE - GESTIÓN DE CALIDAD								
OE 01	Determinar las características de la Gestión de calidad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018.								
1	¿Aplica una buena gestión de calidad?	X			X		X		X
2	¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	X			X		X		X
3	¿Qué procesos ejecuta en su empresa?	X			X		X		X
4	Al momento de contratar al personal, ¿Qué considera?	X			X		X		X
5	¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?	X			X		X		X
6	¿Ud. capacita a su personal?	X			X		X		X
7	Si su respuesta es positiva ¿Qué cambios logro?	X			X		X		X
8	¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?	X			X		X		X
	VARIABLE-COMPETITIVIDAD								
OE 02	Determinar las características de la Competitividad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú.								
9	¿Considera a su empresa competitiva?	X			X		X		X

10	¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?	X		X	X	X
11	¿Porque cree que los clientes compran en su establecimiento?	X		X	X	X
12	¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	X		X	X	X
13	¿Conoce a sus principales competidores?	X		X	X	X
14	¿Genera mayores ventas que su competencia?	X		X	X	X
15	¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	X		X	X	X
16	¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?	X		X	X	X
MYPES						
OE 03	Determinar las características de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018.					
17	Situación del establecimiento	X		X	X	X
18	¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?	X		X	X	X
19	¿Cuántas personas trabajan en el negocio?	X		X	X	X
20	En temporadas en que sus ventas aumentan, ¿Contrata personal temporal?	X		X	X	X


 Mgr. Walter García Neco
 CLAD. N° 05532



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ANEXO 4

CONSTANCIA DE VALIDACION DE EXPERTOS

Yo, **MIGUEL ANGEL CEDRON CASTAÑEDA**, identificado con DNI N°
42484875., con CLAD N° 17118..... Por medio de la presente hago constar:

Que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos del cuestionario el estudiante. Br. RUTH EVELYN LLUEN CAPUÑAY para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (11 muestras) seleccionada para el trabajo de investigación denominado:

“CARACTERIZACION DE LA GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL GIRO PANIFICADORAS DEL DISTRITO DE MONSEFU, AÑO 2018”.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones (de ser el caso) hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Por el cual firmo y sello la presente.

Chiclayo, noviembre 2018.


Lic. Adm. Miguel Angel Barreto Castañeda
CLAD 17118

FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO POR EXPERTOS DE JUICIO

Nombre del profesional: MIGUEL ANGEL BARRUETO CASTAÑEDA									
Orden	VARIABLES	Criterios de validación							
		Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso aqueciente		Se necesita más ítems para medir el concepto	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE - GESTIÓN DE CALIDAD								
OE 01	Determinar las características de la Gestión de calidad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018.								
1	¿Aplica una buena gestión de calidad?	X			X		X		X
2	¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	X			X		X		X
3	¿Qué procesos ejecuta en su empresa?	X			X		X		X
4	Al momento de contratar al personal, ¿Qué considera?	X			X		X		X
5	¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?	X			X		X		X
6	¿Ud. capacita a su personal?	X			X		X		X
7	Si su respuesta es positiva ¿Qué cambios logro?	X			X		X		X
8	¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?	X			X		X		X
	VARIABLE-COMPETITIVIDAD								
OE 02	Determinar las características de la Competitividad de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú.								
9	¿Considera a su empresa competitiva?	X			X		X		X

10	¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?	X			X	X	X
11	¿Porque cree que los clientes compran en su establecimiento?	X			X	X	X
12	¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	X			X	X	X
13	¿Conoce a sus principales competidores?	X			X	X	X
14	¿Genera mayores ventas que su competencia?	X			X	X	X
15	¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	X			X	X	X
16	¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?	X			X	X	X
	MYPES						
OE 03	Determinar las características de las MYPES del giro panificadoras del Distrito de Monsefú, año 2018.						
17	Situación del establecimiento	X			X	X	X
18	¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?	X			X	X	X
19	¿Cuántas personas trabajan en el negocio?	X			X	X	X
20	En temporadas en que sus ventas aumentan, ¿Contrata personal temporal?	X			X	X	X


 Lic. Adm. Miguel Angel Barreto Castañeda
 CLAD 17110

MATRIZ DE PREGUNTAS				
ORD	VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	PREGUNTA
1	GESTION DE CALIDAD	Características de la Gestión Calidad	Gestión	¿Aplica una buena gestión de calidad?
2			Perfeccionamiento	¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio
3			Procesos	¿Qué procesos ejecuta en su empresa?
4			Desempeño del personal	¿Al momento de contratar personal que considera?
5				¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento del personal?
6			Capacitación	¿Ud. capacita a su personal?
7				¿Si la respuesta es positiva ¿Qué cambios logró?
8			Proveedores	¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?
9		Características de las Mypes	Establecimiento	Situación del establecimiento
10			Tiempo	¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?
11			Recursos Humanos	¿Cuántas personas trabajan el negocio?
12				En temporadas que sus ventas aumentan ¿contratan personal temporal?

MATRIZ DE PREGUNTAS				
ORD	VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS
1	COMPETITIVIDAD	Características de Competitividad	Posicionamiento	¿Considera su empresa competitiva?
2			Tecnología	¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?
3			Potencial competitivo	¿Conoce a sus principales competidores?
4				¿Genera mayores ventas que su competencia?
5			Infraestructura	¿Ha mejorado la infraestructura de su local?
6			Fidelización del cliente	¿Porque Cree que los clientes compran en su establecimiento?
7				¿Qué estrategia utiliza para fidelizar a sus clientes?
8			Nivel de satisfacción	¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																							
		¿Es pertinente con el concepto?						¿Necesita mejorar la redacción?						¿Es tendencioso aquiescente?						¿Se necesita más ítems para medir el concepto?					
		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ		1EDJ		2EDJ		3EDJ	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE 1	Determinar las características de la Gestión de Calidad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.																								
1	¿Aplica una buena gestión de calidad?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x		
2	¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x		
3	¿Qué procesos ejecuta en su empresa?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x		
4	Al momento de contratar al personal, ¿Qué considera?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x		
5	¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x		
6	¿Ud. capacita a su personal?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x		
7	Si su respuesta es positiva, ¿Qué cambios logro?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x		x		

8	¿Qué prioridad tiene ante sus competidores?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
OE2	Determinar las características de la Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.																				
9	¿Considera su empresa competitiva?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
10	¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
11	¿Por qué cree que los clientes compran en su establecimiento?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
12	¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
13	¿Conoce a sus principales competidores?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
14	¿Genera mayores ventas que su competencia?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
15	¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
16	¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?	x		x		x			x		x		x		x		x		x		x
OE3	Determinar las características de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.																				

17	Situación del establecimiento	x		x		x			x		x			x		x			x		x		x
18	¿Cuánto tiempo viene funcionando el negocio?	x		x		x			x		x			x		x			x		x		x
19	¿Cuántas personas trabajan en el negocio?	x		x		x			x		x			x		x			x		x		x
20	En temporadas en que sus ventas aumentan, ¿Contrata personal temporal?	x		x		x			x		x			x		x			x		x		x

RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS					RESULTADOS DE LA ENCUESTA				
Orden	Pregunta	MEDICIÓN	EST			FRECUENCIA		PORCENTAJE	
			n1, n2..... ...		n9, n10... ...	Parcial	Total	Parcial	Total
OE 1	Determinar las características de la Gestión de Calidad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.								
1	¿Aplica una buena gestión de calidad?	SI				5		55%	
		NO				6	11	45%	100%
2	¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	SI				8		73%	
		NO				3	11	27%	100%
3	¿Qué procesos ejecuta en su empresa?	Mejora continua				5		45%	
		Calidad total				6	11	55%	100%
4	Al momento de contratar al personal, ¿Qué considera?	Responsabilidad, habilidades y compromiso				7		64%	
		Honradez y dedicación				1		9%	
		Ambilidad				1		9%	
		Cumplimiento en el trabajo				1		9%	
5	¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?	Destrezas en el trabajo				1	11	9%	100%
		La Observación				10		91%	
		Escala de puntuación				1	11	9%	100%
6	¿Ud. capacita a su personal?	SI				11		100%	
7	Si su respuesta es positiva, ¿Qué cambios logro?	NO				0	11	0%	100%
		Brindar atención de calidad				7		64%	
8	¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?	Mejorar la satisfacción del cliente				4	11	36%	100%
		Precio				6		55%	
OE 2	Determinar las características de la Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de	Calidad				4		36%	

Crédito
1
11
9%
100%

	Monsefú, año 2018.								
9	¿Considera su empresa competitiva?	SI				8		73%	
		NO				3	11	27%	100%
10	¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?	SI				8		73%	
		NO				3	11	27%	100%
11	¿Por qué cree que los clientes compran en su establecimiento?	Precios bajos				1		9%	
		Calidad del producto				7		64%	
		Atención al cliente				3	11	27%	100%
		Sorteo por días festivos				11		100%	
12	¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	Reducción de precios				0	11	0%	100%
		¿Conoce a sus principales competidores?	SI			6		55%	
13	¿Genera mayores ventas que su competencia?	NO				5	11	45%	100%
		SI				5		45%	
14	¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	NO				6	11	55%	100%
		SI				7		64%	
15	¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?	NO				4	11	36%	100%
		SI				2		18%	
16	Determinar las características de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018.	NO				9	11	82%	100%
		Propio				8		73%	
17	Situación del establecimiento	Alquilado				3	11	27%	100%
		Menos de 1 año				0		0%	
18	¿Cuánto tiempo viene funcionando el negocio?	De 1 a 5 años				4		36%	
		De 6 a 10 años				1		9%	
		De 11 a 15 años				1		9%	
		Más de 16 años				5	11	46%	100%
		De 1 a 4				10		91%	
19	¿Cuántas personas trabajan en el negocio?	De 5 a 10				1		9%	
		De 11 a 20				0	11	0%	100%
		En temporadas				11		100%	
20	¿Contrata personal temporal?	NO				0	11	0%	100%
		SI				11		100%	

LIBRO DE CÓDIGOS			CONSOLIDADO DEL LIBRO DE CÓDIGO						
Orden	Preguntas	MEDICIÓN	ENCUESTADOS			FRECUENCIA		PORCENTAJE	
			2do resumen	3er resumen	4to resumen	Parcial	Total	Parcial	Total
OE 1	Determinar las características de Gestión de Calidad de las Mypes giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018								
1	¿Aplica una Buena gestión de calidad?	SI	1	1	2	5	11	55%	
		NO	1	1	2	6		45%	100%
2	¿La gestión de calidad ayuda a perfeccionar el negocio?	SI	2	1	2	8	11	73%	
		NO	0	1	1	3		27%	100%
3	¿Qué procesos ejecuta su empresa?	Mejora continua	2	1	1	5	11	45%	
		Calidad total	2	1	1	6		55%	100%
4	Al momento de contratar personal ¿qué considera?	Responsabilidad, habilidades y compromiso	1	1	2	7	11	64%	
		Honradez y dedicación	0	0	0	1		9%	
		Amabilidad	1	0	0	1		9%	
		Cumplimiento en el trabajo	1	0	0	1		9%	
		Destrezas en el trabajo	0	0	1	1		9%	100%
5	¿Qué técnicas utiliza para medir el rendimiento de su personal?	La Observación	4	3	2	10	11	91%	
		Escala de puntuación	1	0	0	1		9%	100%
6	¿Ud. Capacita a su personal?	SI	3	3	2	11	11	100%	
		NO	0	0	0	0		0%	100%
7	Si su respuesta es positiva ¿qué cambios logro?	Brindar atención de calidad	1	2	1	7	11	64%	
		Mejorar la satisfacción del cliente	1	1	1	4		36%	100%
8	¿Qué prioridad tiene ante sus proveedores?	Precio	1	2	2	6	11	55%	
		Calidad	1	1	1	4		36%	
		Crédito	1	0	0	1		9%	100%
OE 2	Determinar las características de la Competitividad de las								

Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018									
9	¿Considera a su empresa competitiva?	SI	3	1	2	8		73%	
		NO	1	0	1	3	11	27%	100%
10	¿Cree Ud. que el uso de tecnologías es una ventaja competitiva?	SI	1	1	4	8		73%	
		NO	0	1	1	3	11	27%	100%
11	¿Porque cree que los clientes compran en su establecimiento?	Precios bajos	0	0	0	1		9%	
		Calidad del producto	1	2	1	7		64%	
		Atención al cliente	1	0	1	3	11	27	100%
12	¿Qué estrategias utiliza para fidelizar a sus clientes?	Sorteo por días festivos	3	2	3	11		100%	
		Reducción de precios	0	0	0	0	11	0%	100%
13	¿Conoce a sus principales competidores?	SI	1	1	2	6		55%	
		NO	1	1	1	5	11	45%	100%
14	¿Genera mayores ventas que sus competidores?	SI	1	2	1	5		45%	
		NO	2	1	2	6	11	55%	100%
15	¿Ha mejorado la infraestructura de su local?	SI	3	1	1	7		64%	
		NO	1	1	1	4	11	36%	100%
16	¿Utiliza alguna estrategia para determinar la satisfacción del consumidor?	SI	0	1	1	2		18%	
		NO	1	2	3	9	11	82%	100%
OE 3	Determinar las características de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018								
17	Situación del establecimiento	Propio	2	1	3	8		73%	
		Alquilado	1	1	0	3	11	27%	100%
18	¿Cuánto tiempo tiene funcionando el negocio?	Menos de 1 año	0	0	0	0		0%	
		De 1 a 5 años	1	2	0	4		36%	
		De 6 a 10 años	0	0	1	1		9%	
		De 11 a 15 años	0	1	0	1		9%	
		Más de 16 años	2	1	1	5	11	46%	100%
	¿Cuántas personas	De 1 a 4	2	2	2	10		91%	

19	trabajan en el negocio?	De 5 a 10	0	0	0	1		9%	
		De 11 a 20	0	0	0	0	11	0%	100%
20	En temporadas que sus ventas aumentan, ¿contrata personal temporal?	SI	2	3	3	11		100%	
		NO	0	0	0	0	11	0%	100%