



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN  
LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO  
TIENDAS DE ABARROTES: “CASO TIENDA MI  
KARLITA” - EN EL DISTRITO DE TUMBES, AÑO 2019.**

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

**AUTOR**

**VINCES ARCELA, ANTONINO**

**ORCID: 0000-0002-2274-1008**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Vinces Arcela, Antonino

ORCID: 0000-0002-2274-1008

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Tumbes, Perú

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de  
Administración, Tumbes, Perú

### **JURADO**

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO**

---

**Mgtr. Galvani Guerrero García**

**Presidente**

---

**Mgtr. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta**

**Miembro**

---

**Mgtr. Domingo Miguel Villarreyes Guerra**

**Miembro**

---

**Mgtr. José Fernando Escobedo Gálvez**

**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

A la **Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH**, en su filial Tumbes por formarnos como profesionales e incentivarnos a lograr nuestras aspiraciones en el ámbito de la carrera de Administración.

A los representantes de la **Tienda Mi Karlita**, por permitir realizar mi investigación, y poder ejecutar la aplicación de las encuestas sin ningún inconveniente.

A al **Docente** Mgtr. José Escobedo por ser nuestro asesor en investigación por ser nuestro líder en la carrera profesional e impartirnos sus conocimientos.

## DEDICATORIA

A **Dios**, por ser nuestro padre celestial y creador que vida.

A mis **padres** por darme la vida y fortalecerme para poder lograr mis metas y aspiraciones a mi **esposa** y mi **hijo**.

## RESUMEN

En la presente investigación denominada Caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019. Tuvo como problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación: Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de una (01) empresa con una muestra de sesenta y ocho (68) clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó y se identificó que las características específicas que los clientes consideran que no existe capacidad de compromiso por parte de los vendedores, la seriedad es muy resaltante pero podría utilizar mayor comprensión de los pedidos que pueden realizar los caseros; la integridad genera formalidad en el servicio de atención, además existe una disposición natural en atención, en su totalidad no existe un buen trabajo en equipo por parte de los vendedores, pero su capacidad de ver el lado bueno si se percibe a nivel medio.

***Palabras Claves: Calidad de Servicio y MYPES.***

## **ABSTRACT**

In the present investigation called Characterization of quality of service in the MyPes of the sector of service sector of grocery stores: “CASE STORE MY KARLITA” - in the district of Tumbes, year 2019. It had as research problem: How is the quality of service in the MyPes of the sector service item grocery stores: “CASE SHOP MY KARLITA” - in the district of Tumbes, year 2019? That is why the following research objective was formulated: Determine the characterization of quality of service in the MyPes of the grocery store service sector: “CASE STORE MY KARLITA” - in the district of Tumbes, year 2019. Using a research methodology of descriptive type, quantitative level and non-experimental cross-sectional design; With a population of one (01) company with a sample of sixty-eight (68) clients, applying the survey and questionnaire as data collection instruments was concluded and it was identified that the specific characteristics that the clients consider that there is no capacity to commitment from the sellers, the seriousness is very prominent but could use greater understanding of the orders that can be made by landlords; Integrity generates formality in the service of attention, in addition there is a natural disposition in attention, in its totality there is no good teamwork by the sellers, but their ability to see the good side if it is perceived at the medium level.

***Keywords: Quality of Service and MYPES.***

# ÍNDICE

TÍTULO: .....	¡Error! Marcador no definido.
EQUIPO DE TRABAJO .....	¡Error! Marcador no definido.
HOJA DE FIRMA DEL JURADO .....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ÍNDICE .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA .....	9
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION .....	9
2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES .....	15
2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO .....	15
2.2.1.1. DEFINICIÓN .....	15
2.2.1.2. CARACTERÍSTICAS .....	16
2.2.2. MYPES .....	17
2.2.3. TIENDAS DE ABARROTES .....	18
III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION .....	19
IV. METODOLOGIA .....	20
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	20
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	20
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	20
4.4. DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN .....	20
4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	22
4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS .....	23
4.6.1. Técnicas: .....	23
4.6.2. Instrumentos: .....	23
4.7. PLAN DE ANALISIS .....	24
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	24
4.9. PRINCIPIOS ETICOS .....	25
V. RESULTADOS .....	26
VI. CONCLUSIONES .....	40
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	41



VIII. ANEXOS.....	45
ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.....	45
ANEXO 02: PRESUPUESTO FINANCIAMIENTO .....	46
ANEXO 03: ENCUESTA .....	47
ANEXO 04: CONSTANCIA DE VALIDAD Y CONFIABILIDAD .....	49
ANEXO 05: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS.....	51
ANEXO 06: LIBRO DE CÓDIGOS .....	52
ANEXO 07: TURNITIN .....	54

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo denominado “CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS DE ABARROTES: “CASO TIENDA MI KARLITA” - EN EL DISTRITO DE TUMBES, AÑO 2019” La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignado por la escuela profesional de administración y comprende el campo de disciplina. Promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia del trabajo son MYPE de la provincia de Tumbes dedicadas entre otras actividades al rubro de venta de abarros; en la investigación se ha identificado una (01) empresa dedicadas al rubro objeto de la investigación, es de mi interés de conocer como desarrollan y aplican la calidad de servicio en los hoteles si son rentables si operan dentro de los parámetros de la legalidad en el rubro al cual se dedican.

TIENDA “MI KARLITA” de Cardozo Ayala, Crysset Angie; con RUC N° 1042512765, ubicada en calle Hilario Carrasco 502 – Barrio El Tablazo, inició su negocio el 19/05/2010. Según la historia la tienda “KARLITA” antes llamada “VALMIKI”, es la más antigua del Barrio El Tablazo, ha sido un negocio familiar desde el año 1981 que ha ido pasando el negocio de padres a hijos, de hijos a hermanos, actualmente es el hermano mayor quien administrada esta tienda, pues la realidad aunque pasen los años este negocio se maneja fijándose en metas limitadas; pues cronológicamente no ha crecido lo que les impide ver más allá de la realidad como es el mercado que lo rodea y los requerimientos del cliente, generando una regularidad en la rentabilidad en su negocio y teniendo pocos clientes nuevos. Al analizar el mercado que

se encuentra la tienda “KARLITA” vemos que tiene para explotar casi todo este mercado el cual se encuentra rodeado como son la Comisaria El Tablazo, el Cuartel El Tablazo, el CETPRO Tumbes N° 02, la I.E. Cesar Vallejo, restaurantes y cevicherías como las Terrazas II y la Culebra. Es por eso que se desea brindarle el apoyo dándole publicidad y tener más clientes para que aumenten sus ventas y poder lograr el objetivo planteado.

Para realizar la descripción de la problemática de investigación se planteó utilizar la técnica de PESTEL:

En el ámbito *político: Modificaciones Tratados Comerciales*: Nos dice el diario el comercio que en el 2002 se creó el ministerio de comercio exterior y turismo (2018). Según cifras de la Sunat, en el 2017 se exportaron US\$33.787 millones en productos hacia los países con los que existen acuerdos comerciales vigentes, un incremento de 49% respecto a los datos del 2015. En tanto, las importaciones han trepado 135% para sumar US\$33.789 millones. Este efecto ha sido particularmente marcado para las exportaciones no tradicionales exportaciones no tradicionales que más se duplicaron durante ese decenio. Los envíos de la agroindustria se han multiplicado casi por cuatro. Mediante el presente trabajo, se busca explicar la importancia de las MYPES en la dinamización de la economía peruana, así como la importancia y potencial de su internacionalización progresiva, en aras de un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales. (*Diario El Comercio, 2018*)

En el ámbito *político: Nivel de corrupción*: Nos dice IEP Instituto De Estudios Peruanos, que en los 2016 peruanos creen que la corrupción está generalizada pero que no los afecta directamente (2016). Según se señala en diversos estudios, la corrupción es un problema que afecta no solo al crecimiento económico y a la distribución de la

riqueza, sino también a la provisión y a la calidad de los servicios públicos que -- atienden a millones de ciudadanos. En el Perú la corrupción es percibida como un hecho dado; ideas como “todos los políticos roban” muestran la resignación con su existencia. Mientras las personas asumen a la inseguridad en los barrios como un atentado directo a sus derechos, no se percibe que la corrupción los afecte directamente; de ahí que aparezca en el tercer lugar de preocupaciones en todas las encuestas del Barómetro de las Américas. *(IEP Instituto De Estudios Peruanos, 2016)*

En El Ámbito *Económico: Situación Económica Actual:* proyectó el Departamento de Estudios Económicos del Scotiabank. Refirió que para el presente año estiman que la ejecución de la inversión en infraestructura de transportes -bajo la supervisión de Ositran- alcance los US\$750 millones. “Para el 2019 prevemos que se supere este monto, tomando en cuenta el inicio de obras de la ampliación del Aeropuerto Jorge Chávez, así como el desarrollo de nuevas etapas en determinados proyectos”, subrayó. La entidad financiera prevé que el proyecto Línea 2 concrete una inversión de poco más de US\$200 millones al cierre del 2018, y que supere este monto para el 2019. El 42% de las mypes cree que la situación económica ha mejorado del segmento de la micro empresas y pequeñas empresas\_(mype) en todo el país considera que su situación económica familiar está mejor y mucho mejor que hace un año, indicó una encuesta encargada a Apoyo por Mi banco. *(Celsa.com, 2018)*

Situación Económica Actual: Además el proyectó el Departamento de Estudios Económicos del Scotiabank. Refirió que para el presente año estiman que la ejecución de la inversión en infraestructura de transportes -bajo la supervisión de Ositran- alcance los US\$750 millones. “Para el 2019 prevemos que se supere este monto, tomando en cuenta el inicio de obras de la ampliación del Aeropuerto Jorge Chávez, así como el

desarrollo de nuevas etapas en determinados proyectos”, subrayó. La entidad financiera prevé que el proyecto Línea 2 concrete una inversión de poco más de US\$200 millones al cierre del 2018, y que supere este monto para el 2019. El 42% de las mypes cree que la situación económica ha mejorado del segmento de la micro empresas y pequeñas empresas (mype) en todo el país considera que su situación económica familiar está mejor y mucho mejor que hace un año, indicó una encuesta encargada a Apoyo por Mi banco. *(Celsa.com, 2018)*

*Tasa De Inflación:* Además se aceleró a 0.9% en mayo desde 0.5% en abril. En la segunda mitad del año, la inflación debería aumentar en tanto una demanda interna más fuerte eleva los precios. Los penalistas estiman que la inflación terminará el 2018 en 2.2% y el 2019 en 2.5% de Perú 2018. En su reunión de política monetaria del 7 de junio, el Banco Central Reserva del Perú decidió mantener su política monetaria sin cambios en 2.75%. La decisión del BCR estuvo motivada por una inflación moderada, Las tasas de interés de los créditos en soles para las micro y pequeñas empresas (MyPes) afectadas por El Niño Costero fluctuarían entre 8 % y 10 % anual. Estos préstamos dependerán del costo de fondeo que Cofide, el Banco de Desarrollo del Perú. *(Diario La Gestión, 2018)*

En El Ámbito Social: *Calidad De Vida:* acuerdo a la vigésima edición del Ránking de Calidad de Vida de la consultora Mercer, en comparación al 2017, el estudio de este año muestra que 5 de 10 ciudades sudamericanas han subido al menos un puesto, 2 bajaron sus posiciones y 3 mantienen la misma posición, entre ellas Lima. Se ha avanzado en circulación del dinero y en conectividad vía electrónica y telefónica, pero se ha retrocedido en calidad de vida. es aquella que promueve iguales oportunidades de

aprendizaje para todos y todas, pero que a su vez tiene en cuenta las particularidades de cada niño, de su entorno y de su cultura. (*Diario El Comercio, 2017*)

*Nivel Educativo:* Además Los avances en la cobertura de la Educación Básica y la Educación Intercultural Bilingüe (EIB) demuestran que el Perú ha realizado grandes esfuerzos para universalizar el acceso a la educación. Sin embargo, aún nos enfrentamos a desafíos en materia de logros de aprendizaje integrales y culminación oportuna, particularmente en las zonas más excluidas del país. Es evidente que los progresos en los aprendizajes en primaria son alentadores los últimos años. La proporción de estudiantes de 2º de primaria con logros satisfactorios en matemáticas pasó de 16.8% en 2013 a 34.1% en 2016. En secundaria, el panorama es muy diferente. Por ejemplo, solo 14 de cada 100 estudiantes de secundaria alcanzan un nivel satisfactorio en comprensión lectora. (*Diario El Peruano, 2018*)

En el ámbito *Tecnológico: Nuevos Productos Y Desarrollo* es un reto en América Latina que plantea momentos claves para aumentar las posibilidades de tener éxito con un producto nuevo 2018. Las mejores ideas de crecimiento, explorar, construir, medir y mejorar propuestas, desarrollar el producto, el empaque, una comunicación eficiente, hasta ejecutar un plan de lanzamiento y optimizar el portafolio y el lanzamiento. Finalmente, la realidad mixta será un objetivo de este año. La audiencia ya ha explorado la realidad virtual y la realidad aumentada. Una combinación permitirá a los consumidores participar de una experiencia inmersiva con objetos de los mundos real y digital. (*Diario El Peruano, 2018*)

*Cambio Del Internet:* Además, para el 2020 habrá 25,000 millones de “cosas” conectadas en uso. También calcula 44 zetas bytes de datos digitales para ese año. El Internet de las Cosas (IoT) ya es una realidad, pero lo que se ha visto es el comienzo. A

ello se suma que hay avances, incluso en el Perú, con miras a la implementación de la tecnología 5G para obtener mayor velocidad de internet, lo que permitirá el desarrollo del IoT. Perú 2018. (*Canales comerciales PeruRetail, 2018*)

En El Ámbito **Ecológico**: *los recursos naturales ilimitados* nos dice que los peruanos estuvieron muy en contacto con la naturaleza y así conocieron lo que esta les podía brindar; fuentes de alimentación y fibras, como los animales, que aprendieron a cazar y domesticar; fuentes de medicinas, alimentos y tintes, como las plantas, con las que experimentaron para cultivar; minerales como la plata y el estaño, que extrajeron y malearon para elaborar herramientas, instrumentos quirúrgicos y piezas de arte. (*Minagri.gob Perú, 2018*)

*Legislación Sobre Los Reciclaje De Residuos*: Además la legislación sobre los reciclajes de residuos permite aprovechar un residuo mediante un proceso de transformación que lo convierte en materia prima para la fabricación de nuevos productos, lo cual constituye al reciclaje como una forma de darle valor a los residuos sólidos generados en las actividades productivas y de consumo Perú 2018. Asimismo, con el objetivo de minimizar y regular el uso del plástico en el Perú, el Minam presentó al Congreso de la República una iniciativa legislativa, la cual viene siendo discutida en la Comisión de Pueblos Andinos, Amazónicos y Afro peruanos, Ambiente y Ecología, junto a otras propuestas legislativas. (*Novedades Perú, 2018*)

En El Ámbito **Legal**: *Leyes de competencia*: La nueva regulación incluye, entre otras medidas, un programa de recompensas económicas a las personas que proporcionen información determinante para detectar, investigar y sancionar infracciones sujetas a la prohibición absoluta. Coincidente mente con la celebración del Día de la Competencia y dentro del marco de la delegación de facultades otorgadas al

Poder Ejecutivo, el 7 de septiembre de 2018 se publicó el Decreto Legislativo N° 1396 (en adelante, DL 1396), mediante el cual se modificó la Ley de Represión de Conductas Anticonceptivas, entrando en vigencia al día siguiente de su publicación. (*Garrigues, 2018*)

*Política de desempleo:* Además los principales problemas del Perú no es el desempleo, sino el subempleo, definido como aquellos que trabajan, pero reciben un sueldo menor que un ingreso mínimo referencial, estimado en enero de 2018 en 961 soles. De los 31 millones de habitantes, 16 millones son parte de la población económicamente activa (PEA), definidos como aquellos que quieren y pueden trabajar y que tienen más de 14 años de edad (45%) están subempleados. (*Diario Peru21, 2018*)

Se formuló la siguiente interrogante de investigación ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las MyPes del sector comercio rubro tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019? Por lo tanto, se elaboraron objetivos de investigación para dar solución al enunciado del problema. Objetivo General: Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector comercio rubro tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019. Y objetivos específicos: Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019. Conocer las características específicas de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes: “CASO TIENDA MI KARLITA” – en el distrito de Tumbes, año 2019.

En el campo de la justificación de la presente investigación se justifica en lo práctico, porque utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar los aspectos de calidad de servicio.



Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento calidad de servicio teniendo como base el uso de herramienta práctica y de bajo costo que utilizan en sus empresas en el distrito de Tumbes utilizando todos los procesos internos.

*(Miller y Salkiu, 2002)*

Tiene una justificación metodológica para la aplicación sistematizada del proceso de la investigación encaminada a la detención de datos cuantitativas que determinan las características sin vulneración alguna y se recoja los datos en un solo momento en este caso Tienda Mi Karlita. *(Baptista, 2006)*

Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aportes para la biblioteca constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen a futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a la MyPe el manejo de negocio motivando al cambio, para una mejor prestación de los servicios. *(Baptista, 2006)*

Se justifica profesionalmente, a la medida en que me permitía obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

## II. REVISION DE LA LITERATURA

### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Según Villa (2018) en su investigación *“Relación entre la calidad de servicio y su posición en la organización como factor crítico de los procesos de calidad.”*. Su investigación tiene como propósito Diseñar un plan estratégico de la calidad de servicio con un diseño de investigación de un plan estratégico de la calidad para la empresa gastronómica Diego Panesso Catering una población de 94 trabajadores utilizando como instrumento de recolección datos la entrevista y cuestionario concluyendo que la mayoría de los empresarios toma decisiones gerenciales de manera intuitiva sin contar con un análisis serio y concienzudo de la situación actual de su empresa y del entorno.

Para Herrera (2018) En su investigación *“Gestión de la Experiencia del Cliente y su aporte estratégico de una tienda de abarrotes y en la comunicación de la publicidad”*. Su investigación tiene la experiencia del cliente significa enfocarse exclusivamente en él y en su relación con la empresa del producto o servicio. El CEM, en otras palabras, analiza todos aquellos momentos en el que el sujeto interactúa con la marca; ya sea desde que visita la tienda, interactúa con los vendedores, navega por la página web, visita las redes sociales, entre otros. En cada uno de estos momentos vive una experiencia única con la marca, la cual puede fortalecer o debilitar la relación futura y el deseo de regresar, gastar más y recomendar la marca, con una población de 66 clientes concluyendo utilizar totalmente la experiencia como una propuesta de valor para el cliente, las empresas deben gestionar el componente emocional de las experiencias con el mismo rigor con el que gestionan la funcionalidad de sus productos y servicios.

Según Prada (2018) En su investigación *“Construcción y experiencia de publicidad de la marca PUCP en las actividades extracurriculares OprosaC.”*. Su investigación tiene la construcción de la identidad de marca es un tema recurrente en el campo estratégico de las comunicaciones y de las organizaciones en crecimiento con una población 45 trabajadores concluyendo que la investigación se enfoca en el ámbito universitario porque las marcas funcionan como un activo más dentro de este tipo de organizaciones y crean un valor diferencial en sus servicios. Para el análisis de este estudio, se eligió a la marca PUCP, por su trayectoria y la calidad de su gestión educativa y administrativa.

Para Rojas (2018) En su investigación *“Peruanidad en campañas publicitarias: la percepción de la publicidad de abarrotes en asentamientos humanos de Lima”*. Su investigación tiene es determinar la percepción que tienen las personas que viven en asentamientos humanos de Lima sobre la publicidad que utiliza elementos que hacen alusión a la peruanidad. Con esto se busca dar un primer paso para entender la forma en la que este tipo de mensajes afecta a la identidad peruana y, al mismo tiempo, tener un eje de referencia para comunicadores, empresas y medios de comunicación para hacer un uso más pertinente y beneficioso a nuestra identidad con una población 65 trabajadores, concluyendo que los trabajadores que viven en asentamientos humanos de Lima perciben que la publicidad que usa elementos alusivos a la peruanidad recupera las identidades locales del interior del país lo que los hace sentir más identificados con las marcas y al mismo tiempo fortalece su identidad como peruanos.

Seguidamente Montes (2018) En su investigación *“Los efectos de la comunicación experiencial y sensorial en la percepción de un producto de*

*abarrotes y el comportamiento de compra por parte de los consumidores*” Su investigación tiene como se puede encontrar en algunos estudios, la manera en cómo las empresas se comunican con su público ha cambiado, y cada vez es mayor la exigencia de un consumidor que se hace más indiferente ante los estímulos tradicionales bidimensionales (imágenes y sonidos) y más sediento a probar nuevas cosas con una población de 45 personas, concluyendo que el estudio de la Comunicación Experiencial y Sensorial a nivel mundial, sino que marca un ejemplo de la innovación que las empresas peruanas están aplicando para desarrollar una nueva forma de conectarse por medio de los cinco sentidos. Con esto, lograr compartir experiencias memorables que marquen un diferencial al facilitar la elección de una marca frente a otras.

Para Salinas (2017) En su investigación *“Herramientas de la calidad de servicio digital como estrategia de adaptación frente a las nuevas perturbaciones del mercado para las Microempresas”* Su investigación tiene como propósito identificar y describir los factores que están restringiendo la innovación mediante la adopción de las nuevas herramientas de la calidad de servicio disponibles por parte de las Mypes. Con un diseño de investigación Del estudio se desprende que las herramientas de la calidad de servicio digital disponibles en el mercado y factibles de ser adoptadas por las Mypes una población de 105 trabajadores utilizando como instrumento de recolección de datos la entrevista concluyendo que la incorporación de los instrumentos de marketing digital en las micro y pequeñas empresas peruanas es actualmente incipiente, ya sea por una tímida introducción o una falta de maximización en todos sus componentes.

Seguidamente García (2017) En su investigación “*Calidad de servicio De La Municipalidad De Mala Catán San Marcos*” Su investigación tiene como propósito determinar cómo influyen los factores de calidad de servicios en atención al cliente. Como un diseño de investigación satisfacer todas sus necesidades y expectativas Una población de 30848 trabajadores utilizando como instrumento de recolección datos la calidad concluyendo que las actividades económicas cuyo resultado no es un producto o construcción física, que generalmente se consume en el momento que se produce y que proporciona valor agregado al añadir aspectos.

Seguidamente Chang (2017) en su investigación “*Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de abarrotes tottus*” Su investigación tiene como propósito identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios. Con un diseño de investigación del usuario de los servicios públicos brindados, una población de 56,114 personas, se obtuvo Utilizando como instrumento de Recolección datos la entrevista y cuestionario concluyendo que, En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda entre regular y buena.

Seguidamente Vega (2017) En su investigación “*Calidad de servicio mayorista, del rubro de abarrotes del centro comercial la Unión Canto Grande S.J.L.*” Su investigación tiene la obtención de los datos se elaboró un cuestionario con 30 ítems por cada variable, la cual fue validada por 5 expertos temáticos y metodólogos, y posteriormente se realizó el censo poblacional a toda la población de 54 clientes mayoristas, concluyendo los resultados de la prueba estadística Rho que muestra un coeficiente de correlación de 0.885 con un nivel de significación bilateral de 0.000, En valores porcentuales el índice de correlación nos muestra que

existe un 88.5% de correlación entre las dos variables, que se califica como un nivel de correlación alta.

Para Carpio (2017) en su *investigación “Mejorar el proceso de la publicidad del producto”* Su investigación tiene como propósito proponer la publicidad estratégica al cliente para posicionar los servicios. Con un diseño de investigación los factores externos e internos que permiten determinar la situación y poder evaluar la calidad del servicio a una población de 60 personas utilizando como instrumento de recolección de datos la entrevista concluyendo que se presentan propuestas de mejora para el problema planteado la cual se basa en estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios.

Según Jurado (2015). En su investigación *“Calidad de la Gestión en la calidad de servicio para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en las tiendas de abarrotes de la Ciudad de Quito”*. Su investigación Tiene como propósito determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008; con un diseño de investigación descriptivo – situacional, aplicando como instrumento de recolección de datos encuestas de satisfacción aplicadas a los clientes, diseñadas bajo los parámetros de SERVQUAL y DINESERV con una población de 89 trabajadores; obteniendo como conclusión que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio recibido, sin embargo, hay aspectos que mejorar dentro del proceso, así como otros que reestructurar.

Por consiguiente Chacom (2015). En su investigación “*Servicio de la calidad de servicio en las tiendas de abarrotes del Municipio de San Pedro La Laguna, Departamento de Socola*”. Su investigación Tiene como propósito identificar el servicio al cliente que se ofrece en la tienda de abarrotes de San Pedro La Laguna, departamento de Socola; con un diseño de investigación descriptivo y documental; aplicando como instrumento de recolección de datos, encuestas con boletas a 138 personas entre ellos: empleados y gerentes o propietarios de los 8 tiendas de abarrotes del Municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Socola; concluyendo que el servicio al cliente es adecuado, excepto por las malas condiciones higiénicas.

Para García (2015) En su investigación: “*Sistema de Calidad en la tienda de abarrotes de Venezuela*”. Su investigación Tiene como propósito diseñar un sistema de calidad de la tienda de abarrotes en Venezuela basado en el modelo SERVQUAL (cuestionario con preguntas estandarizadas que permite medir la calidad del servicio); con un diseño de investigación tipo descriptivo, explicativo y proyectivo; aplicando cuestionarios como instrumento de recolección de datos a una muestra de 100 personas; concluyendo que dada la extensión del cuestionario, muchas veces no se cuenta con la colaboración de todos los comensales en responder, situación que no permite medir con datos reales la calidad de atención brindada, para lo cual se deberá implementar mecanismos de información que le permita a los clientes conocer el interés de la empresa en mejorar la calidad de sus servicios.

Según Martínez (2015), En su investigación: “*Caracterización de la capacitación y calidad visual de las MyPes comerciales rubro abarrotes en Monte*

*Sullón – buenos aires, año 2015*”. Su investigación tiene como propósito establecer como objetivo fundamental determinar cuáles son las características de capacitación y merchandising visual en las MYPE comerciales para ello se utilizó el tipo de investigación descriptiva, nivel cuantitativo, con diseño no, de corte transversal, para llevarlas a cabo se utilizó una muestra de 48 MYPE rubro abarrotes donde se aplicó como instrumento de investigación el cuestionario y la técnica utilizada es la encuesta siendo los principales resultados son los siguientes con respecto la variable capacitación se tiene los siguientes resultados desempeño del personal ,en la programación que mejora la comunicación y aumentas sus ingresos; en el merchandising visual las estrategias se tiene a la publicidad, productos de calidad, los componentes se desarrollan la ubicación estratégica la fachadas y ventas.

## **2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES**

### **2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO**

#### **2.2.1.1.DEFINICIÓN**

Según *Zeithaml y Berry (1998)* consideran que la cantidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido.

Por otro lado, *Ruiz (2001)* describe la calidad de servicio como una forma de actitud. Relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción.

Para *Kotler (1997)* ha considerado que la calidad de servicio es un beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan



lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.

### **2.2.1.2.CARACTERÍSTICAS**

Según *Aniorte (2013)*, algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por *Paz (citado en Verdú, 2013)*, las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender,

ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.

- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.

### **2.2.2. MYPES**

La ley N° 30056 de las MyPes, ley que modifica la antigua Ley N° 28015. Es una norma dada por el estado peruano con el único objetivo de impulsar la competitividad y promocionar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, como también lograr la formalización de estas, por eso, esta modificación cuenta con beneficios laborales y tributarios para poyar el crecimiento y generación de nuevas fuentes de empleo, aportando así al PBI del país. La ley 28015 en su artículo 2° define a las MyPes como una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica. La actual ley se dio bajo el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se aprobó el TUO de la ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben estar entre las categorías empresariales: Microempresas deben tener ventas anuales de 150 UIT (S/.592,500); Pequeña empresa deben tener ventas anuales por arriba de los 150 UIT (S/.592,500) y como máximo 1700 UIT (S/.6^715,000); y la Mediana

Empresas deben tener ventas anuales superiores a 1700 UIT (S/.6`715,000) y como máximo 2300 UIT (S/.9`085,000). La ley 30056 elimina el número máximo de trabajadores como uno de los factores de calificación de las MyPes.

### **2.2.3. TIENDAS DE ABARROTES**

Según *López – Dóriga (2017)* nos dice que en México como en varios lugares de Latinoamérica y España, las tiendas de abarrotes son aquellos negocios pequeños y medianos que ofrecen productos de uso cotidiano, ya sean víveres, artículos de limpieza, bebidas alcohólicas y toda clase de mercancías de ese tipo.

Además para *Tomasini Carlos (2017)* nos dice que antiguamente las tiendas se tenían que llenar o abarrotar de mercancías debido a que las embarcaciones tardaban hasta varios meses en regresar para surtir las de nuevo. Así que por eso se les llama tiendas de abarrotes. De hecho en la actualidad se suele llamar abarrotes a la mercancía diversa que se vende tanto en tiendas como en supermercados, principalmente la comestible y el uso común también creó la palabra abarrotero, para definir a las personas que atienden tiendas de abarrotes o que distribuyen los productos que se venden en ellas.

### **III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION**

Dicho por *Fidias (2012)* no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

## **IV. METODOLOGIA**

### **4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El estudio fue de tipo descriptiva, su proyecto es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características. *(Rodríguez, 2010)*

### **4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

La investigación fue de nivel cualitativo, porque confirma la obtención de datos son manipuladores. *(Bernal, 2010)*

### **4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal. *(Bernal, 2010)*.

Donde:

**M:** muestra conformada por los “Clientes de la Tienda Mi Karlita”

**O:** Observación de la variable: “Calidad de Servicio”

**M**      **→**      **O**

### **4.4. DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN**

**Cuadro 01.** Operacionalización de las variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIO	Ruiz (2001) describe la calidad de servicio como una forma de actitud. Relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción.	Se pretenderá determinar, describir las características de la localidad de servicio de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	CARACTERÍSTICAS GENERALES	Cumplimiento de objetivos.	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	NOMINAL
				Servir para lo que se diseñó.	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	NOMINAL
				Adecuado para el uso.	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	NOMINAL
				Solucionar necesidades.	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	NOMINAL
				Proporciona resultados.	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	NOMINAL
			CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	Formalidad.	¿Considiera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	NOMINAL
				Iniciativa.	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	NOMINAL
				Disposición de servicio.	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	NOMINAL
				Colaboración.	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	NOMINAL
				Enfoque positivo.	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	NOMINAL

**FUENTE:** Elaboración propia.

#### 4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

*Cuadro 02.* Población de Investigación.

RAZON SOCIAL	PROPIETARIO
TIENDA MI KARLITA	1

FUENTE: Elaboración propia.

##### **Población**

**P1:** La población para la variable de calidad de servicio se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de la Tienda Mi Karlita.

##### **Muestra:**

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable, se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

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

##### **Dónde:**

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P) q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$n = \frac{0.67650}{0.01}$$

$$n = 67.65$$

$$n = 68 \text{ clientes.}$$

La muestra asciende a 68 clientes para la variable calidad de servicio en la Tienda Mi Karlita en el distrito de Tumbes, 2019.

## **4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS**

### **4.6.1. Técnicas:**

Para *Alelus López, & Rodríguez (s.f)* se empleó la técnica de la encuesta que consta de 10 interrogantes de investigación que se aplica a los clientes de la tienda Mi Karlita en el distrito de Tumbes, 2019.

### **4.6.2. Instrumentos:**

Para *García, (2002)* El cuestionario viene a ser preguntas formulada de ordenada. De las dimensiones de la variable en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.



#### 4.7. PLAN DE ANALISIS

Para *Alarcón & Gutiérrez* el plan de análisis detalla las medidas de la variable calidad de servicio y como serán presentadas, indicando modelos y técnicas estadísticas a usar. Escogió los datos mediante el instrumento (Encuesta), se tabularon y se graficaron de muestra ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis de instrumento, valido por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especializa.

#### 4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

*Cuadro 03.* Matriz de Consistencia.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACION	HIPOTESIS	METODOLOGIA
¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las MyPes del sector comercio rubro tiendas de abarrotos: "CASO TIENDA MI KARLITA" - en el distrito de Tumbes, año 2019?	<b>OBJETIVO GENERAL:</b> • Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector comercio rubro tiendas de abarrotos: "CASO TIENDA MI KARLITA" - en el distrito de Tumbes" - en el distrito de Tumbes, año 2019.	Dicho por Fidas (2012) no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.	<b>TIPO:</b> DESCRIPTIVO. <b>NIVEL:</b> CUANTITATIVO. <b>DISEÑO:</b> NO EXPERIMENTAL. <b>POBLACIÓN:</b> INFINITA. <b>MUESTRA:</b> 68 CLIENTES DE LA TIENDA MI KARLITA.
	<b>OBJETIVO ESPECIFICO:</b>  Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotos: "CASO TIENDA MI KARLITA" - en el distrito de Tumbes" - en el distrito de Tumbes, año 2019. Conocer las características específicas de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotos: "CASO TIENDA MI KARLITA" - en el distrito de Tumbes" - en el distrito de Tumbes, año 2019.		

**FUENTE:** Elaboración propia.

#### **4.9. PRINCIPIOS ETICOS**

Entendiendo a principio éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta. Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. *Pérez Porto & Merino (2013)*. En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- Accesibilidad: Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- Búsqueda de la Verdad: Forman a la mente, con lo que se dice os e siente.
- Coherencia: Relación de una cosa con otras.
- Compromiso: Palabra dada o fe.
- Perseverancia: Firmeza en la consecución de los propietarios

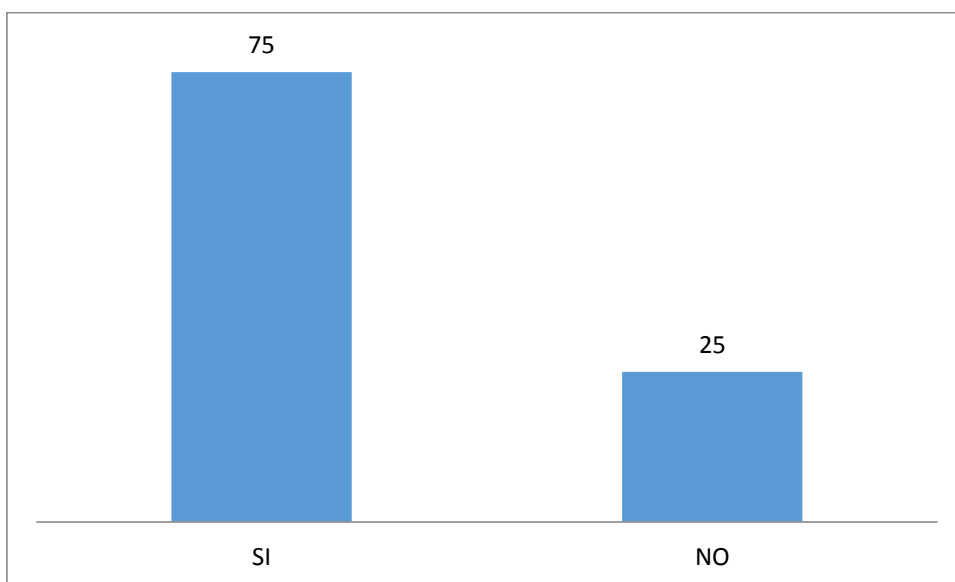
## V. RESULTADOS

### 5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

*Tabla 01 y gráfico 01.* ¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	51	75
NO	17	25
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

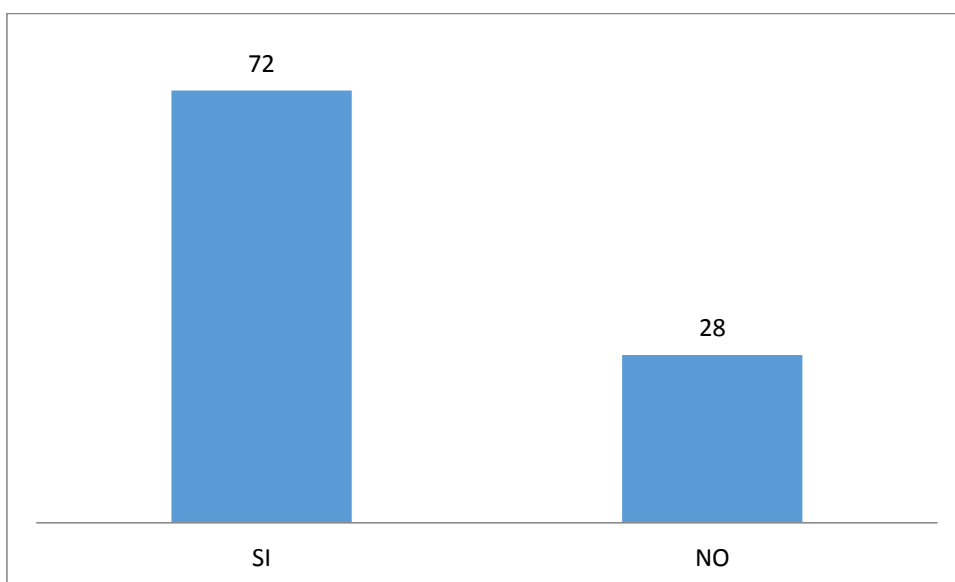


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 02 y gráfico 02.** ¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	49	72
NO	19	28
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

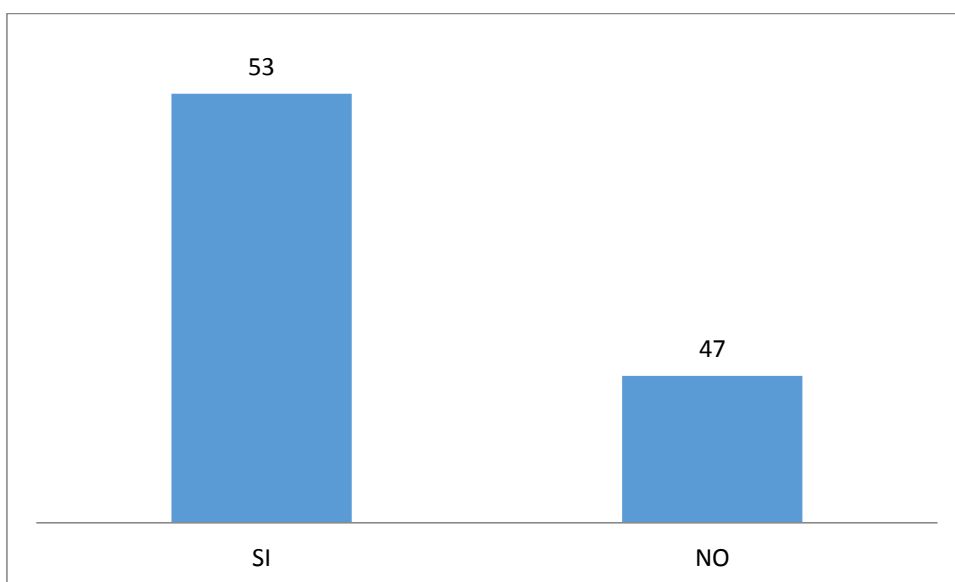


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 03 y gráfico 03.** ¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	36	53
NO	32	47
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

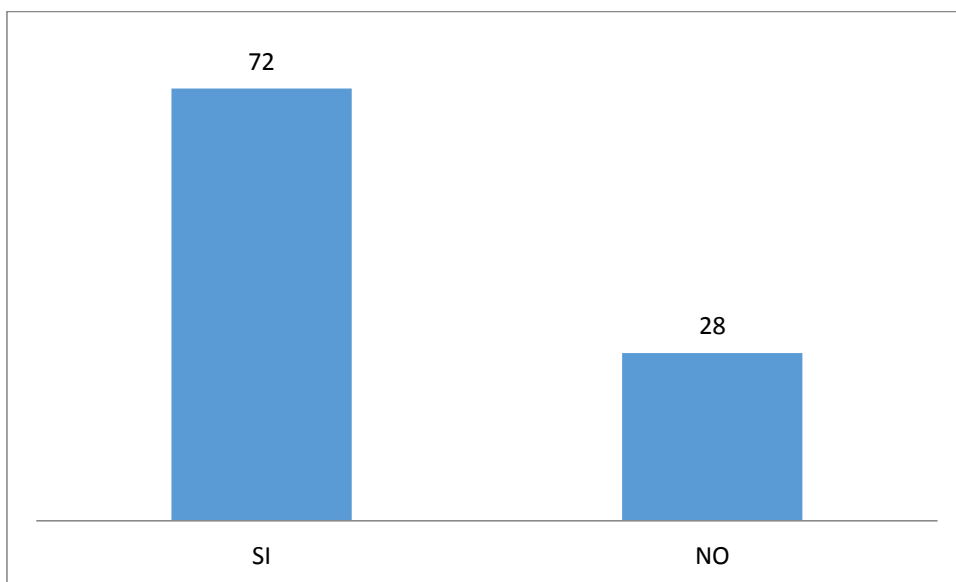


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 04 y gráfico 04.** ¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	49	72
NO	19	28
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

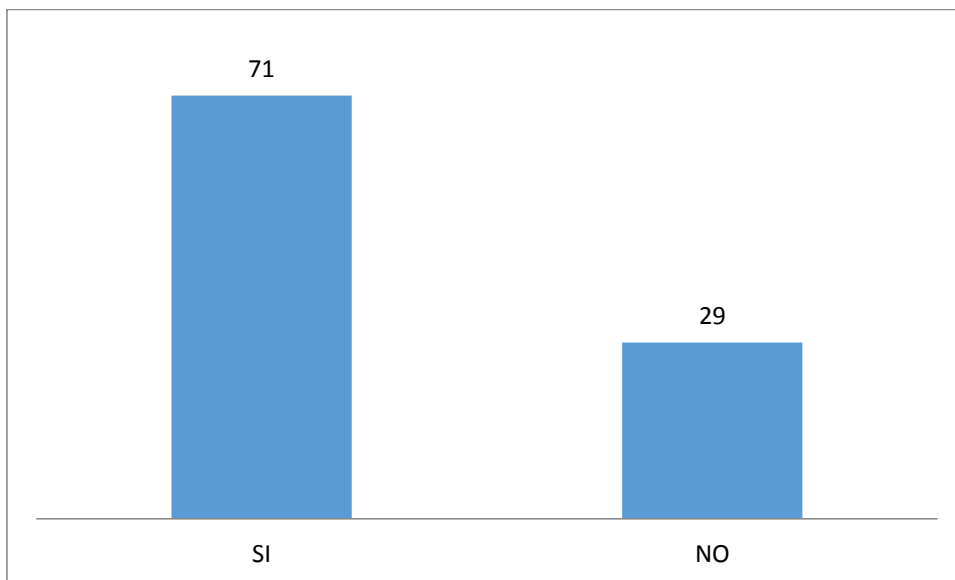


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 05 y gráfico 05.** ¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	48	71
NO	20	29
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

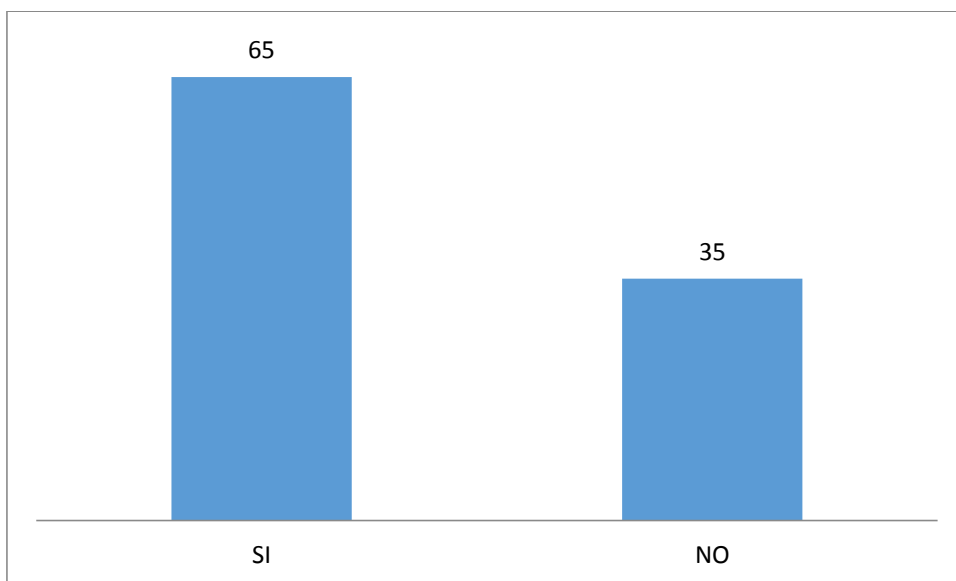


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 06 y gráfico 06.** ¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	44	65
NO	24	35
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.



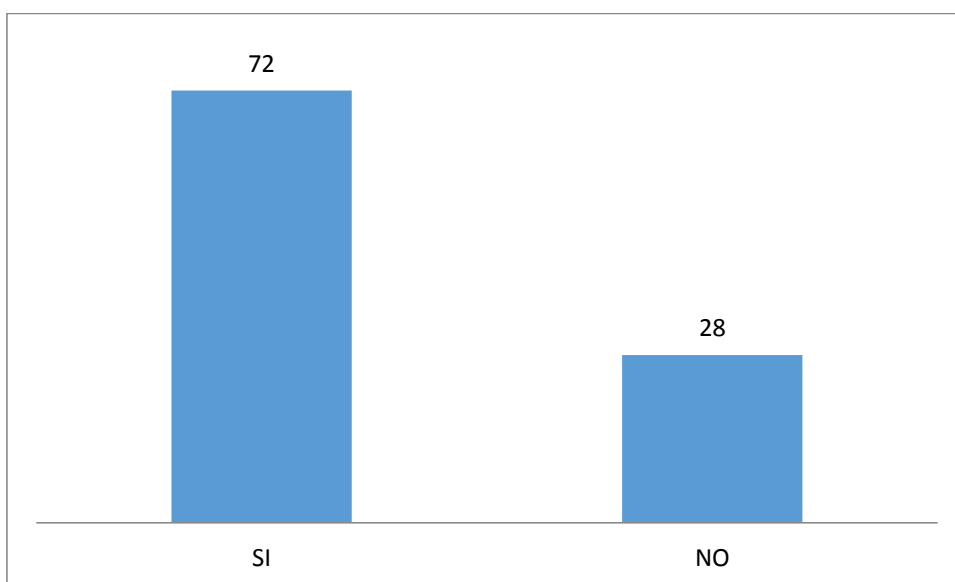
**FUENTE:** Elaboración propia.



**Tabla 07 y gráfico 07.** ¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	49	72
NO	19	28
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

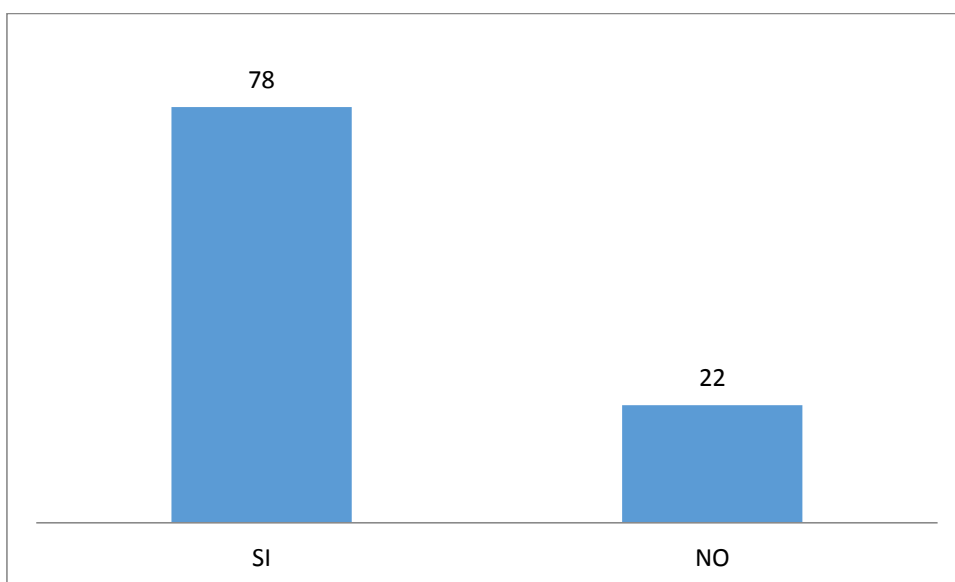


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 08 y gráfico 08.** ¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	53	78
NO	15	22
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

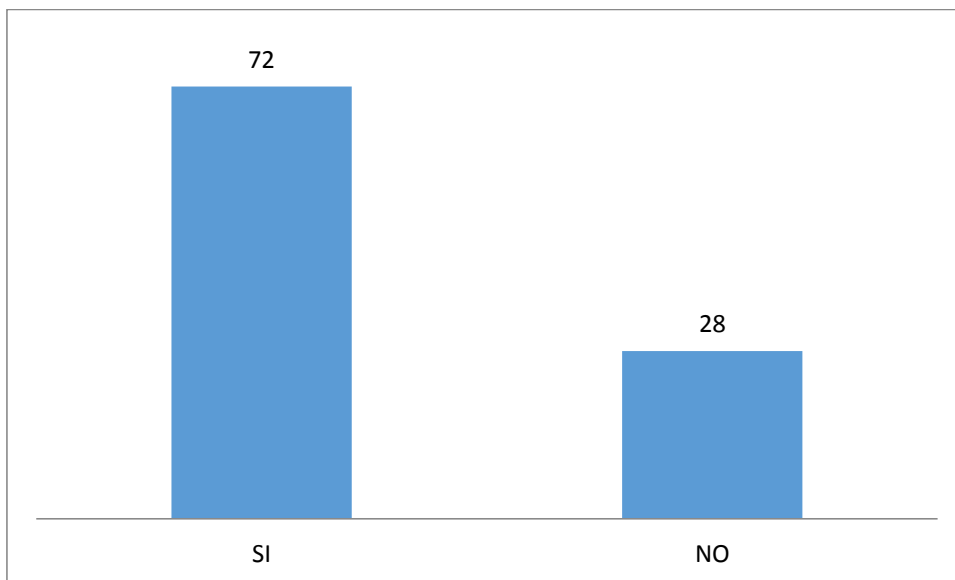


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 09 y gráfico 09.** ¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	49	72
NO	19	28
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los clientes de la Tienda Mi Karlita, 2019.

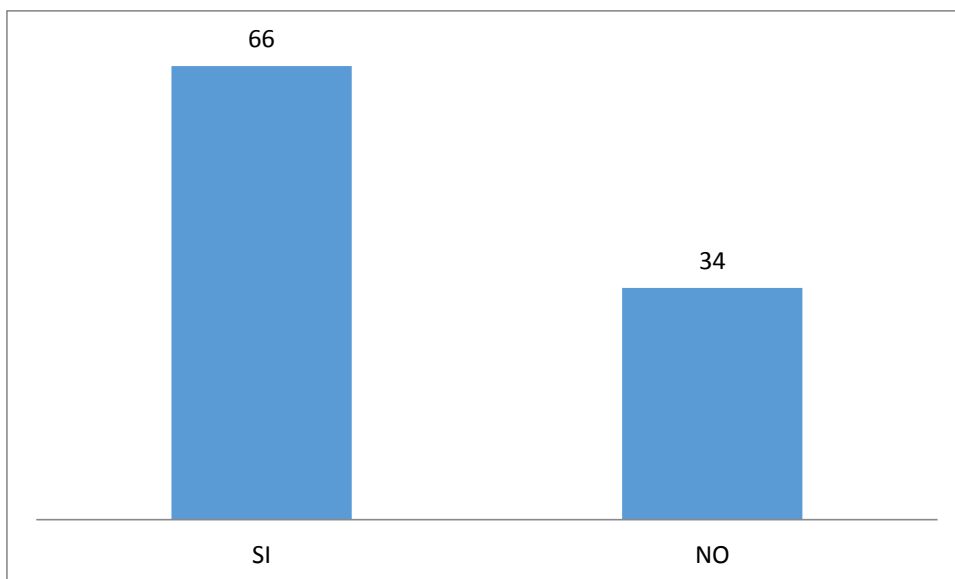


**FUENTE:** Elaboración propia.

**Tabla 10 y gráfico 10.** ¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?

<b>OPCIÓN</b>	<b>fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	45	66
NO	23	34
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta aplicada a los de la Tienda Mi Karlita, 2019.



**FUENTE:** Elaboración propia.

## **5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **5.2.1. Respecto a la dimensión Características Generales de Calidad de Servicio:**

En la tabla y gráfico 01, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 75% (51) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa y el 25% (17) considera que no.

En la tabla y gráfico 02, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 72% (49) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente y el 28% (19) considera que no.

En la tabla y gráfico 03, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 53% (36) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente y el 47% (32) considera que no.

En la tabla y gráfico 04, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 72% (49) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes y el 28% (19) considera que no.

En la tabla y gráfico 05, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características generales al 100% (68) de clientes encuestados, el 71% (48) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa y el 29% (20) considera que no.

### **5.2.2. Respecto a la dimensión Características Específicas de Calidad de Servicio:**

En la tabla y gráfico 06, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 65% (44) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa y el 35% (24) considera que no.

En la tabla y gráfico 07, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 72% (49) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente y el 28% (19) considera que no.

En la tabla y gráfico 08, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 78% (53) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes y el 22% (15) considera que no.

En la tabla y gráfico 09, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 72% (49) clientes que visitan la Tienda Mi Karlita consideran que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa y el 28% (19) considera que no.

En la tabla y gráfico 10, respecto a la calidad de servicio y su dimensión características específicas al 100% (68) de clientes encuestados, el 66% (45) clientes

que visitan la Tienda Mi Karlita consideran usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal y el 34% (23) considera que no.



## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1. Respecto a la dimensión Características Generales de Calidad de Servicio:**

- Se identificó que las características generales que los caseros consideran que no existe un buen cumplimiento de los objetivos por parte del vendedor, existe un nivel promedio respecto a que los caseros estando dispuestos a servir mediante el adecuado uso de los servicios que brinda el hospedaje, pero que el personal no está presto a corregir algún percance que puede suscitar respecto a los precios la variedad de productos y la disponibilidad de los tiempos para la atención, es por ello que siempre existe una participación mediana, respecto a la orientación no informan completamente los beneficios o debilidades de los productos y por ende los resultados no son tan resaltantes.

### **6.2. Respecto a la dimensión Características Específicas de Calidad de Servicio:**

- Se identificó que las características específicas que los clientes consideran que no existe capacidad de compromiso por parte de los vendedores, la seriedad es muy resaltante pero podría utilizar mayor comprensión de los pedidos que pueden realizar los caseros; la integridad genera formalidad en el servicio de atención, además existe una disposición natural en atención, en su totalidad no existe un buen trabajo en equipo por parte de los vendedores, pero su capacidad de ver el lado bueno si se percibe a nivel medio.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Becerra Chacom (2015). “Servicio de la calidad de servicio en las tiendas de abarrotes del Municipio de San Pedro La Laguna, Departamento de Sochobats” (Pág. 102) Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Canales comerciales Perú Retail (2018). la implementación de la tecnología 5G para obtener mayor velocidad de internet Recuperado en: <https://www.peru-retail.com/america-latina-fabricantes-nuevos-productos/>
- Celsa.com (2018) presenta un mejor panorama para la inversión en infraestructura en el Perú Recuperado de: <https://www.cesla.com/detalle-noticias-de-peru.php?Id=4523>.
- Chang Figueroa Juan José (2017) en su investigación “*Relación entre la publicidad y posición Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de abarrotes*” (Pág. 144) universidad Rafael Landívar Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- De Carpio Bernardo (2017) En su investigación “*Relación entre la la publicidad posición Mejora del proceso de atención al cliente y calidad del producto*” (Pág. 43) Universidad Alas Peruanas Facultad de Administración.
- Diario El Comercio (2017) 5 de 10 ciudades sudamericanas han subido al menos un puesto, 2 bajaron sus posiciones y 3 mantienen la misma posición Recuperado de: <https://elcomercio.pe/mundo/actualidad/ranking-11-mejores-ciudades-vivir-sudamerica-noticia-507391>.
- Diario El Comercio (2018) El diario el comercio que en el 2002 se creó el ministerio de comercio exterior y turismo Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/desafios-politica-comercial-peru-noticia-486268>.
- Diario El Peruano (2018) El Perú ha realizado grandes esfuerzos para universalizar el acceso a la educación Recuperado en: <https://elperuano.pe/noticia-avances-y-desafios-la-educacion-68244.aspx>.
- Diario El Peruano (2018). América Latina que plantea momentos claves para aumentar las

- posibilidades de tener éxito con un producto nuevo Recuperado en: <https://elperuano.pe/noticia-estas-son-tendencias-tecnologicas-marcaran-2018-62824.aspx>.
- Diario La Gestión (2018). La inflación debería aumentar en tanto una demanda interna más fuerte eleva los precios Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/tipo-cambio-dolar-cerraria-2018-s-3-24-latinfocus-consensus-forecast-235804>.
- Diario Peru21 (2018) definido como aquellos que trabajan, pero reciben un sueldo menor que un ingreso mínimo referencial Recuperado en: <https://peru21.pe/opinion/opina21-carlos-parodi/subempleo-desempleo-peru-399333>.
- García Garrido Liz Caro (2017) en su investigación “*Relación entre calidad de servicio y posición en los servicios de la Municipalidad de Mala Catán San Marcos*” (Pág. 74) Universidad Nacional de Trujillo Facultad De Ciencias económicas.
- Garrigues (2018). Proporcionen información determinante para detectar, investigar y sancionar infracciones sujetas a la prohibición absoluta Recuperado en: [http://www.garrigues.com/es\\_ES/noticia/principales-modificaciones-la-ley-de-competencia-de-Perú](http://www.garrigues.com/es_ES/noticia/principales-modificaciones-la-ley-de-competencia-de-Perú).
- Guerrero Martínez (2015), En su investigación: “*Caracterización de la capacitación y calidad visual de las MyPes comerciales rubro abarrotes en Monte Sullón – buenos aires, año 2015*”. (Pág. 98) Universidad Nacional de la Plata.
- Herrera García Yeshari Nelly Yolanda (2018). En su investigación *Gestión de la Experiencia del Cliente y su aporte estratégico de una tienda de abarrotes y en la comunicación de la publicidad*” (Pág. 70) Pontificia Universidad Católica Del Perú Facultad De Ciencias Y Artes De La Comunicación.
- IEP Instituto De Estudios Peruanos (2016). Los peruanos creen que la corrupción está generalizada pero que no los afecta directamente (2016) Recuperado de: <https://iep.org.pe/noticias/peruanos-creen-que-la-corrupcion-esta-generalizada-pero-que-no-los-afecta-directamente/>.
- López – Dóriga (2017) ¿Por qué se llaman tiendas de abarrotes? Recuperado de: <https://lopezdoriga.com/vida-y-estilo/por-que-se-llaman-tiendas-de-abarrotes/>

- Minagri.gob Perú (2018) Los peruanos estuvieron muy en contacto con la naturaleza y así conocieron lo que esta les podía brindar Recuperado en: <http://minagri.gob.pe/portal/58-sector-agrario/sector-agrario/287recursos-naturales>.
- Novedades Perú (2018) Permite aprovechar un residuo mediante un proceso de transformación que lo convierte en materia prima Recuperado en: <http://sinia.minam.gob.pe/novedades/peru-solo-se-recicla-19-total-residuos-solidos-reaprovecharles>.
- Pérez García (2015) “Sistema de Calidad en la tienda de abarrotes de Venezuela” (Pág. 91) Universidad de los andes de Venezuela.
- Prada Zúñiga Laura Johanny (2018). En su investigación “*Construcción y experiencia de publicidad de la marca PUCP en las actividades de las tiendas de abarrotes Oprozac*” (Pgn. 76) Pontificia Universidad Católica Del Perú Facultad De Ciencias Y Artes De La Comunicación.
- Rojas Virijivich Rodolfo Franco (2018). En su investigación “*Peruanidad en campañas publicitarias: la percepción de la publicidad de abarrotes en asentamientos humanos de Lima*”. (Pág. 86) Pontificia Universidad Católica Del Perú Facultad De Ciencias Y Artes De La Comunicación.
- Rosales Jurado (2015) “Calidad de la Gestión en la calidad de servicio para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en las tiendas de abarrotes de la Ciudad de Quito” (Pág. 99) universidad católica de Santiago de Guayaquil.
- Salinas Ramos Yuan Zulay (2017) en su investigación “*Relación entre la calidad de servicio, posición Herramientas de la calidad digital como estrategia de adaptación frente a las nuevas perturbaciones del mercado para las Microempresas*” (Pág. 96) Universidad Cesar Vallejo Facultad de Administración.
- Vega Huerta Joel Josué (2017) En su investigación “*Calidad de servicio mayorista, del rubro de abarrotes del centro comercial la Unión Canto Grande S.J.L.*” (Pág. 77) Facultad De Ciencias Empresariales
- Villa Panesso Andrés Felipe (2018) En su investigación “*Relación entre la calidad de servicio y su posición en la organización como factor crítico de los procesos de*

*calidad.*” (Pág. 56) Universidad Rafael Landívar. Facultad Ciencias Económicas  
Empresariales.

## VIII. ANEXOS

### ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.

Actividades	2019												
	ABR		MAY					JUN				JUL	
	08	09-30	01-07	09-15	16-22	23-29	30-31	01-12	13	20	21-27	28	28
ELABORACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	X	X	X										
INICIO DE CLASE	X												
RECOJO DE DATOS				X									
PROCESAMIENTO DE DATOS					X								
ANÁLISIS DE DATOS						X							
ELABORACIÓN DE INFORME DE INVESTIGACIÓN							X	X					
ELABORACIÓN DE ARTÍCULO CEINTIFICO									X				
PREBANCA										X			
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES											X		
SUSTENTACIÓN												X	
TERMINO DE CLASE													X
TERMINO DE CLASE													X

Docente Tutor Investigador ESCOBEDO GALVEZ JOSE FERNANDO  
 Escuela Profesional ADMINISTRACIÓN  
 ULADECH Católica – TUMBES

**ANEXO 02: PRESUPUESTO FINANCIAMIENTO**

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>MATERIALES</b>	<b>01</b>	<b>Corrector</b>	<b>S/. 2.00</b>	<b>S/.2.00</b>
	<b>50</b>	<b>Hojas Bond</b>	<b>S/. 0.10</b>	<b>S/.5.00</b>
	<b>02</b>	<b>Lapicero</b>	<b>S/. 1.50</b>	<b>S/.3.00</b>
	<b>01</b>	<b>Resaltador</b>	<b>S/. 2.00</b>	<b>S/.2.00</b>
	<b>01</b>	<b>Engrapador</b>	<b>S/. 12.00</b>	<b>S/.12.00</b>
			<b>Grapas</b>	<b>S/. 3.00</b>
<b>SERVICIOS</b>	<b>10 Horas</b>	<b>Uso de Internet</b>	<b>S/.1.50</b>	<b>S/.15.00</b>
	<b>03</b>	<b>Refrigerios</b>	<b>S/.4.00</b>	<b>S/.12.00</b>
	<b>50</b>	<b>Fotocopias</b>	<b>S/.0.10</b>	<b>S/.5.00</b>
	<b>02</b>	<b>Impresión</b>	<b>S/.0.50</b>	<b>S/.1.00</b>
<b>TALLER CURRICULAR</b>	<b>01</b>	<b>Matricula y Anti plagió</b>	<b>S/.400</b>	<b>S/.400</b>
	<b>02</b>	<b>Pensión</b>	<b>S/.850</b>	<b>S/.1700</b>
<b>MOVILIDAD</b>		<b>Movilidad</b>	<b>S/.20</b>	<b>S/.20.00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 2180</b>

## **ANEXO 03: ENCUESTA**



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

La información obtenida en el presente cuestionario tiene como objetivo ser utilizada en la realización de la investigación sobre **CARACTERIZACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS DE ABARROTOS: “CASO TIENDA MI KARLITA” – EN EL DISTRITO DE TUMBES, AÑO 2019**, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.



CALIDAD DE SERVICIO ITEMS (PREGUNTA)	OPC.	
	SI	NO
¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?		
¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?		
¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?		
¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?		
¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?		
¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?		
¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?		
¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?		
¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?		
¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?		

**FUENTE:** Elaboración propia.

## ANEXO 04: CONSTANCIA DE VALIDAD Y CONFIABILIDAD



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado y validado por los DTT's de la Escuela Profesional de Administración Filial Tumbes: **Mgtr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez y Mgtr. Lic. Adm. Ghenkis Amilcar Ezcurra Zavaleta**, referente a la calidad de servicio para efecto de la aplicación de los Tesistas para sus investigaciones referente a su población a encuestar, se elaboró interrogantes las cuales mediante revisión correspondiente se recomienda al Tesista tomar en cuenta el instrumento validado con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Mayo del 2019.

  
/DM. M.C. José F. Escobedo Gálvez  
CLAD N° 09720  
Sello y Firma.

  
Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO

AUTORES: Mgtr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez y Mgtr. Lic. Adm. Ghenkis Amilcar Ezcurra Zavaleta

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>10E</b>	<b>Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.</b>								
1	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	/			/		/		/
2	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	/			/		/		/
3	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	/			/		/		/
4	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	/			/		/		/
5	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	/			/		/		/
<b>20E</b>	<b>Conocer las características específicas de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.</b>								
6	¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	/			/		/		/
7	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	/			/		/		/
8	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	/			/		/		/
9	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	/			/		/		/
10	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	/			/		/		/

  
 Mgtr. Lic. Adm. José F. Escobedo Gálvez  
 CLAD N° 09720



## ANEXO 05: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

<b>ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS</b>																
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>																
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN														
		¿Es pertinente con el concepto?			¿Necesita mejorar la redacción?			¿Es tendencioso asquiescente?			¿Se necesita más ítems para medir el concepto?					
		Expert o 1	Expert o 2	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	TOTAL			
		SI	NO		SI	NO		SI	NO		SI	NO	SI	NO	TOTAL	
<b>OE01</b>	<b>Identificar las características generales de la calidad de servicio de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.</b>															
<b>1</b>	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>2</b>	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>3</b>	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>4</b>	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>5</b>	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>OE02</b>	<b>Conocer las características específicas de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes, en el distrito Zorritos, 2019.</b>															
<b>6</b>	¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>7</b>	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>8</b>	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>9</b>	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>10</b>	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	1	1			1	1			1	1			1	1	8
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>10</b>			<b>10</b>	<b>10</b>			<b>10</b>	<b>10</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>80</b>
<b>Escala evaluativa</b>																
<b>Escala evaluativa EXCELENTE</b>		<b>4</b>														
<b>Escala evaluativa BUENO</b>		<b>3</b>														
<b>Escala evaluativa REGULAR</b>		<b>2</b>														
<b>Escala evaluativa DEFICIENTE</b>		<b>1</b>														
<b>Nivel</b>																
¿Es pertinente con el concepto?		4	Excelente			80/20 = 4		<b>Escala evaluativa 16/4 = 4</b>								
¿Necesita mejorar la redacción?		4	Excelente			80/20 = 4										
¿Es tendencioso asquiescente?		4	Excelente			80/20 = 4										
¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		4	Excelente			80/20 = 4										



RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS							
N°	ITEM'S		1-12	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	¿Considera que el personal busca cumplir con los objetivos de la empresa?	SI	51	51	68	75	100
		NO	17	17		25	
2	¿Considera que los servicios y/o productos que ofrece la empresa son diseñados de acuerdo a las necesidades del cliente?	SI	49	49	68	72	100
		NO	19	19		28	
3	¿Considera usted que los productos y/o servicios están a un alto nivel para el uso correspondiente?	SI	36	36	68	53	100
		NO	32	32		47	
4	¿Considera que el personal soluciona alguna controversia o problema que presentan los clientes?	SI	49	49	68	72	100
		NO	19	19		28	
5	¿Considera que la participación, trato y orientación del personal proporciona resultados positivos para la empresa?	SI	48	48	68	71	100
		NO	20	20		29	
9	¿Considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa?	SI	44	44	68	65	100
		NO	24	24		35	
10	¿Cree usted que el personal es activo y dinámico en la atención al cliente?	SI	49	49	68	72	100
		NO	19	19		28	
11	¿Considera que existe una disposición natural, no forzada, a atender a los clientes?	SI	53	53	68	78	100
		NO	15	15		22	
12	¿Considera que existe trabajo en equipo, participación e involucramiento por parte de todos los trabajadores de la empresa?	SI	49	49	68	72	100
		NO	19	19		28	
13	¿Considera usted que existe optimismo y capacidad de ver el lado bueno de las cosas por parte de la empresa y el personal?	SI	45	45	68	66	100
		NO	23	23		34	

## ANEXO 07: TURNITIN

### TURNITIN - AVA

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>11</b> %	<b>11</b> %	<b>0</b> %	<b>%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>pt.scribd.com</b> Fuente de Internet	<b>7</b> %
<b>2</b>	<b>elperuano.pe</b> Fuente de Internet	<b>4</b> %

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 4%
Excluir bibliografía	Activo		