



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Cultura organizacional y calidad total en las MYPES importadoras de tela del  
emporio comercial Gamarra, La Victoria, 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Urbiola Roca, Ani (ORCID: 0000-0001-9041-2559)

**ASESOR:**

Mgtr. Casma Zarate, Carlos Antonio (ORCID: 0000-0002-4489-8487)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LIMA – PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

A mi alma mater La Universidad César Vallejo, por el gran aporte académico, a mis asesores y profesores por guiarme con paciencia y dedicación a desarrollar un buen trabajo.

A mi familia por su apoyo incondicional, a mis compañeros por compartir sus experiencias conmigo.

## **Agradecimiento**

A Dios, a mis padres Eufrazio y Vilma, a mi hermana Yedi, porque sin el amor y el apoyo incondicional de ellos no hubiera sido posible culminar esta hermosa etapa de mi vida universitaria.

## Índice

|   |      |
|---|------|
| Carátula  | i    |
| Dedicatoria   | ii   |
| Agradecimiento  | iii  |
| Página del jurado   | iv   |
| Declaratoria de autenticidad  | v    |
| Índice  | vi   |
| RESUMEN   | viii |
| ABSTRACT  | ix   |
| I. INTRODUCCIÓN   | 1    |
| II. MÉTODO  | 17   |
| 2.1. Tipo y diseño de investigación   | 17   |
| 2.2. Operacionalización de variables  | 18   |
| 2.3. Población, muestra y muestreo  | 19   |
| 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 20   |
| 2.5. Procedimiento  | 23   |
| 2.6. Método de análisis de datos  | 23   |
| 2.7. Aspectos éticos  | 23   |
| III. RESULTADOS   | 24   |
| IV. DISCUSIÓN   | 32   |
| V. CONCLUSIONES   | 34   |
| VI. RECOMENDACIONES   | 35   |
| REFERENCIAS   | 36   |
| ANEXOS  | 39   |

## Índice de Tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1: Matriz de operacionalización de variables .....  | 18 |
| Tabla 2: Lista de validadores del estudio .....   | 21 |
| Tabla 3: Método para estimar la confiabilidad.....  | 21 |
| Tabla 4: Baremos de confiabilidad del Alfa de Cronbach .....                                      | 22 |
| Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos .....  | 22 |
| Tabla 6: Estadísticas de fiabilidad.....  | 22 |
| Tabla 7: Estadística descriptiva por frecuencia de la variable cultura organizacional.....        | 24 |
| Tabla 8: Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión innovación y toma de riesgos..... | 24 |
| Tabla 9: Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión orientación a resultados..        | 25 |
| Tabla 10: Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión dinamismo.....                   | 25 |
| Tabla 11: Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión estabilidad .....                | 26 |
| Tabla 12: Estadística descriptiva por frecuencia de la variable calidad total.....                | 26 |
| Tabla 13: Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión calidad del producto .....       | 27 |
| Tabla 14: Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión calidad del servicio .....       | 27 |
| Tabla 15: Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión calidad percibida .....          | 27 |
| Tabla 16: Prueba de K-S entre la cultura organizacional y la calidad total .....                  | 28 |
| Tabla 17: Coeficiente de correlación por Rangos .....   | 28 |
| Tabla 18: Contrastación de la Hipótesis general .....   | 29 |
| Tabla 19: <i>Contrastación de la Hipótesis específica 1</i> .....                                 | 29 |
| Tabla 20: Contrastación de la Hipótesis específica 2.....   | 30 |
| Tabla 21: Contrastación de la Hipótesis específica 3.....   | 31 |

## Índice de Figuras

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Emporio comercial de gamarra: Micro y pequeñas empresas, según actividad relacionada con el comercio exterior, 2016..... | 19 |
|--|----|

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la cultura organizacional con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019. La metodología utilizada fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo – correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, la población para el estudio estuvo conformada por los colaboradores de las micro y pequeñas empresas ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra, obteniéndose una muestra de 137 colaboradores, la técnica utilizada fue la encuesta, y el instrumento un cuestionario de 16 preguntas para las dos variables en medición de escala de Likert, para el procesamiento de la información se empleó la herramienta estadística SPSS 24, donde se pudo determinar la confiabilidad del instrumento mediante el uso del alfa de Cronbach; Asimismo para determinar la relación se utilizó el estadístico de correlación Rho de Spearman. Dando como resultado 0,504 lo que significa una relación positiva moderada. Concluyendo que la cultura organizacional tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

**Palabras clave:** Cultura organizacional, calidad total, MYPES

## ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship of the organizational culture with the total quality of the MYPES fabric importers of the Gamarra Commercial Emporium, La Victoria, 2019. The methodology used was of the applied type, descriptive level - correlational, non-experimental design of cross section, the population for the study was made up of the collaborators of the micro and small companies located in the Commercial Emporium of Gamarra, obtaining a sample of 137 collaborators, the technique used was the survey, and the instrument a questionnaire of 16 questions for the two variables in Likert scale measurement, for the processing of the information the statistical tool SPSS 24 was used, where it was possible to determine the reliability of the instrument through the use of Cronbach's alpha; The Spearman's Rho correlation statistic was also used to determine the relationship. Resulting in 0.504 which means a moderate positive relationship. Concluding that the organizational culture is related to the total quality in the fabric importing MYPES of the Gamarra Commercial Emporium, La Victoria, 2019.

**Keywords:** Organizational culture, total quality, MYPES

## I. INTRODUCCIÓN

Estar a la vanguardia y tener una ventaja competitiva es un factor importante para las compañías a nivel nacional e internacional; ya que esto les permite mantenerse en un mercado dinámico y globalizado como el actual. Con el fin de lograr dicho objetivo, a lo largo de los años, diversos investigadores han estudiado las diferentes áreas de las organizaciones y planteado teorías, enfoques y principios para lograr incrementar la eficiencia de la empresa y sus colaboradores.

Esto ha permitido que las organizaciones, implementen una cultura organizacional y prioricen el talento humano como un capital activo importante, asimismo buscan los medios para transmitir la misión, visión, objetivos y valores de la organización, teniendo como finalidad que los colaboradores interioricen y participen en el proceso de la mejora continua. Por otra parte, los consumidores han ido cambiando y adoptando las nuevas tecnologías respecto a la forma de comprar, buscando medios que le faciliten tener un estilo de vida más dinámico a lo que habitualmente caracterizaba al consumidor tradicional. Lo que ha llevado a las organizaciones plantear estrategias que le permitan crear un vínculo emocional con sus consumidores para lograr el compromiso y la lealtad hacia la marca y no solo la satisfacción de sus clientes. Ya que, las generaciones como los Millennials y la generación Z buscan productos de calidad y consumen con información previa de lo que necesitan, asimismo buscan un servicio o producto que les de confianza y garantía.

Las empresas peruanas no han sido ajenas a todos estos cambios; sin embargo, nos es fácil identificar las organizaciones que implementaron una cultura organizacional, así como la filosofía de calidad total de las que aún les falta realizarlo. Y los casos más notorios se observan en las Mypes. Las cuales en su mayoría se han iniciado y administrado empíricamente.

En base a los argumentos señalados se ha considerado de importancia, desarrollar la investigación teniendo como variables la cultura organizacional y calidad total, asimismo se escogió como escenario de estudio el Emporio comercial de Gamarra y planteo como objetivo principal determinar la relación entre la cultura organizacional y calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra ubicada en el distrito de la Victoria. Ya que este sector tiene mucha importancia e influencia en la economía del Perú.



Para el desarrollo del estudio se consultó diversas investigaciones tanto nacionales como internacionales, de los cuales se escogió los más relevantes que guardan relación con la investigación y se citan a continuación:

(Vasconcelos & Dourado, 2017) Desarrollaron el artículo que tuvo como finalidad estudiar la cultura organizacional y la motivación de gerentes en una empresa textil de Brasil. La investigación fue de enfoque mixto (cualitativa y cuantitativa) caracterizándose como un estudio de caso, los datos recopilados por medio de entrevistas conformada de interpelaciones predefinidas y se aplicaron de forma articulada. Se utilizó la técnica de la entrevista, y los datos compilados se examinaron por medio de la transcripción de texto, grabación de voz y la elaboración de una matriz analítica. De acuerdo con los resultados se determinó la existencia de una cultura organizacional integrada y compartida, además de ser una herramienta motivacional de importancia para el desempeño de los directivos encargados de la toma de decisiones. El estudio concluyó indicando la relevancia de transmitir la cultura organizacional a los empleados desde el inicio de sus actividades. Tal procedimiento promueve un ambiente de aprendizaje y emerge el espíritu de pertenencia, interpersonal, solidaridad y compromiso personal con los nuevos empleados ante la corporación, que debe contribuir exponencialmente. A su crecimiento y desarrollo.

(Marulanda, López, & Castellanos, 2016) En su estudio plantearon como objetivo principal dar a conocer la correlación que existe entre la cultura organizacional y las buenas prácticas para la gestión del conocimiento en las Pymes de Colombia. La metodología aplicada fue cualitativa y cuantitativa, de nivel descriptivo, exploratorio y correlacional. La muestra lo integraron las 321 Pymes situadas en las ciudades de Armenia, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Manizales, Medellín y Pereira, pertenecientes a la ciudad de Colombia. Para ello se emplearon métodos de análisis y síntesis llegando a obtener como resultado que las buenas prácticas para la GC están directamente relacionadas con la cultura organizacional. El estudio obtuvo como conclusión que la cultura organizacional repercute de forma positiva y significativa en el impacto que tienen las buenas prácticas para la GC en las Pymes de Colombia.

(Benzaquen, 2018) En su artículo científico tuvo como objetivo principal contrastar el desempeño de las empresas peruanas que tienen la certificación ISO 9001 y aquellas que no la adquirieron, con la finalidad de estudiar cómo impacta este hecho en los componentes de éxito de la administración respecto a la calidad total. La población del estudio estuvo conformada aproximadamente por 8 mil compañías de la cual se calculó una muestra de 211

compañías. La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, no experimental de corte transversal. Los resultados demostraron que el 39,4% tiene la certificación ISO 9001, sin embargo, el 60,6% no está certificada. Asimismo, el 24,17% son micro pequeñas empresas y que las compañías con certificación ISO 9001 cuentan con excelente resultado en los 9 factores de TQM desarrollados en la investigación. En tal sentido se concluyó que las organizaciones que implementaron la certificación ISO 9001 cuentan con mejor promedio en los nueve factores de TQM estudiados, lo que destaca y ratifica jerarquía de la certificación para optimizar la gestión de la calidad en las compañías del Perú.

(Palma, Parejo, & Sierra, 2018) En su investigación consideraron que la gestión de la calidad en estos tiempos es una estrategia que permite promover la competitividad empresarial con un enfoque integral, observando la organización como un conjunto de procesos interrelacionados y que tiene como finalidad la satisfacción del cliente. La investigación estudia algunas definiciones sobre la calidad, los modelos de medición más utilizados y su empleo en organizaciones de servicio. Asimismo, planteo por objetivo estudiar de qué manera la gestión de la calidad lograría aplicarse independientemente del sector como un componente de importancia para el crecimiento de las empresas. El método consistió en un proceso reflexivo a la luz de las teorías más importantes presentadas en la literatura académica. Se obtuvo como conclusión que la gestión de calidad es un instrumento que permite obtener ventaja competitiva, eficiencia y productividad a través del ciclo de mejora continua.

(Araujo & Borrego, 2017) En su artículo plantearon como objetivo estudiar la gestión de la calidad en restaurantes turísticos de la ciudad de Chachapoyas de la Región Amazonas en el año 2012. La metodología fue de tipo aplicada, bajo el enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. La población total de los 20 restaurantes y comensales fue de 510. Para el acopio de información diseñaron una cartilla de autoevaluación para los empresarios conformado por 20 preguntas de las dimensiones “planeamiento” y “Liderazgo”. Para los empleados diseñaron un cuestionario de 20 preguntas sobre gestión del recurso humano respecto a la calidad. Y para los comensales elaboraron un cuestionario en base a elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía del modelo “quality service”. Se consideró a 27 empleados, 219 comensales y 5 representantes de los restaurantes Real Cecina, Los Maderos, Wanglic, Matalache y Chacha como parte de la muestra. Según resultados: Los empresarios el 70% necesita mejorar en el planteamiento y el 30% liderazgo. El 22% del personal está satisfecho, el 62% esta regularmente satisfecho,

y el 16% está insatisfecho. Y el índice de satisfacción fue -0,39, interpretándose que los comensales percibieron el servicio como “Regular”. Se obtuvo como conclusión que la ausencia de documentos que plasmen la misión, visión, objetivos, estrategias y políticas son evidencia que las empresas turísticas de restaurantes de la ciudad de Chachapoyas adolecen de elementos formales de la planificación de la calidad. Además, se determinó que del 100% de empresarios desconocen o realizan malas prácticas empresariales, el 70% necesitan mejorar en la dimensión planteamiento y el 30% en liderazgo de la calidad.

(Santizo, 2018) En su tesis planteo como objetivo determinar la correlación de la cultura organizacional y la motivación en los trabajadores del área de producción tejido, preparación y revisado de la Fábrica Cantel de Quetzaltenango, Guatemala. La tesis fue de enfoque cuantitativo debido a la metodología estadística y el diseño descriptivo. Como resultado respecto a la primera variable se obtuvo que el 81% de los colaboradores de la fábrica han interiorizado las normas, valores, pensamientos, así también se sienten orgullosos de formar parte de la empresa, identificándose una cultura fuerte, ello significa que la organización ha elaborado un buen trabajo para que los trabajadores se sientan valorado y al mismo tiempo parte de la empresa, respecto a la motivación el 86% de los colaboradores está satisfecho. Por lo tanto, se deduce que la motivación de los trabajadores está en un nivel aceptable. Asimismo, se determinó la relación entre la cultura organizacional y la motivación de los colaboradores del área de producción de tejido, preparación y revisado de la Fábrica Cantel de Quetzaltenango.

(Altuna, 2019) En su tesis planteo como objetivo identificar los problemas que vivió en su momento el gremio de una institución y formular estrategias nuevas que logren mejorar el desarrollo de sus actividades. La metodología empleada fue la investigación analítica y la técnica utilizada fue la encuesta basada en el modelo de OCC Ricardo Matamala. Asimismo, el instrumento se aplicó a todos los colaboradores y las entrevistas se le realizó a la alta dirección de las instituciones. Se obtuvo como resultado que se vivía en una cultura responsable con un puntaje del 1.46%, la cual se identifica por valorar a sus clientes, estar orientados hacia el servicio del cliente; otorgando comodidad y fiabilidad para poder conservar a sus socios y finalmente laboran por la sostenibilidad de la organización. Respecto a los talleres desarrollados con la alta dirección del gremio, se concluyó que la cultura adecuada para la institución es una cultura competitiva, lo cual obtuvo un puntaje de 3,7. Dado que se caracteriza por estar orientado únicamente al logro de objetivos integrando gente competente, conformando así equipos con los mejores talentos. Por último, se

recomendó trabajar en ciertos atributos importantes como son la innovación, los clientes, el liderazgo y la comunicación, por lo cual propusieron algunos planes de acción.

(Sawalim, 2014) En su investigación tuvo como objetivo analizar el desempeño del proyecto y la calidad total. En el sector del petróleo y gas de Libia. El estudio adoptó un enfoque de métodos mixtos. Posteriormente, se realizaron doce entrevistas semiestructuradas con gerentes de proyecto y profesionales de Tres compañías de petróleo y gas de diferentes categorías de la misma industria. El marco conceptual se mejoró después del análisis de los resultados de la entrevista, y luego se empleó un cuestionario para lanzar la siguiente etapa del estudio. El SPSS V16 analizó 131 cuestionarios para examinar la correlación entre las prácticas de TQM y el desempeño del proyecto en el petróleo libio, así como proyectos relacionados con la industria del gas, para predecir el modelo de prácticas de TQM y proyectar el desempeño en los proyectos relacionados con petróleo y gas de Libia. Los hallazgos clave de esta investigación determinaron la relación positiva significativa entre ambas variables en proyectos concernientes con el petróleo y el gas, y el hallazgo interesante fue que las prácticas de TQM duras tienen más impacto en el desempeño de la gestión de proyectos que las prácticas blandas.

(Alqasimi, 2017) Formuló como objetivo en su investigación explorar la práctica de TQM existente en los hospitales públicos de Arabia Saudita, teniendo como finalidad optimizar la calidad de la atención, la eficiencia y la productividad, y promover una fuerte satisfacción del paciente. Se aplicó el enfoque de método mixto lo cual se implementó para permitir la triangulación de métodos tanto cualitativos como métodos cuantitativos, para profundizar en el conocimiento y aumentar la generalización. Las entrevistas cualitativas semiestructuradas fueron la herramienta elegida para recopilar datos de los gerentes de TQM y las enfermeras principales, mientras que los cuestionarios cuantitativos recopilaron datos de enfermeras y pacientes en el punto de interfaz principal del cliente. Los datos fueron recopilados en dos hospitales públicos con sede en la ciudad capital de Riad, Arabia Saudita. El estudio concluyó con la implementación exitosa de TQM, y por lo tanto la calidad mejorada de la atención, depende de factores de éxito importantes como la comunicación efectiva, la capacitación de los empleados, el liderazgo transformacional, motivación del personal, medición, nivel de comprensión y mejora de las necesidades del paciente en el sector sanitario.

(Rodríguez & Aguilar, 2017) Plantearon como propósito del estudio confirmar la relación entre la cultura organizacional y la gestión de la calidad total por medio de la

participación de los colaboradores de la empresa Telefónica del Perú SAA. La metodología del estudio fue descriptivo correlacional, de diseño no experimental y corte transversal. La muestra lo integraron 202 colaboradores calculada de manera no probabilística de una población de 422 trabajadores de Telefónica. Se obtuvo como resultado por medio del análisis estadístico Chi-Cuadrado un coeficiente de 20.571 y  $p=0,000$  aceptando la hipótesis alterna, por lo tanto, se determinó que la cultura organizacional mantiene una relación favorable con la gestión de la calidad total. La investigación determinó la correlación directa y significativa entre la cultura organizacional y la gestión de la calidad en el servicio otorgado por los colaboradores de la empresa Telefónica.

(De La Torre & Afan, 2017) En su investigación buscaron analizar la correlación que tiene la cultura organizacional con el desempeño laboral de los colaboradores. El método de la investigación fue de nivel descriptivo-correlacional, enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal. El intervalo del periodo estudiado fue de junio a diciembre del 2016. Su población estuvo integrada por 42 trabajadores. De la cual se obtuvo por muestreo probabilístico una muestra de 37 trabajadores. De acuerdo con los resultados se obtuvo una correlación del 76,7%, por consiguiente, se deduce la existencia de una relación muy fuerte y directa entre ambas variables y que se obtendría un mejor desempeño laboral de los trabajadores si se logra mejorar la cultura organizacional. Asimismo, se concluye que los valores de la cultura organizacional mantienen una relación directa con el desempeño laboral del personal, así también fortalecer los valores de la organización tendrán efecto positivo en el desempeño de los colaboradores.

(Chung, 2017) Planteo como propósito de su tesis comprobar si la cultura organizacional modifica la relación entre el liderazgo y las prácticas de gestión del conocimiento, en las escuelas profesionales de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. El estudio fue de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de nivel correlacional, deductivo y analítico, la muestra estuvo integrada por docentes y trabajadores administrativos sumando un total de 150 colaboradores. Se obtuvo como resultado que las conductas de liderazgo repercuten significativamente sobre las prácticas de gestión del conocimiento. La investigación concluyó que la cultura organizacional modifica la relación entre el comportamiento del liderazgo transformacional y las prácticas de gestión del conocimiento.

(Benites, De Marzo, Soto, & Uribe, 2017) Formularon como objetivo del estudio contrastar los niveles de cumplimiento percibidos por las empresas que poseen un sistema

de gestión de calidad y las que no, respecto a los nueve factores de éxito de la calidad (TQM). Se analizaron los datos compilados y se elaboró el análisis utilizando el método de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de tipo transeccional y nivel descriptivo. La población lo conformaron 108 empresas del sector agroexportador de la cual se determinó una muestra de 85 empresas aplicando el muestreo aleatorio simple. De acuerdo con los resultados el 63% de las organizaciones implementaron un sistema de calidad y un 37% no cuentan con dicho sistema. Para finalizar el estudio obtuvo como conclusión que existe una diferencia significativa en las organizaciones donde se implementaron el sistema de gestión de calidad en cinco de los factores del TQM, a diferencias de las organizaciones donde no se implementaron y en el factor de Alta Gerencia existe mayor preocupación por implementar un SGC.

(Alferez, Berrocal, Meza, & Silveira, 2015) Realizaron la investigación que tuvo como propósito principal determinar el nivel de cumplimiento de los factores de éxito del TQM en la gestión de calidad del sector textil en Lima Metropolitana. La metodología de estudio empleada fue de nivel descriptiva y explicativa, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de tipo transeccional. La población lo integraban 1552 organizaciones de la cual se calculó una muestra representativa de 234 compañías del mismo sector, seleccionadas de forma aleatoria. Los resultados obtenidos indican que el 46,58% cuentan con un SGC y el 53,42% no cuenta con el SGC, asimismo el porcentaje de representación de las pequeñas empresas era del 94,02%, seguido por las medianas con un 4,7% y por último las grandes empresas con un 1,28%. Se obtuvo como conclusión que el nivel de calidad no tiene significativas diferencias en las compañías que han logrado implementar sistemas de gestión de calidad y aquellas que no lo han hecho.

Para brindar mayor soporte a la investigación y considerando las variables de cultura organizacional y calidad total, se citó como teoría principal “La teoría de la excelencia” de Thomas J. Peters y Robert Waterman, quienes publicaron en 1982 el libro best seller mundial que lleva por título “En busca de la excelencia”, donde se da a conocer “los ocho atributos” de la administración, dicho estudio se realizó en más de 50 empresas norteamericanas. Según (Peters & Waterman, 1993) los ocho atributos son:

Predisposición para la acción: Menciona que las compañías exitosas siempre están preparadas para responder de forma rápida, eficiente y efectiva. Para lo cual fragmentan las áreas en pequeños equipos de trabajo. Lo cual permitirá tomar decisiones en momentos claves y oportunos. Logrando que la organización tenga mayor productividad.

**Acercamiento al cliente:** Es fundamental para las organizaciones mantener un compromiso incondicional en términos del servicio, la calidad y la confiabilidad. Con el objetivo de lograr su posicionamiento las empresas deben mantener una interacción con sus clientes. Anteponen la satisfacción de sus clientes sobre su liderazgo tecnológico o su capacidad de producir a bajo costo. Logrando de esta manera la lealtad de sus clientes y su competitividad en el mercado a través del tiempo.

**Autonomía y espíritu emprendedor:** Las organizaciones exitosas incitan la autonomía y el emprendedurismo de sus colaboradores con el fin de mejorar su trabajo y producción, empleando una comunicación efectiva para impulsar y motivar la creatividad e innovación. Para lo cual previamente a ha agrupado en pequeños equipos o individualmente buscando optimizar el desempeño laboral, asimismo tienen tolerancia al fracaso porque reconocen que se debe intentar varias veces para lograr el éxito.

**Productividad por el personal:** Es importante brindar confianza a los colaboradores ya que merecen ser tratados con dignidad y respeto. Para lograr la productividad y recompensas financieras posteriores, se debe tener presente que el talento humano son el activo más importante y fuente de la productividad. Otorgándole autonomía para que tomen la iniciativa y contribuyan a la empresa, así como un clima de trabajo apropiado para que crezcan y se desarrollen.

**Movilización alrededor de un valor clave:** Las sociedades exitosas diseñan un sistema de valores que representa su organización, sin embargo, no solo es importante plantearlos sino analizar su contenido y la forma de transmitir en toda la organización. De tal manera que llegue e inspire en los diferentes niveles de la organización.

**Zapatero a tus zapatos:** Para las empresas es de importancia expandirse y desarrollarse en otros mercados, sin embargo, las empresas exitosas se extienden en campos de acción que guardan relación con su producto o servicio central, por el contrario, a aquellas que se diversifican a muchos campos tienden a tener menos éxito.

**Estructura simple y poco personal:** Conforme va creciendo el tamaño de la organización se hace más compleja la gestión y surgen estructuras enredadas. Por consiguiente, las empresas deben mantener una estructura simple y comprensible para las numerosas personas que trabajan allí. Adicionalmente deben ser flexibles para adaptarse con facilidad a los cambios y afrontar los problemas con éxito.

Flexibilidad y rigor simultáneos: Las empresas exitosas logran equilibrar la centralización y descentralización, permitiendo que se rijan por el principio de flexibilidad y rigor logrando que la dirección central y la autonomía individual coexistan.

Asimismo, para lograr una mayor delimitación conceptual de la variable cultura organizacional se consideró pertinente mencionar la Teoría clásica de la Administración. La cual surgió en Francia en 1916 con el ingeniero Henry Fayol, quien fundamentó su teoría de la administración en su libro *Administration Industrielle et Générale*. Fayol planteó a su teoría sobre las operaciones o funciones de la empresa principios generales sobre la administración. Indicando que la función administrativa solo se aplica al personal, por lo consiguiente la salud y el buen funcionamiento del cuerpo social de una empresa depende de un cierto número de condiciones, a las cuales llamo principios, leyes o reglas de administración; planteó catorce principios a los que consideraba como básicos para el ejercicio eficiente de la función administrativa los cuales son: división del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, la subordinación del interés particular al interés general, remuneración del personal, centralización y descentralización, jerarquía, orden, equidad, estabilidad del personal, iniciativa, unión del personal o espíritu de cuerpo. (Ramírez, 2015, pp. 167-171).

De igual manera, diversos autores estudiaron e investigaron la cultura organizacional para su mejor conceptualización y definición ya que es un factor importante para la organización entre los cuales podemos citar a Llanos (2016) quien menciona lo siguiente: Se conoce como cultura organizacional a todo aquello que identifica a una empresa y la distingue de las demás logrando que cada integrante de los diferentes niveles se sienta integrados en la organización, ya que, comparten los mismos valores, creencias, reglas, procedimientos, normas, lenguaje, rituales y ceremonias. Dichos aspectos están intrínsecamente relacionados al clima organizacional (p.80). Asimismo (Robbins y Judge, 2013), lo definen como un sistema integrado y compartido, lo cual permite diferenciarse a una organización del resto. Dando a conocer las principales características que engloba la cultura de una organización entre las cuales tenemos; innovación y tomas de riesgos, atención a los detalles, orientación a los resultados, orientación a la gente, orientación a los equipos, dinamismo, estabilidad (pp.512-514)

Asimismo, Chiavenato (2009) señaló que: Es similar a un iceberg. Donde la parte superior que está por encima del nivel del agua representa los elementos perceptibles y superficiales de las empresas, estos proceden de su cultura y en su mayoría son elementos



físicos y concretos. En la parte sumergida están los elementos impalpables e internos, estos son más complejos para identificarlos o percibirlos. Por consiguiente, ahí se localizan las expresiones psicológicas y sociológicas de la cultura (p.123). Del mismo modo (Omachonu & Ross, 2014) mencionaron que son las filosofías, ideologías, valores, suposiciones, expectativas, creencias, actitudes y normas que vinculan a la organización y que son compartidas por los colaboradores (p.35).

De acuerdo con lo señalado por los autores, se entiende como cultura organizacional a los diferentes factores que diferencian y hacen únicas a cada empresa, lo que refleja el nivel de compromiso e inclusión de los colaboradores. Asimismo, estos se pueden identificar por medio de características particulares que engloban la esencia de las organizaciones; Es decir no es algo que sea palpable, ya que se evidencia en los efectos y consecuencias de la filosofía adoptada por los integrantes de las empresas. Es por ello que se consideró las siguientes dimensiones para su estudio: Innovación y toma de riesgos, Orientación a los resultados, Dinamismo y Estabilidad.

Innovación y toma de riesgos: Según (Chiavenato, 2009) nos indica que es la capacidad de creatividad en las empresas para desarrollar nuevos productos, servicios, procesos y entre otros elementos de la empresa. En un mercado globalizado y versátil, es fundamental para las organizaciones estar a la vanguardia con el objetivo de mantenerse competitivos. Innovar es un factor importante ya que esto le permitirá posicionarse en el mercado y en la mente del consumidor (p. 15). Asimismo (Ramirez, 2016) indico que la toma de riesgos se entiende como aventurarse a lo desconocido, comprometer las proporciones de los activos que se tienen, tener un endeudamiento considerable, en otra palabra significaría comprometer una amplia cantidad de recursos a las posibles expensas de incurrir en costosas perdidas (pp. 1382-1383). Como indicadores para su medición se tuvo a la creatividad “Las empresas exitosas promueven la creatividad en sus colaboradores, ya que, reconocen que es un factor importante para la solución de problemas, así como crear e innovar para generar ventaja competitiva en un mercado dinámico” (Chiavenato, 2009, pág. 345). Y el empoderamiento que según (Ospina, 2010) “Consiste en reconocer que los empleados tienen poder para actuar con autonomía, pero con responsabilidad, dentro de unos límites o fronteras que son los valores, los principios, los objetivos y las metas” (p.64).

Orientación a los resultados: (Robbins y Judge, 2013) Indicaron lo siguiente: “Es el nivel de importancia con el cual la administración califica el resultado obtenido mas no el proceso que conlleva a dicho resultado” (p. 513). Como indicadores para su medición se

tuvo a la productividad que según (Chiavenato, 2009, pág. 13) “Es el resultado de la correcta coexistencia de la eficiencia y eficacia, ya que, una empresa es eficaz cuando alcanza sus metas y objetivos, mientras que la eficiencia representa el correcto empleo de los recursos disponibles”. Y la eficiencia que según (Chiavenato, 2012) Es importante que las empresas reconozcan la importancia de la eficacia y eficiencia, se entiende que eficacia mide el logro de los resultados y la eficiencia el nivel de los recursos empleados en dicho proceso, lo que representa la relación entre el costo y beneficio, sin embargo, no todas las organizaciones han logrado trabajar de la mano con estos componentes, lo ideal es lograr la coexistencia de ambas para el éxito de la organización (p.132).

Dinamismo: Permite determinar el nivel en que las personas son dinámicas y competitivas en lugar de fáciles de complacer (Robbins y Judge, 2013, pág. 513). Para su medición se tuvo como indicador misión compartida lo que “Permite impulsar a la organización hacia la situación futura deseada, refleja lo que se hace ahora para lograr los objetivos planteados a largo plazo” (D'alessio, 2008, pág. 62); y la adaptabilidad que es la capacidad de reorganización del sistema para obtener un estado de equilibrio nuevo y diferente con el medio. Por medio de la retroalimentación se logra mantener la viabilidad de la empresa, la adaptabilidad conlleva a la disolución y a la innovación del sistema para ajustarse a las necesidades del entorno. (Chiavenato, 2009, pág. 38).

Estabilidad: Según (Robbins y Judge, 2013) “Posición de la empresa en su conjunto para mantener su objetivo firme ante las situaciones emergentes” (p. 513). Teniendo como indicador el desempeño (Robbins y Judge, 2013) indican que hoy en día las empresas no solo analizan la forma de cómo sus colaboradores realizan las tareas de acuerdo con el área que se encuentran, sino acuden a más información, es por ello por lo que los investigadores plantean la existencia de tres elementos que constituyen el desempeño laboral entre los cuales están: Desempeño de la tarea, civismo y falta de productividad (p. 555); y en cuanto al indicador comunicación (Chiavenato, 2009) menciona que se debe diseñar un sistema de comunicación y lograr su implementación exitosa para que los trabajadores estén correctamente conectados e integrados, es un trabajo continuo que se da en la organización actual; Asimismo mantener una comunicación efectiva permite la toma de decisiones oportunas dando como resultado la interacción y el cumplimiento de los objetivos (p.305).

Respeto a la variable calidad total se tomó en cuenta: Los 14 puntos de la calidad según Edwards Deming. Deming afirmaba que todo proceso es variable y que la relación que guarda la variabilidad con la calidad es inversamente proporcional, puesto que cuanto menor

sea la variabilidad de este, mayor será la calidad del producto final. Asimismo, indico que en cada proceso se puede generar dos tipos de diferenciaciones con relación al objeto marcado inicialmente: diferenciaciones comunes o no asignables y diferenciaciones especiales o asignables. Solo identificando esta diferenciación se logrará alcanzar la calidad. Con el objetivo de que las organizaciones logren encaminarse hacia la filosofía de la calidad total, basándose en sus estudios y experiencias dio a conocer los catorce puntos de la calidad los cuales son: Crear constancia en el propósito de mejorar el producto, adoptar la nueva filosofía, dejar de depender de la inspección para lograr la calidad, acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio, mejorar constantemente el sistema de producción y servicio, implantar la formación, adoptar e implementar el liderazgo, desechar el miedo, derriba barreras entre los departamentos, eliminar eslóganes, eliminar los cupos numéricos para la mano de obra y los objetivos numéricos para los directivos y sustituirlos por el liderazgo y la mejora continua, eliminar las barreras que impiden que la gente este orgulloso de su trabajo, estimular la educación y la auto- mejora de todo el mundo y actuar para lograr la transformación (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2017, págs. 41-43).

Para entender un poco más sobre calidad total encontramos algunas investigaciones entre las cuales tenemos a los autores (Camisón, Cruz, & Gonzáles, 2006) quienes entienden por calidad la perfección en el diseño y también se define basado en la percepción del cliente que está enfocado en la calidad de servicio. Encaminados hacia la eficiencia interna o eficacia externa. El concepto de calidad total pretende enlazar ambas definiciones considerándolas complementarias (p.193). Asimismo (Blocher, Stout, Cokins, & Chen, 2008) Definieron lo siguiente: “la gestión de la calidad total es un proceso mediante el cual la dirección formula políticas y prácticas para certificar que los productos y servicios de la organización superen las expectativas del cliente” (p. 11). Por otro lado Tarí (2000), señalo que hoy en día no solo se habla de la calidad de los productos o servicios, el nuevo enfoque ha ido encaminado hacia la filosofía de la calidad total, si bien el enfoque tradicional tenía como objetivo lograr la calidad por medio de las inspecciones en el área de producción, el nuevo enfoque considera que para lograr la calidad total se tiene que abarcar la organización en su conjunto solo de esta manera se lograra alcanzar la calidad del producto o servicio (p.17). Del mismo modo los autores (Omachonu & Ross, 2014) señalan que la administración de la calidad total está conformada por diversas ideas. Ello implica a todas las funciones de la empresa para la interconexión entre todos los niveles de la organización (p.17).

En la actualidad no solo se habla o busca la calidad de los productos o servicios, según lo mencionado, lo que ahora buscan las organizaciones es la calidad total de la empresa en su conjunto, tomando en cuenta los factores de calidad del producto o servicio, con el objetivo de superar las expectativas de sus consumidores o clientes, Para lograr dicho propósito buscan la integración global de toda la organización en sus diferentes niveles. Es por ello que se tomó como dimensiones: la calidad del producto, calidad del servicio y calidad percibida.

Calidad del producto: Según (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2017) La calidad basada en el producto está en función de una variable específica y medible, es decir la calidad se refleja en la diferencia de la cantidad de un componente o propiedad del producto. Es decir, a mayor cantidad del componente o propiedad mayor será la calidad del producto. (p.10). Asimismo, como indicadores están la competitividad que según (Córdoba, 2004): Hoy la competitividad en las empresas está enfocada en la aplicación de la calidad total o la reingeniería, sin embargo, en un futuro pasaran a ser una condición para poder estar en el mercado, puesto que; en la actualidad el desarrollo tecnológico y la competencia ejercen mayor presión, obligando a las empresas a realizar esfuerzos tan solo para mantener su posición. La eficiencia ha llevado a las empresas a centrarse en identificar aspectos claves que les permitan diferenciarse de sus competidores. Cambiando la idea basada en la diversificación de las actividades por concentrar los recursos de la empresa en descubrir aquello en lo que puede destacar y aportar con el objetivo de ser más competitivo (p.86). y en cuanto a la durabilidad (Camisón, Cruz, & Gonzáles, 2006) mencionaron que es el intervalo de tiempo que el comprador puede utilizar el producto obteniendo un beneficio y requerimientos de funcionalidad que certifiquen su aptitud para el uso. A este intervalo de tiempo se le conoce como vida útil (p.186).

Calidad del servicio: De acuerdo con (Camisón, Cruz, & Gonzáles, 2006) Es el resultado de la relación entre el servicio percibido y servicio esperado. Asimismo, permite medir el nivel de cumplimiento a las expectativas del consumidor. Entre los factores más resaltantes de la calidad del servicio están: La eficacia de las organizaciones en la administración respecto a las expectativas de los clientes, la experiencia de los clientes con productos de la competencia y de la propia organización, la metodología de comunicación de la empresa y las opiniones de terceros (p. 193). Para su medición se tuvo como indicador a la fidelización que según (Alcaide, 2015) Las organizaciones tienen como uno de sus objetivos la fidelización de sus clientes; Dado que, es importante para elevar su calidad de

servicio respecto a su competencia y poder planear sus proyecciones más asertivas de acuerdo con su presencia en el mercado (p.19). y la empatía que fue conceptualizada por (Lozano, 2015) como la habilidad de comprender y reconocer las emociones de los demás, el desarrollo de esta habilidad se conoce como la empatía comercial (p. 21).

Calidad percibida: Según (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2017) El precio y la calidad son elementos importantes que se debe tomar en consideración en un mercado dinámico y competitivo, ya que la calidad de un producto no se puede delimitar de su coste y su precio. Por lo tanto, un producto tendrá mayor calidad si el cliente percibe un mayor valor al comprarlo. (p.12). Para su medición se consideró a los indicadores de satisfacción que según (Hawkins, Best, & Coney, 2004) Lograr la satisfacción de sus clientes es uno de los propósitos principales de muchas compañías independientemente a su tamaño, sin embargo, los consumidores han cambiado y son más conocedores y consientes del valor, así como de la existencia de diversas marcas que se desempeñan a niveles satisfactorios, tener clientes satisfechos o recurrentes no basta, lo que en la actualidad las organizaciones buscan son clientes comprometidos o leales a la marca creando así, un vínculo emocional (p. 616). Respecto al indicador credibilidad podemos indicar que las empresas generan credibilidad a lo largo del tiempo y la mejor manera es ofertar productos de primer nivel y un servicio al cliente líder en la industria, sin embargo, convertirse en una marca de confianza basada en la calidad del producto solo funciona si sus clientes comunican y dan testimonio de ello a otros. Para lograr credibilidad toma tiempo, las marcas se construyen durante décadas, no semanas y se debe ser constante día tras día (Drucker, 2018).

Implementar la filosofía de la calidad total en la organización se ha convertido fundamental en el planeamiento estratégico de las empresas, ya que esto implica un reto constante que involucra a toda la organización desde la calidad de sus productos, servicios y procesos. Es por ello que para el estudio se planteó como problema general: ¿Cómo se relaciona la cultura organizacional con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019?, Así también, como problemas específicos tenemos: ¿Cómo se relaciona la innovación y toma de riesgos con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019?, ¿Cómo se relaciona la orientación a resultados con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019? y ¿Cómo se relaciona la estabilidad con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019?.

Asimismo, para la justificación del estudio se consideraron los aspectos teóricos, metodológico y práctico; los cuales han sido detallados líneas abajo.

Justificación teórica: Se sabe que la cultura de la organización es trascendental para lograr una filosofía de calidad total en la organización, por lo cual se consideró pertinente la elaboración del presente estudio con la finalidad de aportar a la realización de futuros trabajos de investigación. Para lo cual se ha analizado diferentes teorías y conceptos con el fin de conocer más de ambas variables.

Justificación metodológica: Considerando la importancia que la cultura organizacional representa para alcanzar la calidad total en una organización. Se ha considerado conveniente desarrollar la investigación teniendo como variables la cultura organizacional y calidad total, bajo la metodología del estudio de enfoque cuantitativo, Por lo cual se ha elaborado un cuestionario para calcular las variables de estudio. Con la finalidad de contribuir a la realización de futuros trabajos similares o profundizar la investigación científica.

Justificación práctica: Los resultados de la investigación podrán ser aplicados una vez comprobada la Hipótesis general, gracias al apoyo de los colaboradores de las micro y medianas empresas del sector textil, así también pueden realizarse modificaciones para otros sectores en el cual implique las variables planteadas.

Se tuvo como Hipótesis general:  $H_0$ : La cultura organizacional no tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.  $H_1$ : La cultura organizacional tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019. Hipótesis específicas.  $H_1$ : La innovación y toma de riesgos tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.  $H_2$ : La orientación a resultados tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.  $H_3$ : La estabilidad tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

Objetivo general: Determinar la relación de la cultura organizacional con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019. Objetivos específicos: Determinar la relación de la innovación y toma de riesgos con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019. Determinar la relación de la orientación a resultados con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019. Determinar la relación de la estabilidad con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, empleando el método hipotético deductivo, dado que, se buscó contrastar la existencia de una relación de las dos variables mediante el análisis estadístico. Al respecto (Bernal, 2010, pág. 60) refirió que dicho enfoque permite estudiar y analizar los problemas sociales, dado que se estudia sus características para determinar el campo a investigar en relación con la problemática. Asimismo, este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

El tipo de estudio fue aplicada, puesto que se tomó los estudios previos como teorías y definiciones para entender cada variable y dimensión del estudio. Según (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez, 2014), Se denomina investigación aplicada puesto que tiene como base la investigación básica para la formulación de problemas relacionados a la sociedad, así como el planteamiento de la solución en un periodo determinado (p. 93).

La investigación fue de nivel descriptivo – correlacional, ya que se tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables planteadas para el estudio. De acuerdo con Bernal (2010), “Indica las características o los rasgos del entorno o del fenómeno a estudiar. Es una de las tipologías o procedimientos de investigación más reconocidos y empleados por los que se inician en la actividad investigativa” (p. 122). Asimismo (Bernal, 2010) menciona que: La investigación de tipo correlacional tiene como objetivo principal calcular el grado de relación que existe entre dos o más variables de acuerdo con el entorno en que se encuentran. En algunos casos únicamente se analiza la correlación entre dos variables (p. 122).

El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal o transeccional, lo que significa que no se manipularon las variables y se realizaron en un momento determinado. Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) “Son investigaciones que se efectúan sin la maniobra intencional de las variables, ya que, está limitada a observar los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152). Asimismo, es transversal dado que según Bernal (2010, pág. 118) “estos estudios permiten obtener información del objeto de estudio por única vez y un determinado periodo”. Para la investigación se consideró que el tipo de diseño es apropiado para el estudio, ya que, tiene por finalidad determinar la relación que existe entre las dos variables de interés en una misma muestra.



## 2.2. Operacionalización de variables

Las variables estudiadas y definida por los autores citados en el primer capítulo se presentan bajo la siguiente operacionalización:

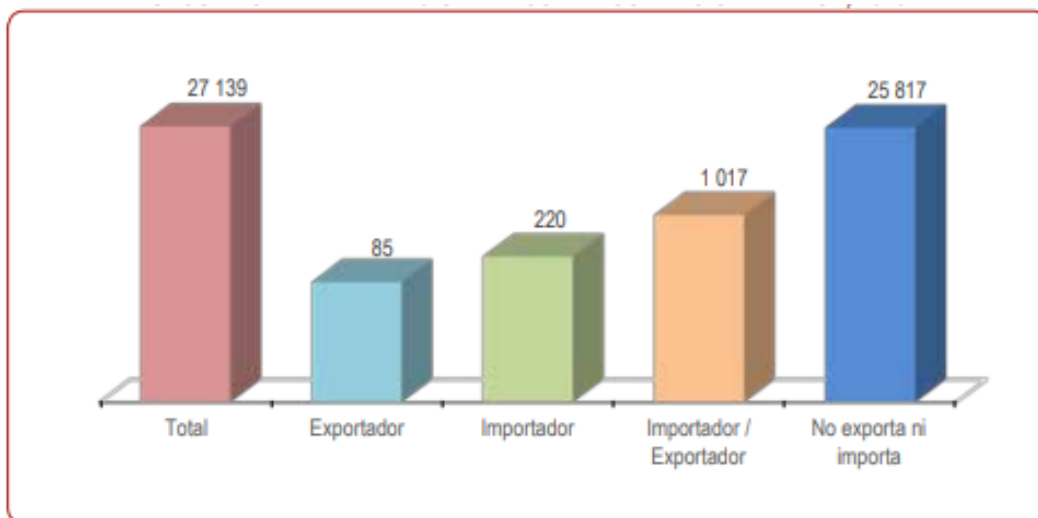
Tabla 1: *Matriz de operacionalización de variables*

| Variable               | Definición Conceptual   | Dimensiones                  | Indicadores       | Ítems | Niveles Y Rango          | Escala  |
|------------------------|---|------------------------------|-------------------|-------|--------------------------|---------|
| CULTURA ORGANIZACIONAL | (Robbins y Judge, 2013), lo definen como un sistema integrado y compartido, lo cual permite diferenciarse a una organización del resto. Dando a conocer las principales características que engloba la cultura de una organización entre las cuales tenemos; innovación y tomas de riesgos, atención a los detalles, orientación a los resultados, orientación a la gente, orientación a los equipos, dinamismo, estabilidad (pp.512-514) | Innovación Y Toma de riesgos | Creatividad       | 1     | Cuestionario tipo Likert |         |
|                        |   |                              | Empoderamiento    | 2     |                          |         |
|                        |   |                              | Productividad     | 3     |                          |         |
|                        |   | Orientación a los resultados | Eficiencia        | 4     |                          |         |
|                        |   |                              | Misión compartida | 5     |                          |         |
|                        |   | Dinamismo                    | Adaptabilidad     | 6     |                          |         |
|                        |   |                              | Desempeño         | 7     |                          |         |
|                        |   | Estabilidad                  | Comunicación      | 8     |                          |         |
|                        |   |                              |                   | 9     |                          |         |
| CALIDAD TOTAL          | (Blocher, Stout, Cokins, & Chen, 2008) Definieron lo siguiente: “la gestión de la calidad total es un proceso mediante el cual la dirección formula políticas y prácticas para certificar que los productos y servicios de la organización superen las expectativas del cliente” (p. 11).   | Calidad del producto         | Competitividad    | 10    | 3. A veces               | ORDINAL |
|                        |   |                              | Durabilidad       | 11    | 4. Casi siempre          |         |
|                        |   | Calidad del servicio         | Fidelización      | 12    | 5. Siempre               |         |
|                        |   |                              | Empatía           | 13    |                          |         |
|                        |   | Calidad Percibida            | Satisfacción      | 14-15 |                          |         |
|                        |   |                              | Credibilidad      | 16    |                          |         |

Fuente: Elaboración propia.

### 2.3. Población, muestra y muestreo

La población para el estudio estuvo conformada por los colaboradores de las micro y pequeñas empresas que se encuentran ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra las cuales forman gran parte de la economía peruana. Para Hernández, et al. (2014) “Es el conjunto de todos los elementos que coinciden con determinadas características semejantes” (p. 174). Asimismo, Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016) en el Emporio Comercial de Gamarra 1322 micro y pequeñas empresas (MYPES) realizaron actividades relacionadas con el comercio exterior. Del cual 85 empresas son exportadoras, 220 importadoras y 1017 empresas realizan ambas actividades relacionadas con el comercio exterior. Las cuales se observan en la figura 1:



*Figura 1.* Emporio comercial de gamarra: Micro y pequeñas empresas, según actividad relacionada con el comercio exterior, 2016.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En el Anexo A, se presenta el listado de MYPES con la cantidad de colaboradores ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra del sector textil que componen la población. Allí se observa que el total de colaboradores es 212, los cuales conformaron la población de la investigación. Asimismo, para determinar la muestra se tomó en cuenta a las empresas que cumplieren con las siguientes características: Ser importadoras de tela, estar con estado activo y condición habido en el sistema de la SUNAT. Según Hernández, et al. (2014) la muestra “Está conformada por un subgrupo de la población designada para realizar el

estudio, esta a su vez tiene que ser una cantidad representativa de la población con el objetivo que el estudio sea confiable” (p. 173).

Para realizar el proceso de selección de la muestra representativa se realizó mediante el tipo de muestreo probabilístico. Hernández, et al. (2014) nos menciona que los estudios realizados en base al muestreo probabilístico posibilitan que los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser escogidos para la muestra (p. 174). Teniendo en cuenta que la población es finita y el enfoque cuantitativo del estudio. Para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula con un margen de error de 5% y un nivel de confiabilidad de 95%.

$$n = \frac{(z)^2 (p)(q)(N)}{(e)^2 (N - 1) + (Z)^2 (p)(q)}$$

Dónde:

$z = 1.96$  que representa el nivel de confianza del 95%.

$p = 0.5$  o 50% y es la probabilidad que todos los elementos de la población tienen de ser seleccionados para formar parte de esta muestra.

$q = 0.5$  o 50% y es la probabilidad que todos los elementos de la población tienen de no ser seleccionados para formar parte de esta muestra.

$N =$  población total del estudio, que son 212 colaboradores.

$e = 5\%$  que es el porcentaje de error en la investigación.

Aplicando la formula dio como resultado que el tamaño de la muestra es de 137 colaboradores. Asimismo, en el marco de la investigación se tuvo como participantes: al investigador, asimismo se contó con la colaboración de compañeros de trabajo y colaboradores de las MYPES.

#### 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica empleada para la recolección de datos fue la encuesta. Según (Valderrama, 2013) “Es un procedimiento que permite recopilar la información sobre una parte de la población denominada muestra. Desarrollándose en base a las variables e indicadores del trabajo de investigación (p. 205)”. Asimismo, el instrumento aplicado a la muestra fue un cuestionario. Hernández, et al. (2014) “En los fenómenos sociales, un cuestionario consiste en un conjunto

de preguntas cerradas con opciones de respuestas definidas anteriormente para medir las variables de estudio” (p. 217).

Para la validez del instrumento se recurrió al método por juicio de expertos. (Valderrama, 2013) al respecto indica que “La validez del instrumento determina la evaluación o resultado obtenido por medio de su aplicación, ya que, se debe medir efectivamente lo que se desea medir” (p.206). Para la validación se solicitó el aporte de los docentes detallados en la siguiente tabla:

Tabla 2: *Lista de validadores del estudio*

| Número | Validador                      | Grado   | Especialista | Resultados |
|--------|--------------------------------|---------|--------------|------------|
| 1.     | Cárdenas Saavedra Abraham      | Doctor  | Especialista | Si cumple  |
| 2.     | Carranza Estela, Teodoro       | Doctora | Especialista | Si cumple  |
| 3.     | Aliaga Correa, David Fernando  | Doctor  | Especialista | Si cumple  |
| 4.     | Martínez Zavala, María Dolores | Doctora | Metodóloga   | Si cumple  |
| 5.     | Dávila Arenaza, Víctor         | Doctor  | Especialista | Si cumple  |

Fuente: elaboración propia.

Para la selección del método de estimación de la confiabilidad del instrumento (Ruiz, 1992) Menciona lo siguiente:

Existen diferentes métodos para calcular la confiabilidad de consistencia interna, sin embargo, no hay necesidad de emplear todos estos métodos porque arrojan resultados parecidos. Por consiguiente, bastaría con emplear uno de ellos. Asimismo, para la interpretación del coeficiente de confiabilidad. Los valores oscilan entre cero (0) y uno (1). Un método práctico para interpretar la magnitud de un coeficiente de confiabilidad podría tomar como ejemplo la escala que se presenta en las siguientes tablas:

Tabla 3: *Método para estimar la confiabilidad*

| Método            | $r_n$ |
|-------------------|-------|
| Alpha de Cronbach | 0,72  |
| Spearman- Brown   | 0,77  |
| Rulón             | 0,76  |
| Hoyt              | 0,77  |
| Promedio          | 0,76  |

Fuente: Tomado de Ruiz, C. (1992). Instrumentos y Técnicas de Investigación Educativa: Un enfoque Cuantitativo y Cualitativo para la Recolección y Análisis de Datos. Texas.

De acuerdo con lo mencionado por el autor, se consideró pertinente para la investigación el uso del estadístico de Alfa de Cronbach, ya que, mide el nivel de fiabilidad

del cuestionario que estuvo conformado por 16 preguntas y fueron ingresados al SPSS V.23 para su respectivo resultado y análisis.

Tabla 4: *Baremos de confiabilidad del Alfa de Cronbach*

| <b>Niveles</b> | <b>Rangos</b> | <b>Magnitud</b> |
|----------------|---------------|-----------------|
| 5              | 0,80 - 1,00   | Muy Alta        |
| 4              | 0,60 - 0,79   | Marcada         |
| 3              | 0,40 - 0,69   | Moderada        |
| 2              | 0,20 - 0,39   | Baja o ligera   |
| 1              | 0,00 - 0,19   | Despreciable    |

Fuente: Huamanchumo y Rodríguez (2015). Metodología de la Investigación en las Organizaciones. Lima: Editorial Summit.

Del mismo modo se realizó una encuesta piloto a 10 colaboradores de estudio de entidades similares a la muestra y los resultados se ingresaron en el programa SPSS Versión 23 y a través del alfa de Cronbach, cuyos resultados obtuvieron lo siguiente:

Tabla 5: *Resumen de procesamiento de casos*

|              |                             | <b>N</b> | <b>%</b> |
|--------------|-----------------------------|----------|----------|
| <b>Casos</b> | <b>Válido</b>               | 10       | 100,0    |
|              | <b>Excluido<sup>a</sup></b> | 0        | ,0       |
|              | <b>Total</b>                | 10       | 100,0    |

Fuente: SPSS.V.23, base de datos.

Tabla 6: *Estadísticas de fiabilidad*

| <b>Alfa de Cronbach</b> | <b>N de elementos</b> |
|-------------------------|-----------------------|
| ,801                    | 16                    |

Fuente: SPSS.V.23, base de datos.

En el análisis de fiabilidad, se obtuvo como resultado 0,801 y según lo indicado por el autor Tabla 4 se determinó que el instrumento de medición es de consistencia interna con magnitud muy alta.

## 2.5. Procedimiento

Para la investigación se desarrolló una base de datos para las variables registrándose los resultados conseguidos por medio de la ejecución del instrumento el cuestionario, luego se realizó el análisis descriptivo e inferencial utilizando el programa SPSS versión 23. Dichos resultados se muestran en el capítulo tres. La técnica empleada para la recolección de datos fue la encuesta, la validez del instrumento se realizó mediante el juicio de expertos y la confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach, utilizando la escala Likert para la su medición, así también para la descripción de los resultados se utilizó los cuadros de frecuencia y de correlación por rangos de Sperman.

## 2.6. Método de análisis de datos

Para analizar los datos se empleó el método descriptivo que según (Bernal, 2010) el método descriptivo tiene como objetivo “observar y describir las características que se perciben de los trabajadores que laboran en las empresas donde se realice el estudio” (p.280). asimismo, se empleó el método inferencial; (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) indicaron lo siguiente:

Existen dos tipos de análisis que pueden desarrollarse: los análisis paramétricos y los no paramétricos. Cada uno tiene sus particularidades y presuposiciones que lo sustentan y la elección del investigador sobre qué clase de análisis efectuar depende de estas presuposiciones. Así también, se debe tener presente que en un mismo estudio pueden aplicarse análisis paramétricos para algunas hipótesis y variables, y análisis no paramétricos para otras (p. 311).

## 2.7.Aspectos éticos

La investigación se ha realizado respetando las normas científicas, asimismo se solicitó el permiso respectivo para realizar el estudio a las personas que participaron. Se mantendrá en anonimato a las personas que se le encuestaron protegiendo su identidad y respetando los resultados obtenidos. Para la redacción se utilizó el manual APA sexta edición respetando el derecho de autor y citados en las referencias.

### III. RESULTADOS

Análisis descriptivo de resultados por variable y dimensión:

Variable 1: Las encuestas realizadas a los 137 colaboradores de las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial de Gamarra, arrojaron los siguientes resultados en referencia a la variable cultura organizacional y sus dimensiones:

Tabla 7: *Estadística descriptiva por frecuencia de la variable cultura organizacional*

| <b>Descripción por frecuencia de la variable Cultura organizacional</b> |              |             |               |                     |
|---|--------------|-------------|---------------|---------------------|
|   |              | Respuestas  |               | Porcentaje de casos |
|   |              | Nº          | Porcentaje    |                     |
| Cultura organizacional  | CASI NUNCA   | 28          | 2.6%          | 20.4%               |
|   | A VECES      | 244         | 22.3%         | 178.1%              |
|   | CASI SIEMPRE | 580         | 52.9%         | 423.4%              |
|   | SIEMPRE      | 244         | 22.3%         | 178.1%              |
| <b>Total</b>  |              | <b>1096</b> | <b>100.0%</b> | <b>800.0%</b>       |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 7, se observa que los resultados por frecuencia de la evaluación de la variable Cultura organizacional desde la percepción de los trabajadores de las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra de La Victoria, indican que el 52,9% de los trabajadores considera que la cultura organizacional es buena (casi siempre) y se tiene presente la innovación y toma de riesgos, orientación a los resultados, dinamismo y estabilidad, mientras un 22,3% menciona siempre y a veces y finalmente el 2,6% casi nunca.

Tabla 8: *Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión innovación y toma de riesgos*

| <b>Descripción por frecuencia de la dimensión Innovación y toma de riesgos</b> |              |            |               |                     |
|--|--------------|------------|---------------|---------------------|
|  |              | Respuestas |               | Porcentaje de casos |
|  |              | Nº         | Porcentaje    |                     |
| Innovación y toma de riesgos   | A VECES      | 34         | 12.4%         | 24.8%               |
|  | CASI SIEMPRE | 130        | 47.4%         | 94.9%               |
|  | SIEMPRE      | 110        | 40.1%         | 80.3%               |
| <b>Total</b>   |              | <b>274</b> | <b>100.0%</b> | <b>200.0%</b>       |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la tabla 8, observamos que los resultados de frecuencias de la dimensión innovación y toma de riesgos, indican que el 47,4% de los colaboradores considera que casi siempre está presente la innovación y toma de riesgos dentro de la cultura organizacional, mientras un 40,1% menciona siempre y finalmente el 12,4% a veces.

Tabla 9: *Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión orientación a resultados*

| <b>Descripción por frecuencia de la dimensión Orientación a resultados</b> |              |            |            |                     |
|--|--------------|------------|------------|---------------------|
|  |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|  |              | Nº         | Porcentaje |                     |
| Orientación a resultados   | A VECES      | 2          | .7%        | 1.5%                |
|  | CASI SIEMPRE | 189        | 69.0%      | 138.0%              |
|  | SIEMPRE      | 83         | 30.3%      | 60.6%               |
|  | Total        | 274        | 100.0%     | 200.0%              |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 9, se observa que los resultados de frecuencias de la dimensión orientación a los resultados, indican que el 69,0% de los colaboradores considera que casi siempre está presente la orientación a resultados dentro de la cultura organizacional, mientras un 30,3% menciona siempre y finalmente el 0,7% a veces.

Tabla 10: *Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión dinamismo*

| <b>Descripción por frecuencia de la dimensión Dinamismo</b> |              |            |            |                     |
|---|--------------|------------|------------|---------------------|
|   |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|   |              | Nº         | Porcentaje |                     |
| Dinamismo   | CASI NUNCA   | 21         | 7.7%       | 15.3%               |
|   | A VECES      | 98         | 35.8%      | 71.5%               |
|   | CASI SIEMPRE | 116        | 42.3%      | 84.7%               |
|   | SIEMPRE      | 39         | 14.2%      | 28.5%               |
| Total   |              | 274        | 100.0%     | 200.0%              |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 10, se observa que los resultados de frecuencias de la dimensión dinamismo, indican que el 42,3% de los colaboradores considera que casi siempre está presente el dinamismo dentro de la cultura organizacional, mientras un 35,8% menciona a veces, el 39% siempre y finalmente el 7,7% casi nunca.



Tabla 11: *Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión estabilidad*

| <b>Descripción por frecuencia de la dimensión Estabilidad</b> |              |            |            |                     |
|---|--------------|------------|------------|---------------------|
|   |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|   |              | Nº         | Porcentaje |                     |
| Estabilidad   | CASI NUNCA   | 7          | 2.6%       | 5.1%                |
|   | A VECES      | 110        | 40.1%      | 80.3%               |
|   | CASI SIEMPRE | 145        | 52.9%      | 105.8%              |
|   | SIEMPRE      | 12         | 4.4%       | 8.8%                |
| Total   |              | 274        | 100.0%     | 200.0%              |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 11, se observa que los resultados de frecuencias de la dimensión estabilidad, indican que el 52,9% de los colaboradores considera que casi siempre está presente la estabilidad dentro de la cultura organizacional, mientras un 40,1% menciona a veces, el 4,4% siempre y finalmente el 2,6% casi nunca.

Variable 2: Las encuestas realizadas a los colaboradores de las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial de Gamarra, arrojaron los siguientes resultados respecto a la variable calidad total y sus dimensiones:

Tabla 12: *Estadística descriptiva por frecuencia de la variable calidad total*

| <b>Descripción por frecuencia de la variable Calidad total</b> |              |            |            |                     |
|--|--------------|------------|------------|---------------------|
|  |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|  |              | Nº         | Porcentaje |                     |
| Calidad total  | CASI NUNCA   | 14         | 1.3%       | 10.2%               |
|  | A VECES      | 201        | 18.3%      | 146.7%              |
|  | CASI SIEMPRE | 473        | 43.2%      | 345.3%              |
|  | SIEMPRE      | 408        | 37.2%      | 297.8%              |
| Total  |              | 1096       | 100.0%     | 800.0%              |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 12, se observa que los resultados por frecuencia de la variable calidad total, indican que el 43,2% de los colaboradores considera que la calidad total casi siempre es importante y se manifiesta por la calidad en el producto, calidad en el servicio y calidad percibida, mientras un 37,2% menciona siempre, el 18,3% a veces y finalmente el 1,3% casi nunca.

Tabla 13: *Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión calidad del producto*

| <b>Descripción por frecuencia de la dimensión Calidad del producto</b> |              |            |            |                     |
|--|--------------|------------|------------|---------------------|
|  |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|  |              | Nº         | Porcentaje |                     |
| Calidad del producto   | A VECES      | 69         | 16.8%      | 50.4%               |
|  | CASI SIEMPRE | 193        | 47.0%      | 140.9%              |
|  | SIEMPRE      | 149        | 36.3%      | 108.8%              |
|  | SIEMPRE      | 411        | 100.0%     | 300.0%              |
| Total  |              | 411        | 100.0%     | 300.0%              |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 13, se observa que los resultados por frecuencia de la dimensión calidad del producto, indican que el 47,0% de los colaboradores considera que casi siempre la calidad del producto está presente en la calidad total, mientras un 36,3% siempre y finalmente el 16,8% a veces.

Tabla 14: *Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión calidad del servicio*

| <b>Descripción por frecuencia de la dimensión Calidad del servicio</b> |              |            |            |                     |
|--|--------------|------------|------------|---------------------|
|  |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|  |              | Nº         | Porcentaje |                     |
| Calidad del servicio   | CASI NUNCA   | 14         | 5.1%       | 10.2%               |
|  | A VECES      | 75         | 27.4%      | 54.7%               |
|  | CASI SIEMPRE | 99         | 36.1%      | 72.3%               |
|  | SIEMPRE      | 86         | 31.4%      | 62.8%               |
|  | SIEMPRE      | 274        | 100.0%     | 200.0%              |
| Total  |              | 274        | 100.0%     | 200.0%              |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la tabla 14, se observa que los resultados por frecuencia de la dimensión calidad del servicio, indican que el 36,1% de los colaboradores considera que casi siempre la calidad del servicio está presente en la calidad total, mientras un 31,4% siempre, el 27,4% a veces y finalmente el 5,1% casi nunca.

Tabla 15: *Estadística descriptiva por frecuencia de la dimensión calidad percibida*

| <b>Descripción por frecuencia de la dimensión Calidad en percibida</b> |              |            |            |                     |
|--|--------------|------------|------------|---------------------|
|  |              | Respuestas |            | Porcentaje de casos |
|  |              | Nº         | Porcentaje |                     |
| Calidad percibida  | A VECES      | 57         | 13.9%      | 41.6%               |
|  | CASI SIEMPRE | 181        | 44.0%      | 132.1%              |
|  | SIEMPRE      | 173        | 42.1%      | 126.3%              |
|  | SIEMPRE      | 411        | 100.0%     | 300.0%              |
| Total  |              | 411        | 100.0%     | 300.0%              |

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la tabla 15, se observa que los resultados por frecuencia de la dimensión calidad en el percibida, indican que el 44,0% de los colaboradores considera que casi siempre la calidad percibida está presente en la calidad total, mientras un 42,1% siempre y finalmente el 13,9% a veces.

#### Análisis estadístico inferencial

Prueba de normalidad: Para el desarrollo la investigación se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov (K-S), prueba no paramétrica que dio a conocer la distribución de las variables y dimensiones consideradas en el estudio.

Tabla 16: Prueba de K-S entre la cultura organizacional y la calidad total

|                        | <b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b> |     |      |
|------------------------|---------------------------------------|-----|------|
|                        | Estadístico                           | gl  | Sig. |
| Cultura organizacional | .111                                  | 137 | .000 |
| Calidad total          | .136                                  | 137 | .000 |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Para el contraste de Hipótesis de normalidad se utilizó el estadístico de kolgomorov-Smirnov dado que la muestra utilizada es de 137, el resultado de nivel de significancia obtenido fue de 0,000 para las dos variables del estudio, por lo tanto es menor al valor de significancia 0,05, entonces aceptamos la Hipótesis alterna y se rechaza de plano la Hipótesis nula. Asimismo, la muestra tiene distribución probabilística. Deduciendo de lo anterior se utilizará el estadístico de correlación de Rho de Spearman detallado en la siguiente tabla:

Tabla 17: *Coefficiente de correlación por Rangos*

| <b>Coefficiente de Correlación por Rangos de Spearman</b> |                               |
|---|-------------------------------|
| Valor del Coeficiente r (positivo o negativo)             | Significado                   |
| -0.7 a -0.99  | Correlación negativa alta     |
| -0.4 a -0.69  | Correlación negativa moderada |
| -0.2 a -0.39  | Correlación negativa baja     |
| -0.01 a -0.19   | Correlación negativa muy baja |
| 0   | Correlación nula              |
| 0.01 a 0.19   | Correlación positiva muy baja |
| 0.2 a 0.39  | Correlación positiva baja     |
| 0.4 a 0.69  | Correlación positiva moderada |
| 0.7 a 0.990   | Correlación positiva alta     |

Fuente: Martínez (2009).

## Prueba de hipótesis

### Prueba de hipótesis general:

H<sub>0</sub>: La cultura organizacional no tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

H<sub>1</sub>: La cultura organizacional tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

Tabla 18: *Contrastación de la Hipótesis general*

|                        |                        |                             | Cultura organizacional | Calidad total |
|------------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|---------------|
| <b>Rho de Spearman</b> | Cultura organizacional | Coefficiente de correlación | 1.000                  | ,504**        |
|                        |                        | Sig. (bilateral)            |                        | .000          |
|                        | N                      |                             | 137                    | 137           |
|                        | Calidad total          | Coefficiente de correlación | ,504**                 | 1.000         |
| Sig. (bilateral)       |                        | .000                        |                        |               |
| N                      |                        | 137                         | 137                    |               |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 18 se observa que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de ,504 en las dos variables, observando la Tabla 17 de Coeficiente de Correlación por Rangos de Spearman, este valor se encuentra en el rango de correlación positiva moderada, así también se observa en la misma tabla que el valor de p es 0.000 menor que el valor de  $\alpha = 0.05$ , siguiendo la regla de decisión se rechaza H<sub>0</sub> y se acepta Hipótesis alterna, la cultura organizacional tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

## Prueba de hipótesis específicas

### Hipótesis específica 1

H<sub>0</sub>: La innovación y toma de riesgos no tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

H<sub>1</sub>: La innovación y toma de riesgos tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

Tabla 19: *Contrastación de la Hipótesis específica 1*

|                 |                              | <b>Innovación y toma de riesgos</b> | <b>Calidad total</b> |
|-----------------|------------------------------|-------------------------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Innovación y toma de riesgos | Coefficiente de correlación         | 1.000                |
|                 |                              | Sig. (bilateral)                    | ,925**               |
|                 |                              | N                                   | .000                 |
|                 |                              |                                     | 137                  |
|                 | Calidad total                | Coefficiente de correlación         | ,925**               |
|                 |                              | Sig. (bilateral)                    | 1.000                |
|                 |                              | N                                   | .000                 |
|                 |                              |                                     | 137                  |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 19 se observa que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de ,925 en las dos variables, observando la Tabla 17 de Coeficiente de Correlación por Rangos de Spearman, este valor se encuentra en el rango de correlación positiva alta, así también se observa que el valor de p es 0.000 menor que el valor de  $\alpha = 0.05$ , siguiendo la regla de decisión se rechaza  $H_0$  y se acepta Hipótesis alterna, La innovación y toma de riesgos tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

Hipótesis específica 2

$H_0$ : La orientación a resultados no tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

$H_2$ : La orientación a resultados tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

Tabla 20: *Contrastación de la Hipótesis específica 2*

|                 |                              | <b>Orientación a los resultados</b> | <b>Calidad total</b> |
|-----------------|------------------------------|-------------------------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Orientación a los resultados | Coefficiente de correlación         | 1.000                |
|                 |                              | Sig. (bilateral)                    | ,673**               |
|                 |                              | N                                   | .000                 |
|                 |                              |                                     | 137                  |
|                 | Calidad total                | Coefficiente de correlación         | ,673**               |
|                 |                              | Sig. (bilateral)                    | 1.000                |
|                 |                              | N                                   | .000                 |
|                 |                              |                                     | 137                  |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 20 se observa que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de ,673 en las dos variables, observando la Tabla 17 de Coeficiente de Correlación por Rangos de Spearman, este valor se encuentra en el rango de correlación

positiva moderada, así también se observa que el valor de p es 0.000 menor que el valor de  $\alpha = 0.05$ , siguiendo la regla de decisión se rechaza  $H_0$  y se acepta Hipótesis alterna, La orientación a resultados tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

### Hipótesis específica 3

$H_0$ : La estabilidad no tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

$H_3$ : La estabilidad tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

Tabla 21: *Contrastación de la Hipótesis específica 3*

|                 |               |                            | <b>Estabilidad</b> | <b>Calidad total</b> |
|-----------------|---------------|----------------------------|--------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Estabilidad   | Coeficiente de correlación | 1.000              | ,547**               |
|                 |               | Sig. (bilateral)           |                    | .000                 |
|                 |               | N                          | 137                | 137                  |
|                 | Calidad total | Coeficiente de correlación | ,547**             | 1.000                |
|                 |               | Sig. (bilateral)           | .000               |                      |
|                 |               | N                          | 137                | 137                  |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla 21 se observa que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es de ,547 en las dos variables, observando la tabla 17 de Coeficiente de Correlación por Rangos de Spearman, este valor se encuentra en el rango de correlación positiva moderada, así también se observa que el valor de p es 0.000 menor que el valor de  $\alpha = 0.05$ , siguiendo la regla de decisión se rechaza  $H_0$  y se acepta Hipótesis alterna, La estabilidad tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.

#### IV. DISCUSIÓN

De acuerdo con el objetivo general de la investigación, que busco determinar la relación de la cultura organizacional con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019. Los resultados obtenidos en la investigación demostraron la presencia de una relación positiva moderada entre las dos variables (Tabla 18). Así también, debido a su importancia en la actualidad para las empresas en sus diferentes niveles. Para su respaldo se consideraron tres teorías. Teniendo como principal referente la de Peters & Waterman (1993) quienes en su teoría de la excelencia plantearon los ocho atributos para lograr la calidad total dentro de las cuales están: predisposición para la acción, acercamiento al cliente, autonomía, espíritu emprendedor y productividad por el personal son los cuatro atributos que brindaron mayor soporte a la investigación. Asimismo, se tomó la teoría clásica de la administración de Henry Fayol para el fortalecimiento de la variable cultura organizacional y para la variable calidad total se consideró apropiado los catorce puntos de la calidad según Edwards Deming.

La investigación coincide con el objetivo planteado por Rodríguez & Aguilar (2017), En su tesis titulada “Cultura organizacional de la empresa Telefónica del Perú sede Chorrillos del área soluciones y servicios y su relación en la gestión de la calidad total, durante el año 2016”. Asimismo, en su investigación determinaron que la cultura organizacional se relaciona favorablemente con la gestión de la calidad total en la empresa. Fundamentando la importancia de la innovación y la disposición al cambio, así como la consideración, colaboración y la integración de la empresa en su conjunto.

Respecto a la metodología la investigación permitió analizar la realidad problemática y obtuvo como resultados positivos partiendo de la relación entre la cultura organizacional y la calidad total en las MYPES importadoras de tela para la sostenibilidad de las empresas. La investigación fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental de corte transversal, manteniendo relación con la metodología aplicada por Torre & Afán (2017). Quienes emplearon el método científico, descriptivo-correlacional y diseño no experimental. El método empleado permitió alcanzar resultados favorables para la organización favoreciendo la relación entre la cultura organizacional y la calidad total.

Considerando su importancia para conocer la realidad del presente y futuro que adolecen muchas empresas.

En base a los resultados, por medio de la prueba estadística del SPSS V23, se confirmó la Hipótesis general demostrando la existencia de una relación del 50.4% entre la cultura organizacional y calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019. Dado que la significancia del estadístico de la prueba fue de 0,000. Lo que permite inferir que existe una relación positiva moderada entre ambas variables (Tabla 18). Los resultados se asemejan a la investigación realizada por (Rodriguez & Aguilar, 2017) desarrollaron la tesis titulada “Cultura organizacional de la empresa Telefónica del Perú sede Chorrillos del área soluciones y servicios y su relación en la gestión de la calidad total, durante el año 2016”. El propósito del estudio fue determinar si la cultura organizacional de la empresa Telefónica del Perú SAA tiene relación con la gestión de la calidad total. En los resultados se obtuvo que el 20,3% de los colaboradores perciben un nivel alto, mientras que el 13,9% perciben un nivel promedio en cuanto a la cultura organizacional y gestión de la calidad. Asimismo, en la prueba de análisis estadístico Chi-Cuadrado dio como resultado un coeficiente de 20.571 y  $p=0,000$ . Concluyendo que existe una relación favorable entre la cultura organizacional y la gestión de la calidad total.



## V. CONCLUSIONES

La investigación permitió lograr el objetivo general, la busco determinar que la cultura organizacional tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela, ya que, los resultados de la muestra a través del coeficiente de correlación por rangos de Spearman dieron como resultado ( $RHO = 0.504$ ) una correlación positiva moderada, identificando las características relevantes de la cultura organizacional, para el logro de una filosofía de calidad total.

Respecto al primer objetivo específico se ha determinado que La innovación y toma de riesgos tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela, ya que, de acuerdo con los resultados se obtuvo una correlación positiva alta de 0,925 como resultado de la motivación, valoración de la creatividad y fomento del empoderamiento de los colaboradores en las organizaciones.

Respecto al segundo objetivo específico se ha determinado que la orientación a resultados tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela. Dado que los resultados obtenidos arrojaron un coeficiente de correlación positiva moderada de 0,673. Por los altos niveles de productividad y eficiencia.

Finalmente, en el tercer objetivo específico se ha determinado que la estabilidad tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela. Puesto que se obtuvo como resultado un coeficiente de correlación positiva moderada de 0,547. Debido al buen desempeño y a una comunicación efectiva entre los miembros de la organización en sus diferentes niveles.

## VI. RECOMENDACIONES

De acuerdo con la investigación realizada y a los resultados obtenidos, se recomienda lo siguiente:

Primero: Que las empresas identifiquen y reconozcan las características de su cultura organizacional, para lograr implementar una filosofía de calidad total en la empresa en sus diferentes niveles.

Segundo: Las empresas deben brindar importancia para mantener una buena cultura organizacional, con la finalidad de lograr calidad en productos, servicios y percepción de sus clientes, ya que la calidad total hoy en día implica a la organización en su conjunto.

Tercero: Tener mayor consideración respecto a las dimensiones orientación a los resultados y estabilidad, ya que los resultados muestran una correlación positiva moderada. Para lo cual se pueden implementar estrategias que ayuden a mejorar su desempeño y comunicación. Con el objetivo de alcanzar mayores índices de productividad y eficiencia.

Cuarto: Realizar capacitaciones y actividades que ayuden a la integración entre los miembros de la organización. Con la finalidad de fortalecer la cultura organizacional y calidad total en la empresa.

## REFERENCIAS

- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes*. Madrid: Esic Editorial.
- Alferez, E., Berrocal, J., Meza, D., & Silveira, E. (2015). *Calidad en el sector textil de Lima Metropolitana (tesis de magister)*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Alqasimi, I. (2017). *Can total quality management improve the quality of care in Saudi Arabian hospitals? A patient and service provider perspective (Tesis doctoral publicada)*. Manchester United Kingdom: University of Salford.
- Altuna, N. (2019). *Propuesta de un plan de acción para un modelamiento de cultura organizacional en institución gremial, año 2017 (tesis de maestría)*. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador. Obtenido de <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/6566>
- Araujo, J., & Borrego, C. (2017). Gestión de la calidad en la empresa turística de restaurante de la ciudad de Chachapoyas. *Revista ciencia y tecnología*, 13(2), 61-76. Recuperado el 10 de Abril de 2019, de [https://www.redib.org/recursos/Record/oai\\_articulo1892497-gestión-calidad-empresa-turística-restaurante-ciudad-chachapoyas](https://www.redib.org/recursos/Record/oai_articulo1892497-gestión-calidad-empresa-turística-restaurante-ciudad-chachapoyas)
- Benites, C., De Marzo, O., Soto, F., & Uribe, C. (2017). *Calidad en las empresas del sector agroexportador del departamento de Ica (tesis de magister)*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Benzaquen, J. (2018). La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas. *Universidad & Empresa*, 20(35), 281-312. doi:<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6056>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Blocher, Stout, Cokins, & Chen. (2008). *Administración de costos*. México: McGRAW-HILL.
- Camisón, Cruz, & Gonzáles. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones*. México: McGRAW-HILL.
- Chiavenato, I. (2012). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Chung, V. (2017). *Impacto de la cultura organizacional en la relación entre el liderazgo y la gestión del conocimiento, en las escuelas profesionales de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (Tesis doctoral publicada)*. Universidad Peruana Unión, Lima, Perú.
- Córdoba, A. (2004). *El reto de la gestión empresarial*. España: Ediciones Deusto.
- D'alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. México: Pearson Educación.
- De La Torre, L., & Afan, K. (2017). *Cultura organizacional y la relación con el desempeño laboral en los trabajadores de la oficina de desarrollo técnico de la biblioteca nacional del Perú 2016 (Tesis de licenciatura)*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.

- Drucker, J. (2018). The Importance Of Brand Credibility And How To Build It. *Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/theyec/2018/05/15/the-importance-of-brand-credibility-and-how-to-build-it/#7d1c9cf726fd>
- Hawkins, D., Best, R., & Coney, K. (2004). *Comportamiento del consumidor: construyendo estrategias de marketing* (9° ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. Colombia: McGRAW-HILL.
- Huamanchumo, H., & Rodriguez, J. (2015). *Metodología de la investigación en las organizaciones*. Lima, Perú: Editorial Summit.
- Llanos, M. (2016). *La cultura organizacional: eje de acción de la gestión humana*. Ecuador: Universidad Ecotec.
- Lozano, J. (2015). *Empatía comercial: El arte de seducir al cliente*. España: Funación Confemetal.
- Marulanda, O., López, M., & Castellanos, J. (2016). La cultura organizacional y su influencia en las buenas prácticas para la gestión del conocimiento en las pymes de Colombia. *AD-MINISTER*, 1(29), 163-176. doi: <https://doi.org/10.17230/ad-minister.29.8>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2017). *Calidad y excelencia*. España: Delta, Publicaciones Universitarias.
- Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez. (2014). *Metodologia de la investigacion cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Omachonu, & Ross. (2014). *Principios de calidad total*. México: Trillas.
- Ospina, N. (2010). *Administración-Fundamentos: Cómo iniciarse en el estudio de la administración*. Colombia: Universidad de Medellín.
- Palma, H., Parejo, I., & Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 179-195. Recuperado el 04 de Abril de 2019, de <https://search.proquest.com/docview/2125262792?accountid=37408>
- Peters, T., & Waterman, R. (1993). *En busca de la excelencia*. Colombia: Editorial Norma.
- Ramírez, C. (2015). *Administración: teorías y enfoques*. Lima: Editorial Macro E.I.R.L.
- Ramirez, G. e. (2016). *El análisis organizacional en México y America Latina*. México: Grupo Editorial HESS, S.A. de C.V.
- Robbins y Judge. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: PEARSON.
- Rodriguez, E., & Aguilar, E. (2017). *ultura organizacional de la empresa Telefónica del Perú sede Chorrillos del área soluciones y servicios y su relación en la gestión de la calidad total, durante el año 2016 (tesis de pregrado)*. Universidad Peruana Unión, Lima.
- Ruiz, C. (1992). *Instrumentos y Tecnicas de Investigación Educativa: Un enfoque Cuantitativo y Cualitativo para la Recolección y Análisis de Datos*. Texas: Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=\\_Q9aDQAAQBAJ&pg=PT73&hl=es&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=_Q9aDQAAQBAJ&pg=PT73&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false).

- Santizo, M. (2018). *Cultura organizacional y motivacion (tesis de pregrado)*. Universidad Rafael Landivar, Quetzaltenango, Guatemala.
- Sawalim, K. (2014). *Appraising project performance and total quality management (TQM) practices in the libyan oil and gas sector (Tesis doctoral publicada)*. Liverpool: Liverpool John Moores University.
- Tarí, J. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. España: Universidad de Alicante.
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos.
- Vasconcelos, C., & Dourado, C. (2017). Enterprise culture and managers motivation in a textile industry. *Dimención Empresarial*, 16(1). doi:<http://dx.doi.org/10.15665/dem.v16i1.1496>

## ANEXOS

### Anexo 1: Población

| <b>N°</b> | <b>RUC</b>      | <b>RAZÓN SOCIAL O NOMBRES</b>                    | <b>DIRECCIÓN</b>  | <b>CANTIDAD DE TRABAJADORES</b> |
|-----------|-----------------|--|---|---------------------------------|
| 1         | 205237<br>12790 | CREACIÓN E INNOVACIÓN TEXTIL S.A.C.              | JR. GAMARRA NRO. 661 DPTO. 33 INT. 28 (STAND 28-29 GALERIA LAS MALVINAS) LIMA - LIMA - LA VICTORIA                | 15                              |
| 2         | 205149<br>84299 | TEXTIL DIAZ PONCE E.I.R.L                        | JR. EVARISTO SAN CRISTOBAL NRO. 1455 (ESQ. JR HUANUCO CDR. 19) LIMA - LIMA - LA VICTORIA                          | 11                              |
| 3         | 205009<br>87619 | COMERCIAL TEXTIL DIANA SAC                       | V. J. BAUZATE Y MEZA NRO. 1551 (ENTRE JR. HUANUCO Y BAUSATE Y MEZA) LIMA - LIMA - LA VICTORIA                     | 12                              |
| 4         | 204807<br>88771 | IMPORTADOR A ROMHERTEX S.A.C                     | PRO SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1442 INT. 301A LIMA - LIMA - LA VICTORIA  | 10                              |
| 5         | 205512<br>80901 | TEXTILES MARKATA E.I.R.L                         | CAL.ALEXANDER VON HUMBOLDT NRO. 1554 URB. SAN PABLO (ALT.PUERTA 12 PARQUE CANEPA) LIMA - LIMA - LA VICTORIA       | 9                               |
| 6         | 202201<br>68655 | COMERCIAL CARRASCO E I R L                       | CAL.HIPOLITO UNANUE NRO. 1520 INT. 101 (FRENTE PARQUE CANEPA) LIMA - LIMA - LA VICTORIA                           | 11                              |
| 7         | 206013<br>02129 | IMPORTACIONES MULTITELAS S.A.C.                  | JR. HIPOLITO UNANUE NRO. 1637 INT. N2 URB. EL PORVENIR LIMA - LIMA - LA VICTORIA                                  | 12                              |
| 8         | 206003<br>53498 | FABRICS IMPORT S.A.C.                            | JR. ANTONIO BAZO NRO. 455 INT. 211 URB. SAN PABLO LIMA - LIMA - LA VICTORIA                                       | 7                               |
| 9         | 206018<br>52056 | IMPORTACIÓNES BUSTAMANTE S.A.C.                  | JR. HUMBOLDT NRO. 1373 INT. 210 OTR. GAMARRA LIMA - LIMA - LA VICTORIA  | 6                               |
| 10        | 205478<br>24386 | EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN SEÑOR DE HUANCA S.R.L. | JR. GAMARRA NRO. 860 INT. 80 2DO. SOTA.GALERIA GAMARRA (2DO. SOTANO DE GALERIA GAMARRA) LIMA - LIMA - LA VICTORIA | 10                              |

|              |                 |  |   |            |
|--------------|-----------------|--|---|------------|
| 1<br>1       | 205035<br>29191 | DISTRIBUIDOR<br>A TEXTIL<br>MARYS S.A.C.                 | JR. SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1582<br>INT. 06 (ALT CDRA 8 DE ANTONIO<br>BAZO) LIMA - LIMA - LA VICTORIA                   | 11         |
| 1<br>2       | 206008<br>51056 | TEXTILES<br>MONKEY<br>E.I.R.L                            | JR. AMERICA NRO. 649 DPTO. E LIMA-<br>LIMA-LA VICTORIA  | 6          |
| 1<br>3       | 205167<br>60096 | CORPORACIÓN<br>TEXTIL ANGIE<br>S.A.C                     | JR. SEBASTIAN BARRANCA TDA103<br>NRO. 1513 INT. 1-3 (GALERIA SAN<br>MIGUEL. INT 1-2-3) LIMA - LIMA - LA<br>VICTORIA     | 7          |
| 1<br>4       | 205160<br>15722 | TEXTILES<br>SANCHEZ SAC                                  | JR. LUIS GIRIBALDI NRO. 0845 URB. EL<br>PORVENIR LIMA - LIMA - LA<br>VICTORIA   | 8          |
| 1<br>5       | 205106<br>53956 | HARTEX RELY<br>S.A.C                                     | JR. SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1470<br>INT. A (2DO. PISO ALTURA CRA. 17 JR.<br>HUANUCO) LIMA - LIMA - LA<br>VICTORIA       | 9          |
| 1<br>6       | 205094<br>11086 | HARTEX RELY<br>S.A.C                                     | JR. SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1470<br>INT. A (2DO. PISO ALTURA CRA. 17 JR.<br>HUANUCO) LIMA - LIMA - LA<br>VICTORIA       | 12         |
| 1<br>7       | 205125<br>28024 | BERBRITEX<br>S.A.C.                                      | JR. HUMBOLD NRO. 1583 INT. 306 (307-<br>DEPOSITO) LIMA - LIMA - LA<br>VICTORIA  | 16         |
| 1<br>8       | 205370<br>51206 | JORISA<br>IMPORTACION<br>ES Y<br>EXPORTACION<br>ES S.A.C | JR. ANTONIO BAZO NRO. 420 INT. 108<br>(ENTRE AV. HUANUCO Y AV. 28 DE<br>JULIO) LIMA - LIMA - LA VICTORIA                | 7          |
| 1<br>9       | 205365<br>11190 | COMERCIALIZ<br>ADORA DE<br>HILOS MABY<br>E.I.R.L.        | JR. ANTONIO BAZO NRO. 591 DPTO. B<br>URB. EL PORVENIR (SEGUNDO PISO<br>ALT. PARQUE CANEPA) LIMA - LIMA -<br>LA VICTORIA | 6          |
| 2<br>0       | 205183<br>02966 | CORPORACIÓN<br>RIIF S A C -<br>CORPORISAC                | CAL. SEBASTIAN BARRANCA NRO.<br>1513 INT. 317 (3ER PISO GALERIA SAN<br>MIGUEL) LIMA - LIMA - LA VICTORIA                | 7          |
| 2<br>1       | 205206<br>31675 | CORPORACIÓN<br>S F S.A.C                                 | JR. HIPOLITO UNANUE NRO. 1558 INT.<br>31 (C.C. LA TORRE DE GAMARRA -<br>SOTANO 1) LIMA - LIMA - LA<br>VICTORIA          | 8          |
| 2<br>2       | 205162<br>08369 | TRAZOS Y<br>MODA S.A.C.                                  | PROL HUANUCO NRO. 1469 DAMERO<br>DE GAMARRA (CRUCE JR B AUZATE)<br>LIMA - LIMA - LA VICTORIA                            | 12         |
| <b>TOTAL</b> |                 |  |   | <b>212</b> |

Anexo 2: Matriz de consistencia

| Planteamiento del problema  | Objetivos  | Hipótesis  | Variables  | Dimensiones   | Indicadores   | Metodología   |
|---|--|--|--|---|---|---|
| <p><b>PROBLEMA GENERAL</b><br/>¿Cómo se relaciona la cultura organizacional con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b><br/>¿Cómo se relaciona la innovación y toma de riesgos con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019?</p> <p>¿Cómo se relaciona la orientación a resultados con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019?</p> <p>¿Cómo se relaciona la estabilidad con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019?</p> | <p><b>OBJETIVO GENERAL</b><br/>Determinar la relación de la cultura organizacional con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b><br/>Determinar la relación de la innovación y toma de riesgos con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.</p> <p>Determinar la relación de la orientación a resultados con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.</p> <p>Determinar la relación de la estabilidad con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.</p> | <p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b><br/>La cultura organizacional tiene relación con la calidad total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b><br/>H<sub>1</sub>: La innovación y toma de riesgos tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.</p> <p>H<sub>2</sub>: La orientación a resultados tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.</p> <p>H<sub>3</sub>: La estabilidad tiene relación con la calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, 2019.</p> | <p><b>Variable X:</b><br/>Cultura Organizacional</p> <p><b>Variable Y:</b><br/>Calidad Total</p> | <p>- Innovación y toma de riesgos</p> <p>- Orientación a resultados</p> <p>- Dinamismo</p> <p>- Estabilidad</p> <p>-Calidad del producto</p> <p>-Calidad del servicio</p> <p>-Calidad percibida</p> | <p>1. Creatividad</p> <p>2. Empoderamiento</p> <p>3. Productividad</p> <p>4. Eficiencia</p> <p>5. Misión compartida</p> <p>6. Adaptabilidad</p> <p>7. Desempeño</p> <p>8. Comunicación</p> <p>9. Competitividad</p> <p>10. Durabilidad</p> <p>11. Fidelización</p> <p>12. Empatía</p> <p>13. Satisfacción</p> <p>14. Credibilidad</p> | <p><b>Tipo de investigación:</b><br/>Aplicada</p> <p><b>Nivel:</b><br/>Descriptivo – correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación:</b><br/>No experimental de corte transversal o transeccional.</p> <p><b>Enfoque:</b><br/>Cuantitativo</p> <p><b>Población:</b><br/>212</p> <p><b>Muestra:</b><br/>137</p> |



### Anexo 3: Instrumento de validación por jurados expertos

| MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS   |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
|--|------------------------------|-------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Título de la investigación: Cultura organizacional y calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019 |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
| Apellidos y nombres del investigador: Urbiola Roca, Ani  |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
| Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. CARLOS SANCHEZ A BELFAY</i>  |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
| ASPECTO POR EVALUAR  |                              |                   |  |                                     | OPINIÓN DEL EXPERTO                 |           |                             |
| VARIABLES  | DIMENSIONES                  | INDICADORES       | ITEM / PREGUNTA  | ESCALA                              | SI CUMPLE                           | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| Cultura Organizacional   | Innovación Y Toma de riesgos | Creatividad       | En las Mypes del sector textil en Gamarra motivan y valoran la creatividad de sus colaboradores  | O<br>R<br>D<br>I<br>N<br>A<br>L     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Empoderamiento    | En las Mypes del sector textil en Gamarra promueve el emprendedurismo de sus colaboradores   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  | Orientación a los resultados | Productividad     | En las Mypes del sector textil en Gamarra el nivel de producción es buena  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Eficiencia        | En las Mypes del sector textil en Gamarra dan buen uso a sus recursos  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  | Dinamismo                    | Misión compartida | En las Mypes del sector textil en Gamarra difunden y comparten los objetivos y metas de la organización  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Adaptabilidad     | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra se adaptan con facilidad a los cambios internos y externos de la empresa   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  | Estabilidad                  | Desempeño         | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra tienen un buen desempeño laboral   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Comunicación      | En las Mypes del sector textil en Gamarra sus colaboradores mantienen una comunicación efectiva  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
| Calidad Total  | Calidad del producto         | Competitividad    | Las Mypes del sector textil en Gamarra buscan la mejora continua de sus productos  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  |                              | Durabilidad       | Las Mypes del sector textil en Gamarra se mantiene a la vanguardia<br>Las Mypes del sector textil en Gamarra ofertan productos durables y de calidad                               | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  | Calidad del servicio         | Fidelización      | En las Mypes del sector textil en Gamarra plantean estrategias para fidelizar a sus clientes   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  |                              | Empatía           | En las Mypes del sector textil en Gamarra toman en cuenta la opinión de sus clientes   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  | Calidad Percibida            | Satisfacción      | Los clientes de las Mypes del sector textil en Gamarra están satisfechos con los productos ofertados<br>Recomendaría usted los productos de las Mypes del sector textil en Gamarra | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  |                              | Credibilidad      | La difusión de los productos de las Mypes del sector textil en Gamarra son confiables  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
| Firma del experto: <i>[Firma]</i>  |                              |                   | Fecha: <u>21/06/19</u>   |                                     |                                     |           |                             |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

| MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS   |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
|--|------------------------------|-------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Título de la investigación: Cultura organizacional y calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019 |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
| Apellidos y nombres del investigador: Urbiola Roca, Ani  |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
| Apellidos y nombres del experto: <i>CAMARAZO ESTEBAN ZEDARO</i>  |                              |                   |  |                                     |                                     |           |                             |
| ASPECTO POR EVALUAR  |                              |                   |  |                                     | OPINIÓN DEL EXPERTO                 |           |                             |
| VARIABLES  | DIMENSIONES                  | INDICADORES       | ITEM / PREGUNTA  | ESCALA                              | SI CUMPLE                           | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| Cultura Organizacional   | Innovación Y Toma de riesgos | Creatividad       | En las Mypes del sector textil en Gamarra motivan y valoran la creatividad de sus colaboradores  | O<br>R<br>D<br>I<br>N<br>A<br>L     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Empoderamiento    | En las Mypes del sector textil en Gamarra promueve el emprendedurismo de sus colaboradores   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  | Orientación a los resultados | Productividad     | En las Mypes del sector textil en Gamarra el nivel de producción es buena  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Eficiencia        | En las Mypes del sector textil en Gamarra dan buen uso a sus recursos  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  | Dinamismo                    | Misión compartida | En las Mypes del sector textil en Gamarra difunden y comparten los objetivos y metas de la organización  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Adaptabilidad     | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra se adaptan con facilidad a los cambios internos y externos de la empresa   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  | Estabilidad                  | Desempeño         | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra tienen un buen desempeño laboral   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
|  |                              | Comunicación      | En las Mypes del sector textil en Gamarra sus colaboradores mantienen una comunicación efectiva  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |           |                             |
| Calidad Total  | Calidad del producto         | Competitividad    | Las Mypes del sector textil en Gamarra buscan la mejora continua de sus productos  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  |                              | Durabilidad       | Las Mypes del sector textil en Gamarra se mantiene a la vanguardia<br>Las Mypes del sector textil en Gamarra ofertan productos durables y de calidad                               | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  | Calidad del servicio         | Fidelización      | En las Mypes del sector textil en Gamarra plantean estrategias para fidelizar a sus clientes   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  |                              | Empatía           | En las Mypes del sector textil en Gamarra toman en cuenta la opinión de sus clientes   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  | Calidad Percibida            | Satisfacción      | Los clientes de las Mypes del sector textil en Gamarra están satisfechos con los productos ofertados<br>Recomendaría usted los productos de las Mypes del sector textil en Gamarra | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
|  |                              | Credibilidad      | La difusión de los productos de las Mypes del sector textil en Gamarra son confiables  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |           |                             |
| Firma del experto: <i>[Firma]</i>  |                              |                   | Fecha: <u>21/06/19</u>   |                                     |                                     |           |                             |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: Cultura organizacional y calidad total en las MYPES importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019 |                              |                            |  |                                     |                                     |                     |                            |
|--|------------------------------|----------------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------|----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Urbiola Roca, Ani  |                              |                            |  |                                     |                                     |                     |                            |
| Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. ALIPSA CORREA DAVID FERNANDO</i>   |                              |                            |  |                                     |                                     |                     |                            |
| VARIABLES  | DIMENSIONES                  | ASPECTO POR EVALUAR        |  |                                     | ESCALA                              | OPINIÓN DEL EXPERTO |                            |
|  |                              | INDICADORES                | ITEM /PREGUNTA   | SI CUMPLE                           |                                     | NO CUMPLE           | OBSERACIONES / SUGERENCIAS |
| Cultura Organizacional   | Innovación Y Toma de riesgos | Creatividad                | En las Mypes del sector textil en Gamarra motivan y valoran la creatividad de sus colaboradores                                      | ORDINAL                             | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|  |                              | Empoderamiento             | En las Mypes del sector textil en Gamarra promueve el emprendedurismo de sus colaboradores   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|  | Orientación a los resultados | Productividad              | En las Mypes del sector textil en Gamarra el nivel de producción es buena  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|  |                              | Eficiencia                 | En las Mypes del sector textil en Gamarra dan buen uso a sus recursos  |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|  | Dinamismo                    | Misión compartida          | En las Mypes del sector textil en Gamarra difunden y comparten los objetivos y metas de la organización                              |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|  |                              | Adaptabilidad              | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra se adaptan con facilidad a los cambios internos y externos de la empresa |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|  | Estabilidad                  | Desempeño                  | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra tienen un buen desempeño laboral   |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|  |                              | Comunicación               | En las Mypes del sector textil en Gamarra sus colaboradores mantienen una comunicación efectiva                                      |                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
| Calidad Total  | Calidad del producto         | Competitividad             | Las Mypes del sector textil en Gamarra buscan la mejora continua de sus productos  | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                     |                            |
|  |                              | Durabilidad                | Las Mypes del sector textil en Gamarra se mantiene a la vanguardia   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                     |                            |
|  | Calidad del servicio         | Fidelización               | En las Mypes del sector textil en Gamarra plantean estrategias para fidelizar a sus clientes   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                     |                            |
|  |                              | Empatía                    | En las Mypes del sector textil en Gamarra toman en cuenta la opinión de sus clientes   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                     |                            |
|  | Calidad Percibida            | Satisfacción               | Los clientes de las Mypes del sector textil en Gamarra están satisfechos con los productos ofertados                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                     |                            |
|  |                              | Credibilidad               | Recomendaría usted los productos de las Mypes del sector textil en Gamarra   | <input checked="" type="checkbox"/> |                                     |                     |                            |
| Firma del experto: <i>Alipsa Correa</i>  |                              | Fecha: <u>21, 06, 2019</u> |  |                                     |                                     |                     |                            |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS


| Título de la investigación: "CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD TOTAL EN LAS MYPES IMPORTADORAS DE TELA DEL EMPORIO COMERCIAL GAMARRA, LA VICTORIA, 2019" |                              |                     |   |           |                                     |                     |                            |
|---|------------------------------|---------------------|---|-----------|-------------------------------------|---------------------|----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Urbiola Roca Ani  |                              |                     |   |           |                                     |                     |                            |
| Apellidos y nombres del experto: <i>Dra Hortuzar Zavala Haua Dolores</i>  |                              |                     |   |           |                                     |                     |                            |
| VARIABLES   | DIMENSIONES                  | ASPECTO POR EVALUAR |   |           | ESCALA                              | OPINIÓN DEL EXPERTO |                            |
|   |                              | INDICADORES         | ITEM /PREGUNTA  | SI CUMPLE |                                     | NO CUMPLE           | OBSERACIONES / SUGERENCIAS |
| CULTURA ORGANIZACIONAL  | INNOVACIÓN                   | Tecnología          | ¿Considera usted que los equipos modernos mejoran el trabajo de las Mypes del sector textil en Gamarra?                           | ORDINAL   | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   |                              | Mejora continua     | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra elaboran y ofrecen sus productos con mejoras a las anteriores?        |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   |                              | Creatividad         | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra constantemente ofrecen nuevos y mejores productos?                    |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   | ORIENTACIÓN A LOS RESULTADOS | Productividad       | ¿Cree usted que las Mypes del sector textil en Gamarra tienen una buena producción?   |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   |                              | Eficiencia          | ¿Considera usted que los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra cumplen sus objetivos?                           |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   |                              | Misión compartida   | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra difunden los objetivos y metas en la organización?                    |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   | ESTABILIDAD                  | Comunicación        | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra valoran y capacitan a sus colaboradores?                              |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   |                              | Desempeño           | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra mantienen una comunicación efectiva con sus colaboradores y clientes? |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   |                              | Desempeño           | ¿Considera usted que los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra tienen un buen desempeño?                        |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |
|   |                              | Adaptabilidad       | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra y los colaboradores se han adaptado a las necesidades del mercado?    |           | <input checked="" type="checkbox"/> |                     |                            |

|               |                                   |                          |  |  |   |  |  |  |
|---------------|-----------------------------------|--------------------------|--|--|---|--|--|--|
| CALIDAD TOTAL | FORMULACIÓN DE POLÍTICAS          | Responsabilidad social   | ¿Las Mypes del sector textil en Gamarra actúan con responsabilidad con el entorno social?  |  | ✓ |  |  |  |
|               |                                   | Crecimiento              | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra buscan su desarrollo y crecimiento continuo en sector?   |  | ✓ |  |  |  |
|               |                                   | Fidelización             | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra plantean estrategias para la fidelización de sus clientes?   |  | ✓ |  |  |  |
|               | GARANTÍA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | Calidad                  | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra cuentan con productos de calidad?  |  | ✓ |  |  |  |
|               |                                   | Garantía                 | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra deberían de implementar controles de calidad?  |  | ✓ |  |  |  |
|               |                                   | Accesibilidad            | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra cuentan con productos de garantía?<br>¿Cree usted que las Mypes del sector textil en Gamarra ofertan sus productos a precios accesibles?                       |  | ✓ |  |  |  |
|               | EXPECTATIVAS DEL CLIENTE          | satisfacción del cliente | ¿Está usted satisfecho con los productos ofertados por las Mypes del sector textil en Gamarra?<br>¿Recomendaría usted a otras personas para que visiten y compren sus productos en las Mypes del sector textil en Gamarra? |  | ✓ |  |  |  |
|               |                                   | Servicio post venta      | ¿Considera usted importante que las Mypes del sector textil en Gamarra aceptan la devolución o cambio de sus productos?  |  | ✓ |  |  |  |
|               | Firma del experto                 |                          | Fecha 21/11/2018   |  |   |  |  |  |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

#### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: "CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD TOTAL EN LAS MYPES IMPORTADORAS DE TELA DEL EMPORIO COMERCIAL GAMARRA, LA VICTORIA, 2019" |                              |  |   |         |                     |           |                            |
|---|------------------------------|--|---|---------|---------------------|-----------|----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Urbiola Roca Ani  |                              |  |   |         |                     |           |                            |
| Apellidos y nombres del experto: DR. DAVID ARENAZO VICTOR   |                              |  |   |         |                     |           |                            |
| ASPECTO POR EVALUAR   |                              |  |   |         | OPINIÓN DEL EXPERTO |           |                            |
| VARIABLES   | DIMENSIONES                  | INDICADORES  | ITEM /PREGUNTA  | ESCALA  | SI CUMPLE           | NO CUMPLE | OBSERACIONES / SUGERENCIAS |
| CULTURA ORGANIZACIONAL  | INNOVACIÓN                   | Tecnología   | ¿Considera usted que los equipos modernos mejoran el trabajo de las Mypes del sector textil en Gamarra?                           | ORDINAL | ✓                   |           |                            |
|   |                              | Mejora continua  | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra elaboran y ofrecen sus productos con mejoras a las anteriores?        |         | ✓                   |           |                            |
|   |                              | Creatividad  | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra constantemente ofrecen nuevos y mejores productos?                    |         | ✓                   |           |                            |
|   |                              |  | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra mejoran el desarrollo de sus productos, servicios y procesos?         |         | ✓                   |           |                            |
|   | ORIENTACIÓN A LOS RESULTADOS | Productividad  | ¿Cree usted que las Mypes del sector textil en Gamarra tienen una buena producción?   |         | ✓                   |           |                            |
|   |                              | Eficiencia   | ¿Considera usted que los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra cumplen sus objetivos?                           |         | ✓                   |           |                            |
|   |                              | Misión compartida  | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra difunden los objetivos y metas en la organización?                    |         | ✓                   |           |                            |
|   |                              |  | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra valoran y capacitan a sus colaboradores?                              |         | ✓                   |           |                            |
|   | ESTABILIDAD                  | Comunicación   | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra mantienen una comunicación efectiva con sus colaboradores y clientes? |         | ✓                   |           |                            |
|   |                              | Desempeño  | ¿Considera usted que los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra tienen un buen desempeño?                        |         | ✓                   |           |                            |
| Adaptabilidad   |                              | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra y los colaboradores se han adaptado a las necesidades del mercado? | ✓   |         |                     |           |                            |

|               |                                   |                          |  |   |                  |  |  |
|---------------|-----------------------------------|--------------------------|--|---|------------------|--|--|
| CALIDAD TOTAL | FORMULACIÓN DE POLÍTICAS          | Responsabilidad social   | ¿Las Mypes del sector textil en Gamarra actúan con responsabilidad con el entorno social?  | ✓ |                  |  |  |
|               |                                   | Crecimiento              | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra buscan su desarrollo y crecimiento continuo en sector?   | ✓ |                  |  |  |
|               |                                   | Fidelización             | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra plantean estrategias para la fidelización de sus clientes?   | ✓ |                  |  |  |
|               | GARANTÍA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | Calidad                  | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra cuentan con productos de calidad?  | ✓ |                  |  |  |
|               |                                   | Garantía                 | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra deberían de implementar controles de calidad?  | ✓ |                  |  |  |
|               |                                   | Accesibilidad            | ¿Considera usted que las Mypes del sector textil en Gamarra cuentan con productos de garantía?<br>¿Cree usted que las Mypes del sector textil en Gamarra ofertan sus productos a precios accesibles?                       | ✓ |                  |  |  |
|               | EXPECTATIVAS DEL CLIENTE          | satisfacción del cliente | ¿Está usted satisfecho con los productos ofertados por las Mypes del sector textil en Gamarra?<br>¿Recomendaría usted a otras personas para que visiten y compren sus productos en las Mypes del sector textil en Gamarra? | ✓ |                  |  |  |
|               |                                   | Servicio post venta      | ¿Considera usted importante que las Mypes del sector textil en Gamarra aceptan la devolución o cambio de sus productos?  | ✓ |                  |  |  |
|               | Firma del experto                 |                          |   |   | Fecha 13/11/2018 |  |  |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 4: Cuestionario

**CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR A LOS COLABORADORES DE LAS MYPES IMPORTADORAS DE TELA DEL EMPORIO COMERCIAL GAMARRA**

Mis saludos cordiales Sr. Colaborador, el presente cuestionario servirá para elaborar una tesis acerca de la **Cultura organizacional y Calidad Total en las Mypes importadoras de tela del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria 2019.**

Quisiera pedirle en forma muy especial su colaboración para que conteste las preguntas, que no le llevarán mucho tiempo; cabe precisar que sus respuestas serán confidenciales. Las opiniones de todos los encuestados serán el sustento de la tesis para optar el Título de Licenciada en administración, pero nunca se comunicarán datos individuales.

**Le pido que conteste con la mayor claridad posible respecto al tema, cabe precisar que no hay respuesta correcta ni incorrecta. Muchas gracias por su colaboración.**

| NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| N     | CN         | A       | CS           | S       |
| 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |

| ÍTEM | PREGUNTA   | VALORACIÓN |    |   |    |   |
|------|--|------------|----|---|----|---|
|      |  | N          | CN | A | CS | S |
| 1    | En las Mypes del sector textil en Gamarra motivan y valoran la creatividad de sus colaboradores                                      |            |    |   |    |   |
| 2    | En las Mypes del sector textil en Gamarra promueve el emprendedurismo de sus colaboradores   |            |    |   |    |   |
| 3    | En las Mypes del sector textil en Gamarra el nivel de producción es buena  |            |    |   |    |   |
| 4    | En las Mypes del sector textil en Gamarra dan buen uso a sus recursos  |            |    |   |    |   |
| 5    | En las Mypes del sector textil en Gamarra difunden y comparten los objetivos y metas de la organización                              |            |    |   |    |   |
| 6    | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra se adaptan con facilidad a los cambios internos y externos de la empresa |            |    |   |    |   |
| 7    | Los colaboradores de las Mypes del sector textil en Gamarra tienen un buen desempeño laboral   |            |    |   |    |   |
| 8    | En las Mypes del sector textil en Gamarra sus colaboradores mantienen una comunicación efectiva                                      |            |    |   |    |   |
| 9    | Las Mypes del sector textil en Gamarra buscan la mejora continua de sus productos  |            |    |   |    |   |
| 10   | Las Mypes del sector textil en Gamarra se mantiene a la vanguardia   |            |    |   |    |   |
| 11   | Las Mypes del sector textil en Gamarra ofertan productos durables y de calidad   |            |    |   |    |   |
| 12   | En las Mypes del sector textil en Gamarra plantean estrategias para fidelizar a sus clientes   |            |    |   |    |   |
| 13   | En las Mypes del sector textil en Gamarra toman en cuenta la opinión de sus clientes   |            |    |   |    |   |
| 14   | Los clientes de las Mypes del sector textil en Gamarra están satisfechos con los productos ofertados                                 |            |    |   |    |   |
| 15   | Recomendaría usted los productos de las Mypes del sector textil en Gamarra   |            |    |   |    |   |
| 16   | La difusión de los productos de las Mypes del sector textil en Gamarra son confiables  |            |    |   |    |   |

**¡Gracias por su participación!**