



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPES EN EL SECTOR COMERCIO, RUBRO TIENDAS
DE ABARROTES EN LA CIUDAD DE TUMBES, AÑO
2017.**

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

AUTOR

SOLANO ROMERO, PAUL FEDERICO

ORCID: 0000-0002-8706-3308

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Solano Romero, Paul Federico

ORCID: 0000-0002-8706-3308

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 Y ASESOR

MG. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MG. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MG. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MG. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la ULADECH – Católica por formarnos como profesionales.

A las MyPes, por permitirme realizar mi investigación.

Al asesor Escobedo Gálvez, José F. por sus enseñanzas y su involucramiento en mi investigación.

DEDICATORIA

A mi eterno amor, mi esposa y a mis hijos
por apoyarme siempre.

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación determinar las características que produce una eficiente gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, año 2017. Con un problema de investigación: ¿Cuáles son las características que produce una eficiente gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, año 2017? Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 10 MyPes dedicada al comercio de Productos de Primeras Necesidades - Tumbes, 2020, y una muestra de 40 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos, se concluyó que existe un alto nivel de liderazgo por parte de los propietarios, lo cual influye positivamente en el desempeño de los trabajadores, siendo su principal motivación el carisma de cada uno de los propietarios y las ganas de desarrollarse personalmente y empresarialmente.

Palabras clave: Gestión de calidad, Competitividad y MyPes.

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the characteristics that an efficient quality management produces in the competitiveness of the MYPES of the commerce sector in the grocery store sector of the Tumbes District, year 2017. With a research problem: What are the characteristics that Produces an efficient quality management in the competitiveness of the MYPES of the commerce sector heading grocery store of the Tumbes District, year 2017? With a quantitative research methodology, descriptive level and non-experimental design, with a population of 10 MyPes dedicated to the trade of First Needs Products - Tumbes, 2020, and a sample of 40 workers, applying surveys as an instrument of data collection , it was concluded that there is a high level of leadership on the part of the owners, which positively influences the performance of the workers, with their main motivation being the charisma of each of the owners and the desire to develop personally and business.

Key words: Quality management, Competitiveness and MyPes.

ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.1.1. Antecedentes internacionales	4
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	6
2.1.3. Antecedentes locales.....	10
2.1. Bases teóricas y conceptuales	13
2.2.1 Gestión de calidad	13
2.2.1.1 Definición.....	13
2.2.1.2 Características:.....	13
2.2.1.3 Principios:.....	14
2.2.1.4 Teoría:.....	14
2.2.1.5 Dimensiones	15
2.2.1.5.1 Calidad de servicio.....	15
2.2.1.5.2 Servicio al cliente.....	15
2.2.2 Competitividad	16
2.2.3 MyPes	20

2.2.4	Propietario	21
III.	HIPÓTESIS	22
IV.	METODOLOGÍA.....	23
4.1.	Diseño de investigación	23
4.2.	Población y muestra.....	23
4.3.	Definición y operacionalización de variables	23
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
4.5.	Plan de análisis.....	25
4.6.	Matriz de consistencia	25
4.7.	Principios éticos	28
V.	RESULTADOS	29
5.1.	Resultados	29
5.2.	Análisis de resultados	36
5.2.1.	Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:.....	36
5.2.2.	Respecto a las características las MyPes:	36
5.2.3.	Respecto a las características de gestión de calidad:	36
5.2.4.	Respecto a las características de la competitividad:	37
VI.	CONCLUSIONES.....	38
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
	ANEXOS	44
	Anexo 1: Encuesta	44
	Anexo 2: Turnitin.	48

I. INTRODUCCIÓN

En México se realizó una investigación respecto a la competitividad sistemática en las tiendas de abarrotes, optando por hacer el uso de las tics siendo así que existen otras tiendas con mayor competitividad y por ofrecer distintos productos. (Plazola, De la O, & Gutierrez, 2018)

En México se realizó una investigación respecto al análisis de elección del consumidor entre tiendas de convivencia y abarrotes; encontrando que los clientes prefieren consumir en una tienda de abarrotes por los precios en diferencia y por las diferentes características que lo diferencia. (González Sánchez & Polanco Gaytán, 2015)

En México se realizó una investigación respecto a la calidad en el servicio y competitividad en tiendas de abarrotes, consideradas como sobresalientes afectados dentro de la distribución de los proveedores, mayoristas, y centros comerciales que ofrecen productos similares. (Hérmendez & Ulibarri, 2014)

En Colombia se realizó una investigación respecto a las tiendas de conveniencia que ha crecido un alto porcentaje, por acceder a la facilidad de tener los productos necesarios, la cercanía a sus hogares, cumplir sus necesidades, ya que se ubican en puntos estratégicos. (Bedoya & Jaramillo, 2013)

Cabe mencionar que en Tumbes se realizó un estudio sobre la competitividad y gestión de calidad de las tiendas de abarrote son considerados como el motor en el crecimiento económico pero la desventaja es que existen tiendas formales e informales. (Lingan, 2018)

Además, en Tingo María – Perú se realizó un estudio sobre las tiendas de abarrotes que venden al por menor, encontrando la demanda y variedad de

productos de abarrotes, caracterizados al venderlos por precios competitivos. (Pizarro, 2017)

En Piura – Perú se realizó un estudio de factores de competitividad en tiendas de abarrotes, este rubro tiene ventajas y desventajas ya que algunas utilizan la tecnología y logran tener buenos resultados y otras no; y permite cumplir estrategias de ventas.(Medina, 2016)

Así mismo en Tumbes - Perú, se realizó una investigación de gestión de calidad y competitividad del rubro tiendas de abarrotes y menciona que la mayoría de sus productos se consideran competitivos porque son productos ofrecidos de gran calidad, los cual hace que sus clientes sean fieles a su marca. (Avalos, 2018)

En Tumbes se realizó un estudio de gestión de calidad y competitividad de las distribuidoras de abarrotes, en estas MyPes se han identificado deficientes en el nivel empresarial, afectando su crecimiento económico existiendo políticas económicas estables, ellas se mantendrán estables en la competencia del mercado. (Chota, 2018)

En Tumbes se realizó un estudio de calidad de servicio de restaurante; el negocio que cumple estándares logra éxito así este poco tiempo en el mercado, brindado un buen servicio, buena atención, lo que aumenta consumidores logrando su satisfacción. (Delgado, 2015)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son las características que produce una eficiente gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, año 2017? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: Determinar las características que produce una eficiente gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro

tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, año 2017. Y objetivos específicos: Determinar como la característica de la gestión del personal como componente de la gestión de calidad les permite a las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes ser competitivos en el Distrito de Tumbes, año 2017. 2. Establecer como la característica del servicio de atención como componente de la gestión de calidad les permite a las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes ser competitivos en el Distrito de Tumbes, en el año 2017. Determinar como la característica de la gestión de calidad repercute en el capital humano de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, en el año 2017. 4. Establecer como la característica de la gestión de calidad repercute en la capacidad de liderazgo de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, en el año 2017. 5. Determinar como la característica de la gestión de calidad repercute en el conocimiento del mercado de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, en el año 2017.

El trabajo se ha de justificar en los fundamentos teóricos por lo que nos permite que ampliemos nuestro conocimiento en cuanto a gestión de calidad y competitividad; se justifica metodológicamente, por lo que proporciona instrumentos que recolectan información para posterior a ello la aplicada el método estadístico al momento de elaborar cada tabla y gráfico; a través de tipos descriptivos, niveles cuantitativos y diseños no experimentales. Se justifica socialmente lo que hará que se beneficie cada dueño de cada MyPe ya que, es desarrollado responsablemente hacia los ámbitos empresariales en búsqueda de poder obtener ingresos rentables. Mi investigación permitirá optar el título profesional de Licenciado en Administración.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

(Rivera, 2018) En su investigación “*Afectación de la competitividad de las tiendas de barrio en Usaquén debido a los formatos hard discount*”. El trabajo de investigación que a continuación se desarrolla tuvo como propósito encontrar si el canal de ventas de abarrotes al detal de bajo precio conocido por su expresión en inglés hard discount ha afectado el canal tradicional de tiendas de barrio en su competitividad y permanencia en el entorno de la localidad de Usaquén en Bogotá D.C. Para cumplir con este propósito se realizó una investigación de mercados de carácter exploratorio- descriptiva entre los consumidores y los tenderos de barrio pertenecientes al área señalada. Se propuso encontrar las principales amenazas que el canal de ventas tradicional está enfrentando por parte de los hard discounts con particular interés en la afectación que está causando en su poder de negociación y colaboración de proveedores de abarrotes compartidos. Se comparó las capacidades competitivas de los canales de distribución señalados en términos de la oferta de productos y servicios, el talento humano, la proximidad al mercado, el nivel de precios y las facilidades de pago. Finalmente, el trabajo construye las propuestas de valor que ambos canales ofrecen al mercado para concluir con una propuesta estratégica que le permita al tendero enfrentar el formato de ventas de abarrotes hard discount en pleno desarrollo.

(Cabezas, 2016) En su investigación “*Calidad en el servicio al cliente del comercial Mi Tienda y su gestión*”. La presente investigación objeto estudio para evaluar el análisis de la calidad del servicio se realizó un muestreo por

medio de encuestas aplicada a los clientes internos para medir destrezas de ventas y atención al cliente y los clientes externos para medir niveles de satisfacción. Los resultados en el análisis de ambos entornos denotaron que existe un personal que labora sin incentivos y sin conocimientos de ventas y los resultados en clientes externos confirmaron la insatisfacción de los mismos por los servicios recibido por comercial “Mi Tienda”. La Matriz de Fisher partiendo de sus dimensiones permitió ubicar a directivos en el cuadrante muy técnico y poco cálido y a los trabajadores quedó ubicado en el cuadrante muy cálido y poco técnico denotando poca calidad en los servicios que “Mi Tienda” brinda. Se implementó la matriz de atributos para evaluar la finalidad de identificar las causas de la deficiencia en la satisfacción de los clientes externos obteniendo como resultado los niveles de satisfacción de los mismos. Se diseñó una propuesta de plan estratégico con una estructura metodológica y dotada de métodos y herramientas que permita a directivos y personal del comercial ponerlo en práctica y evaluar los resultados.

(Pérez, 2016) En su investigación *“Estudio de factibilidad para la creación de una red de tiendas de conveniencias bajo la marca “despensa al paso” en la ciudad de Guayaquil y Samborondon”*. En el Ecuador y en el mundo entero las actividades cotidianas del individuo se han incrementado derivando a vivir una vida acelerada. La evolución del comercio promueve la sociedad privada y pública a desarrollar modelos empresariales que ayuden a satisfacer las necesidades del consumidor, a través de modelos eficientes de operación, que ofrecen productos y/o servicios de buena calidad, prestando un excelente servicio de atención al cliente, que, de tal manera, genere beneficios económicos rentables para los inversionistas y satisfacción al cliente al

consumidor. El presente trabajo de titulación plantea un estudio de factibilidad para la creación de una red de tiendas de conveniencias bajo la marca “Despensa al Paso” en la ciudad de Guayaquil y Samborondón, con la finalidad de ofrecer una atención de auto-servicio, es decir brindar un servicio de atención al cliente sin tener la necesidad de bajarse del vehículo, este nuevo servicio a ofrecer implica un compromiso de brindar una mejor atención al consumidor, ahorrando tiempos y brindando aquellos productos de mayor consumo, fácil manipulación y de mejor preferencias. Los resultados de la investigación presentan todos los aspectos relacionados para la puesta en marcha de la red de tiendas de conveniencias desde los aspectos técnicos de operación hasta el análisis de Estados Financieros proyectados. La cual determina resultados positivos que estimulan la ejecución del proyecto planteado, considerando todos los aspectos relacionados y determinando las recomendaciones correspondientes en relación al cambio de las variables macroeconómicas que afectarían las actividades económicas y operativas de las tiendas de conveniencias en un futuro.

2.1.2. Antecedentes nacionales

(Acosta, García, & Ñahuincopa, 2019) En su investigación *Análisis de las estrategias comerciales de bodegas, frente a la expansión de las tiendas de descuento en el 2018: Estudio de casos múltiple en el distrito de Los Olivos*. El presente estudio de casos múltiples busca describir y analizar las estrategias comerciales de las bodegas “Teresa” y “Cudeña” ubicadas en el distrito de Los Olivos, ante el contexto de expansión de las tiendas de descuento en el periodo del 2018. Para alcanzar el objetivo de la investigación se desarrollarán cinco capítulos. En el primer capítulo se presenta y delimita el tema a investigar. En

referencia a eso se definen las preguntas, objetivos e hipótesis que guiarán la investigación. Finalmente, se detalla la relevancia del tema investigado. En el segundo capítulo se elabora el marco teórico, el cual busca profundizar la teoría referente al mercado, tanto tradicional, como moderno y cómo están divididos. Además, hace referencia a los distintos modelos de negocio que existen en el mercado actual, en los que se mencionan a las bodegas y las tiendas de descuento. Por último, se cierra el capítulo explicando la gestión de estrategias y la definición de la teoría de juegos en la gestión empresarial. En el siguiente capítulo se describe la situación actual del mercado tradicional y moderno, desde una perspectiva macro centrándose en Latinoamérica, para continuar la descripción del mercado en el Perú. Posteriormente, se realiza la descripción de los sujetos de estudios y además se analizó el mercado actual del pollo y el huevo, que servirá de soporte al análisis. En el cuarto capítulo se realiza una descripción detallada de la metodología que se siguió para realizar la presente investigación. Iniciando con la selección muestral, el tipo de diseño metodológico, y el alcance del estudio. Luego se procede a explicar la secuencia metodológica y las herramientas de investigación usadas. En el último capítulo, con la información obtenida del trabajo de campo, se presenta de manera más detallada a los sujetos de estudio, a través un análisis interno y externo de ambas bodegas, para después, realizar la triangulación de variables y por último plasmarlas en el proceso de acción y reacción de las bodegas frente al surgimiento del formato de tiendas de descuento.

(Sauñe, 2018) En su investigación *“Financiamiento y competitividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes del mercado Nery García Zárate, 2018”*. Que tiene como el objetivo principal conocer las

características del financiamiento y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes del mercado Nery García Zárate, Distrito de Ayacucho. La metodología utilizada fue: tipo aplicada con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo con un diseño no experimental - transversal; para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 30 micro y pequeños empresarios del rubro venta de abarrotes del mercado Nery García Zárate, se diseñó un instrumento para el recojo de información, previamente fue validado por un experto realizando 06 preguntas con respecto a la variable financiamiento y 06 con respecto a la variable competitividad, lo que hace un total de 12 preguntas dicotómicas - cerradas, aplicando la encuesta y cuestionario como técnicas e instrumentos de recolección de datos. Obteniéndose los siguientes resultados, que el 83,3% de los micro y pequeños empresarios trabajan con préstamos financieros como: bancos, cooperativas, cajas de ahorro, además se concluyó al 93,3% de los micro y pequeños empresarios, el dinero que obtiene de las ventas, le es suficiente para que la empresa continúe en marcha.

(Sifuentes, 2014) En su investigación *“Estrategias de distribución y ventaja competitiva en comercializadoras mayoristas de abarrotes, ciudad de Huamachuco – año 2014”*. El presente trabajo de tesis se ha realizado en la ciudad de Huamachuco, Región La Libertad - Perú; ciudad en la cual se han identificado cuatro comercializadoras mayoristas de abarrotes que son: TRUDEX, AR DISTRIBUIDORA, ALMAPO y DISMAR. El objetivo general del estudio es “Determinar de qué manera las Estrategias de Distribución contribuye a mejorar las Ventajas Competitiva en las comercializadoras mayoristas de abarrotes de la ciudad de Huamachuco”. Después de revisar la

realidad problemática y formulado el problema de investigación, se ha seguido el método científico en todo el proceso. Para el recojo de datos se han aplicado entrevistas a los propietarios de las cuatro empresas antes señaladas; así como también se han aplicado encuestas a una muestra de conductores de bodegas, principales clientes minoristas. Sobre la base de los resultados comparativos entre ambas variables para cada comercializadora; es decir observando que algunas Estrategias de Distribución constituyen Ventajas Competitivas, y además habiéndose determinado la posición de cada comercializadora en el mercado: TRUDEX como líder, A.R. DISTRIBUIDORA como retadora, y con mucha diferencia se ubican ALMAPO y DISMAR como seguidoras en tercer y cuarto lugar respectivamente. Por tanto se puede decir que los objetivos de la investigación se han logrado satisfactoriamente y la veracidad de la hipótesis ha sido confirmada, es decir: “Las estrategias de distribución contribuyen a mejorar la ventaja competitiva, alcanzando diferentes posiciones en el mercado, por parte de las comercializadoras mayoristas de abarrotes de la ciudad de Huamachuco – año 2014”. Finalmente se han propuesto conclusiones pertinentes. Una de las principales conclusiones ha permitido identificar las estrategias diferenciales de las comercializadoras: TRUDEX y DISMAR se diferencian por el “cuidado en la higiene, nivel de conservación y fechas de vencimiento”; A.R. DISTRIBUIDORA, por la “prontitud de entrega de pedidos”; y ALMAPO, por abrir “nuevos canales para hacer pedidos”. Otra conclusión señala por cada comercializadora sus debilidades o críticas por parte de sus clientes; observándose que todas tienen una debilidad común, la “deficiente atención de reclamos”.

2.1.3. Antecedentes locales

(Vinces, 2020) En su investigación “*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.

(Ligan, 2018) En su investigación “*Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de la mypes del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2018*” Teniendo el siguiente Problema: ¿Cuáles son las características de la caracterización de la Competitividad y Gestión de

Calidad de las MYPES, del sector comercio Rubro ventas de abarrotes Distrito de Tumbes, 2018?, siendo elementos centrales de muchas investigaciones, El estudio de investigación es de tipo descriptivo, nivel de investigación no experimental y el diseño de investigación es cualitativo, teniendo en cuenta la muestra de 20 De tiendas de abarrotes en el distrito de Tumbes, a quienes en el transcurso de la investigación se les aplicara un cuestionario estructurado directamente sobre el tema de investigación a través de la técnica de la encuesta. 6 Según el objetivo específico 01 se determinaron los productos competitivos de las MyPes del sector comercio ; en donde los encuestados manifestaron que la publicidad trae como una herramienta poderosa por que les permite facilitar muchos beneficios en hacer compras por página web , sin necesario de ir a comprar en la tiendas de abarrotes Según el objetivo específico 02 se concluye que las estrategias competitivas Para que una estrategia sea exitosa, ésta debe ser coherente con los valores y las metas, con los recursos y capacidades de la misma, con su entorno, con su estructura y sistemas organizativos bancarias y no bancarias se ajustan a las necesidades de los microempresarios. Según el objetivo específico 03 según características de la gestión de calidad de las MyPes del sector comercio de las tiendas de abarrotes; en donde los encuestados manifestaron que siempre es necesario que las ventas de abarrotes a nivel de infraestructura y orden deben estar bien estructurados, se debe demostrar amabilidad con todos y cada uno de los clientes, y bajo cualquier circunstancia, que siempre se debe saludar, y mostrar una sonrisa sincera, ser cortés y atento y servicial 7 Según el objetivo específico 04 según las características del atención al cliente calidad que utilizan las tiendas de abarrotes atender es preocuparse por el cliente, intuir lo que pueda requerir y

lo que le pueda hacer sentir bien, la atención es lo que el cliente espera, además el producto o servicio básico.

(Chota, 2018) En su investigación, “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las Mypes en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2017*”. Cuyo problema general es ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y competitividad en las MyPes el sector comercio rubro distribuidoras en el distrito de Tumbes, 2017?, tiene como objetivo general Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPes el sector comercio rubro distribuidoras en el distrito de Tumbes, 2017. El tipo de investigación Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño no experimental; para este trabajo se usó una población de 8 MYPES, aplicando el cuestionario usando la encuesta como técnica a 68 clientes para la variable gestión de calidad y competitividad; la información fue analizada mediante datos estadísticos y su descripción para identificar y determinar las características que presentan las distribuidoras de abarrotes en el distrito de Tumbes, 2017. Concluyendo que los principales elementos de la gestión de calidad en donde se refleja que el elemento precio siempre es la pieza vital para asegurar la compra, cabe indicar que el elemento impacto social busca interrelacionar al cliente y trabajadores, es por ello que se manifestó además que siempre el negocio cumple con satisfacer las exigencias de los clientes, puesto que siempre se ofrece un servicio de calidad, sintiéndose satisfechos de los productos ofrecidos por las distribuidoras.

2.1. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1 Gestión de calidad

2.2.1.1 Definición

Sistema que facilita a lograr optimación de procesos en las empresas, a través de una mejora continua, donde estas dan la garantía de los que ofrecen y así cumplan los requisitos primordiales y que no sean defectuosos, aplicando el sistema SGC. (ESAN, 2018)

La gestión de calidad es el que se presenta en general a través de un producto o servicio; la empresa lo demuestra como una especificación por eso siempre buscan los clientes. (Excellent, 2017)

La calidad siempre se presentará como imagen de un producto o servicio, por medio de una verificación al brindárselo al cliente; hay diferentes formas la cual implicará en las necesidades del consumidor y así éste puede lograr sus expectativas. (Lizarzaburu, 2016)

2.2.1.2 Características:

El sistema de gestión de calidad tiene distintas características se menciona las siguientes: Gestión y control de procesos, estos es necesario que la empresa los desarrolle y sean interactuados con otros procesos, también logrando garantizar el cumplimiento de requisitos que buscan los clientes; y fijándose en objetivos para garantizar buena prestación de servicio; que permita ayudar a crecer la Relación y control de proveedores; también siguiendo la estructura de una Mejora continua, haciendo los siguiente: planificar, hacer, verificar y actuar. (Consultoría, 2016).

2.2.1.3 Principios:

La gestión de calidad se manifestó interiormente en una empresa durante el siglo XXI teniendo el vínculo de que pueda lograr un crecimiento, así tener la consolidación y desarrollo para tener éxito. Cuando nos referimos a los principios es afirmar que la organización lo está haciendo por los altos mandos y transmite su gestión de calidad; uno de ellos es Enfocarse en el cliente, los negocios y todas las organizaciones van a depender de sus clientes, su comprensión en sus necesidades hacia ellos deberá ser actual o futuro; segundo la Participación de personal, el colaborador es la esencia básica en el negocio utilizando sus habilidad y el compromiso en beneficio de la empresa, por lo tanto los altos directivos también deben estar pendientes de la motivación que se le da al colaborador, considerando también la Mejora continua; este permite ver el desempeño que está dando la organización esto se consigue por ciclos: Planificar, Verificar, Hacer y Actuar; para así mejorar. La organización utilizando todo los principios principales a base de la gestión de calidad lograra beneficios directos por actuaron de una manera correcta y lo importante que contribuyó con la gestión riesgos.(ISO - 9001, 2015).

2.2.1.4 Teoría:

Teóricamente la calidad tiene el derecho en cumplir con requisitos principales (indicar el estado del producto); esto ayuda a mejorar condiciones de los productos, logrando el trabajo en equipo de toda la organización. La teoría presenta dos tipos la Aplicación de calidad y el Renacimiento productivo y también para continuar el uso de manera teórica

hay algunos elementos: Calidad de conformidad, Calidad de diseño, Servicio de posventa y Disponibilidad. (Chacón & Rugel, 2018)

2.2.1.5 Dimensiones

2.2.1.5.1 Calidad de servicio

Se refiere a como es presentado el servicio ofrecido a sus clientes, cumplen con rolde funciones para cumplir la satisfacción del cliente; existiendo la relación entre el cliente y colaborador cuando hay el contacto en la atención y funciona de muy acuerdo y mostrando calidad de servicio por medio de la atención, la cual el consumo del cliente favorecerá el crecimiento económico del negocio.(Izquierdo, 2019)

Lo fundamental para el progreso y desarrollo de las actividades de la empresa es la calidad de servicio; por el equipo conformado ya sean los trabajadores y socios que logran brindar calidad de servicio en el negocio, lo que ayudara también es la capacitación y evaluación para verificar la productividad de los colaboradores.(Cardenas, 2016)

Se determina a la calidad de servicio aquel aspecto positivo que realiza actividades con el fin de tener un mejor servicio a brindar al público o cliente logrando satisfacción. Si los trabajadores reciben una buena capacitación, ellos tendrán la capacidad de mejorar sus funciones y podrán brindarlo con calidad. (Onton, Mendoza, & Ponce, 2010)

2.2.1.5.2 Servicio al cliente

Se considera como pilar importante para la empresa, el servicio al cliente se centra directamente en conseguir la satisfacción del público y clientes logrará posicionamiento y rentabilidad; el servicio al cliente tiene la capacidad de poder hacer que sus clientes se sientan a gusto cuando se relaciona e interactúa

con el negocio o el producto de calidad, considerado como principal alternativa de compra. (Corrales, 2019)

El servicio al cliente es la estrategia que todo negocio o empresa debería de seguir para así alcanzar satisfacción de los consumidores, por otro lado esto se debe aplicar a diario con respecto a la atención al cliente, jugando así un papel importante todos los colaboradores. (ICEMD, 2019)

Es el servicio que un negocio puede brindar a sus clientes al momento que ellos llegan al lugar y hacen consultas, reclamos, pedidos, vender; existen factores que van intervenir en el servicio al cliente: Amabilidad, como el colaborador trata al cliente ya sea de manera servicial, amable o cortés; Seguridad, en dar referencias de los productos que hay en el negocio; Ambiente agradable, brindar un buen ambiente también es lograr satisfacción en el cliente por estará a gusto con la imagen que tiene el negocio, amplio, limpio, adecuada para ellos. (Kamiya, 2015)

2.2.2 Competitividad

2.2.2.1 Definición

Para que la organización logre éxitos la clave principal es la competitividad con el posicionamiento en el mercado, todo negocio puede conseguir éxito que desea de acuerdo al rubro que se dedique; a inicios de cualquier organización no es fácil que ella logre éxito y competitividad, la opción esta en optar mecanismos que logre éxito a la organización. (Gómez, 2018)

Actualmente la competitividad es un elemento e interés mostrándose dinámicamente en el sector u organización, la competitividad es más que una

herramienta permitiendo aventajar condiciones de la empresa que está en competencia en el mercado. (Rodríguez & Pérez, 2016)

Se caracteriza como la capacidad que tiene la empresa al brindar bienes y servicios en un tiempo y lugar determinado, logrando satisfacción en sus clientes, sea con la buena atención que los colaboradores prestan y se hace diferencia al competidor. Las empresas y los colaboradores están ligados por ambos lograr metas y factores, uno de ellos es el factor económico. (Franco, Restrepo, & Sánchez, 2014)

2.2.2.2. Características

Cuando una empresa tiene una ventaja en la competencia es porque posee una característica que la diferencia entre sus competidores, ayuda en su capacidad de poder lograr rendimientos superior a ellos; una de sus características de la competitividad es enfocarse en sus procesos que se pueden relacionarse en La eficiencia se refiere a la capacidad de cómo hacer crecer su productividad y llevar un control de los costos, también encontramos la calidad, aquella donde se muestra la estética del producto, confiabilidad y durabilidad; y las otras dos características que hay para lograr la competitividad está la innovación y la sostenibilidad, que va en relación con los clientes. (Gonzales, 2015)

2.2.2.3. Principios

Para que la empresa tenga la capacidad de ser competitiva, tiene que incrementar, consolidar y mantener en el mercado; resaltamos algunos principios que son complementos que ayudan a interactuar continuamente en ellos, cuando se aplican los principios es necesario realizar modificaciones, todo opera y se relaciona por medio de sistemas. Como principio de la

competitividad tenemos Equipo directo, se encarga de tomar el control de la empresa interiormente; Posición competitiva, se encarga de evaluar las ventajas y desventajas; luego también esta; Posición competitiva, Políticas y procedimiento, etc. (Álvarez, 2020)

2.2.2.4. Teoría

Teóricamente se considera como punto de vista en el conocimiento y a la referencia de diferentes elementos, esto ayuda a la organización alcanzar niveles de competitividad mediante la inteligencia organizacional, la cual permite a la empresa enmarcar a sus colaboradores por medio de su participación e integración. Hay puntos que ayudan a la competitividad en teoría a medir su calidad, ventaja, etc. (Lombana & Rozas, 2009)

2.2.2.5. Dimensiones

2.2.2.5.1 Recursos humanos

Es el departamento que se ubica dentro de las organizaciones y el que realiza el reclutamiento, selección, contrato, etc. En pocas palabras es el encargado de trabajar y relacionarse con las personas que pertenecen a la organización, esta área o departamento siempre será indispensable en las empresas porque de ellos será buscar y tener a los posibles mejores trabajadores. (Ruben, 2018)

Recursos Humanos tiene la abreviatura de RR.HH; considerado como gestión o administración de aquel capital humano de una empresa con el objetivo de crecer en su productividad, y así ellos puedan dar todo de las cualidades que tienen como colaborador, esta área también ayuda a formar un buen clima laboral, que todos trabajen eficientemente y logren alcanzar metas que se proponen en la organización. (I. García, 2017)

Es el área que presenta un determinado conjunto de prácticas y políticas que ayudan a llevar la dirección de aspectos administrativos, dedicada a llevar la integración, formación, evaluación de una cantidad de colaboradores que pertenecen o van a pertenecer a una empresa, logrando a tomar la decisión de manera eficiente y así lograr un buen desarrollo en la organización. (J. García, 2015)

2.2.2.5.2 Liderazgo

Es la clave para que la empresa funcione, no es nada fácil que pueda conseguir a esas personas o equipo que puedan desarrollar su liderazgo. En definición el liderazgo es aquel conjunto de habilidades que se utilizan para influir en el actuar de la persona, es evidente el liderazgo en diferentes ámbitos de la vida. (Emprendedores, 2019)

El liderazgo es la capacidad que una persona pueda tener, por medio de motivar, influenciar, organizar, y realizar actitudes que logren objetivos a través de personas y hacer que hagan transformación en ellas y en la organización. (EEE, 2015)

Liderazgo definido como un comportamiento dinámico, conjuntos de cualidades que un líder debería de tener, así mismo considerado como un proceso sea compartido e interactivo, implicando establecer, estrategias, dirección y así alcanzar la meta de la organización y de el mismo. (Zuzama, 2015)

2.2.2.5.3 Posición en el mercado

Existe confusiones entre posición y posicionamiento; por lo tanto, la posición en el mercado es cuando se realiza la comparación entre otros, la cual ayuda a

tomar decisiones en los que se está o no logrando en el mercado. (Fuentes, 2016)

Es el espacio que ocupa un producto en el mercado compitiendo en su categoría, cuando un producto o servicio lograr un principal lugar en posición en el mercado es aquel que se logró ofrecer o vender más. (Larripa, 2015)

Una empresa necesita saber cuál es su posición en el mercado, conocer cuál es la posición de donde se encuentra es fundamental, garantizando la supervivencia de ella, y para poder recolectar esta información es directamente teniendo la respuesta de los clientes, ya que ellos perciben de manera en general, todos los detalles del producto, las ofertas. (Herrero, 2012)

2.2.3 MyPes

Es una ley creado por uno de los poderes del Estado con el fin de que se establezca impulsar las competencias y se promoció el aspecto desarrollante de las micro y pequeñas empresas, de igual manera lograr poder formalizarlas, siendo así que en cada aspecto se cuenta con varios beneficios laborales y tributarios con el fin de contribuir en el crecimiento y exponer novedosas formas de oportunidades de trabajo, brindando aportes al PBI del país, la ley 28015 dentro de su articulado el 2° en la define a cada MyPe como una unidad económica constituidas por personas naturales o jurídicas. La ley que se encuentra en vigor se encuentra bajo D. Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se ha aprobado el TUO norma que ha impulsado a desarrollar la producción y el desarrollo de la empresa. Cada micro, pequeña y mediana empresa se considera que ha de estar en cada gestión empresarial: La Microempresa cuenta con venta anuales de 150 UIT (S/592,500); la pequeña empresa constata con ventas al año superiores a 150 UIT (S/ 592,500) y hasta

un máximo de 1700 UIT (S/6715,00); y la mediana empresa contiene ventas anuales mayores a 1700 UIT (S/6715,000), y aspectos máximos de 2300 UIT (S/ 9'085,000).La ley 30056 deroga la cantidad máxima de un trabajador como algún factor que califica a la MyPe. (Congreso de la República del Peru, 2013)

2.2.4 Propietario

El termino propietario se define como la evolución histórica, es aquella persona que ejerce un rol importante en el ámbito jurídico tiene como acción tener dominio de una propiedad es decir de un activo, tiene como posesión un inmueble, el cual es libre de usarlo a su conveniencia ya sea para uso de personal o laboral, posee muebles, inmuebles, empresas, etc. (J. Sanchez, 2018)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de gestión de calidad y competitividad. (Hernández et al., 2017)

4.2. Población y muestra

La población es finita y estuvo constituida por trabajadores de las tiendas de abarrotes de Tumbes. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de trabajadores. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

Tabla 1. Población

Detalle	REGIMEN	# Empresas	# Trabajadores
Tiendas de Abarrotes	MYPE	10	40

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Escala de medición
Gestión de calidad	Es el resultado de comparar lo que el cliente, trabajador espera de un servicio con lo que recibe. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)	Se describirá la variable gestión de calidad de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	<p>Atención al cliente</p> <hr/> <p>Características de calidad</p>
Competitividad	Elemento que permite que las organizaciones generen planes estratégicos para lograr un alto nivel de competencia en el mercado buscando la estabilidad económica. (Castillo, 2017)	Se describirá la variable competitividad de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	<p>Capital humano</p> <hr/> <p>Liderazgo</p>

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2018. Para ello, se solicitó la autorización de los dueños de las MyPes, para la aplicación de las encuestas a los trabajadores; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el propietario manifestó.

4.5. Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes covariables de *características de los trabajadores* como edad, sexo (femenino/masculino), grado de instrucción (Educación básica/Técnico/Universitaria/Posgrado); además las *características de las MyPes* como el número de p por MyPe, los regímenes tributarios (Nuevo Régimen Único Simplificado/Régimen MyPe/Régimen Especial/Régimen General); y *características de la gestión de calidad y competitividad*.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 3. Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
<p>¿Cuáles son las características que produce una eficiente gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, año 2017?</p>	<p>Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características que produce una eficiente gestión de calidad en la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, año 2017.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar como la característica de la gestión del personal como componente de la gestión de calidad les permite a las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes ser competitivos en el Distrito de Tumbes, año 2017. Establecer como la característica del servicio de atención como componente de la gestión de calidad les permite a las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes ser competitivos en</p>	<p>V1: Gestión de calidad. V2: Competitividad</p>	<p>Tipo: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No Experimental.</p>	<p>Likert</p>

el Distrito de Tumbes, en el año 2017. Determinar como la característica de la gestión de calidad repercute en el capital humano de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, en el año 2017. 4. Establecer como la característica de la gestión de calidad repercute en la capacidad de liderazgo de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, en el año 2017. 5. Determinar como la característica de la gestión de calidad repercute en el conocimiento del mercado de las MYPES del sector comercio rubro tienda de abarrotes del Distrito de Tumbes, en el año 2017.

4.7. Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 4. Características demográficas.

Características	n (%)
Edad	29.6 ± 12.41
Sexo	
Femenino	30 (75.0)
Masculino	10 (25.0)
Estado civil	
Soltero	15 (50.0)
Casado	15 (50.0)
Viudo	0 (0.0)
Divorciado	0 (0.0)
Grado de instrucción	
Educación básica	30 (75.0)
Técnico	10 (25.0)
Superior	0 (0.0)
Posgrado	0 (0.0)

* Media ± desviación estándar

Tabla 5. Características de la MyPes.

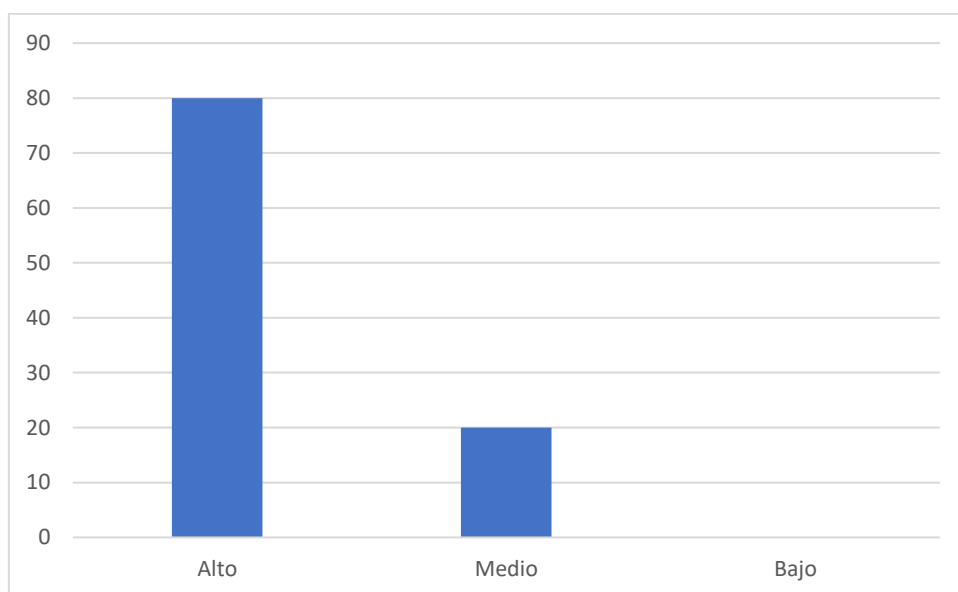
Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPes	40 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	30
Modalidad	
Bodega	0 (0.0)
Minimarket	0 (0.0)
Kiosko	0 (0.0)
Tienda de abarrotes	40 (100.0)

Tabla 6. Nivel de atención al cliente.

Nivel	Total	Porcentaje
Alto	32	80
Medio	8	20
Bajo	0	0
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las tiendas de abarrotes, 2018.

Figura 1.



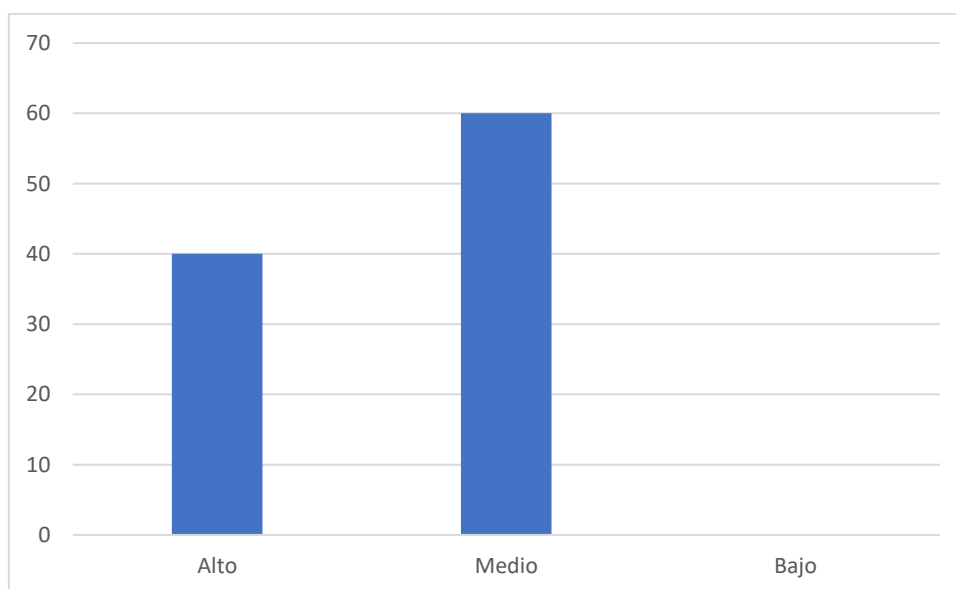
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Nivel de calidad de servicio.

Nivel	Total	Porcentaje
Alto	16	40
Medio	24	60
Bajo	0	0
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las tiendas de abarrotes, 2018.

Figura 2.



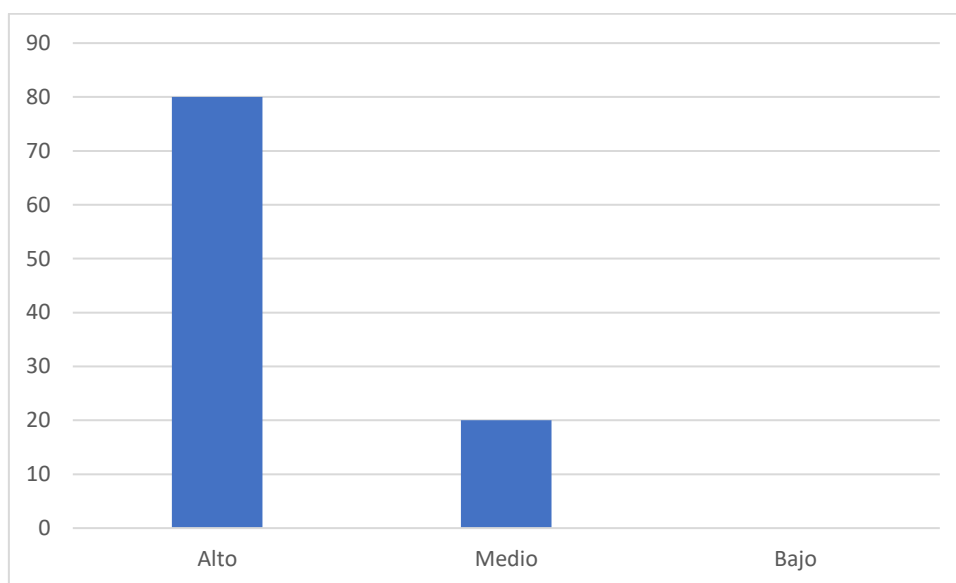
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Nivel de capital humano.

Nivel	Total	Porcentaje
Alto	32	80
Medio	8	20
Bajo	0	0
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las tiendas de abarrotes, 2018.

Figura 3.



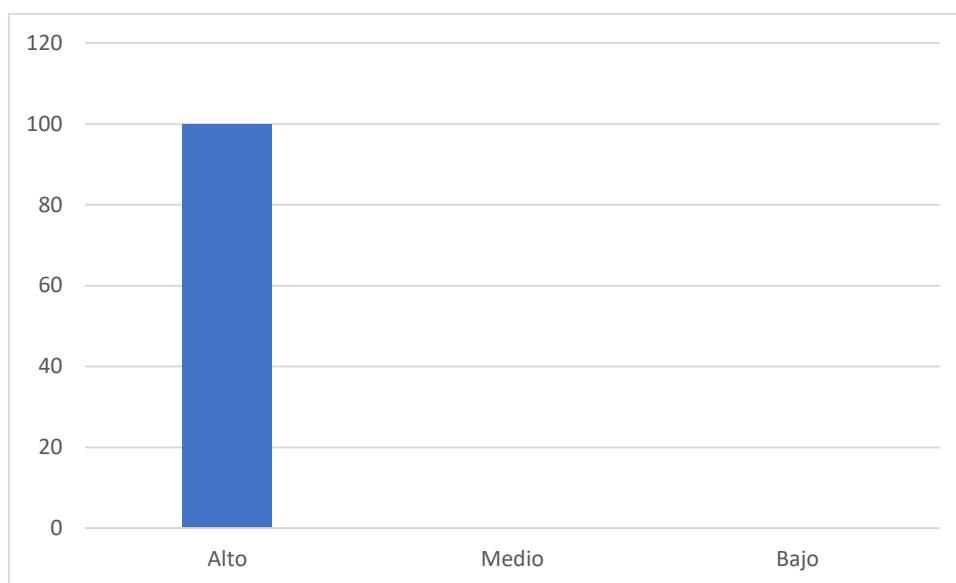
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. Nivel de liderazgo

Nivel	Total	Porcentaje
Alto	40	100
Medio	00	0
Bajo	0	0
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las tiendas de abarrotes, 2018.

Figura 4.



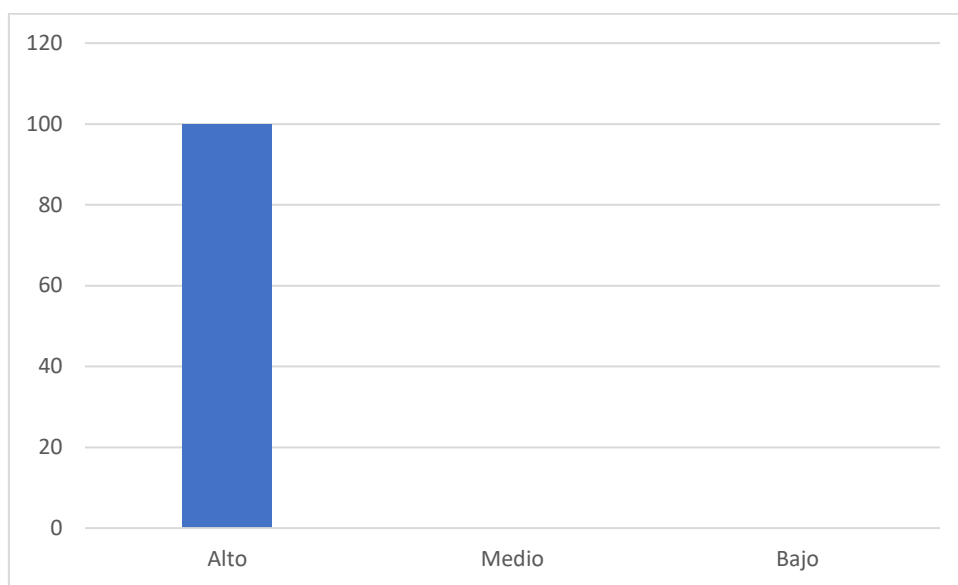
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. Nivel de gestión de calidad.

Nivel	Total	Porcentaje
Alto	40	100
Medio	0	0
Bajo	0	0
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las tiendas de abarrotes, 2018.

Figura 5.



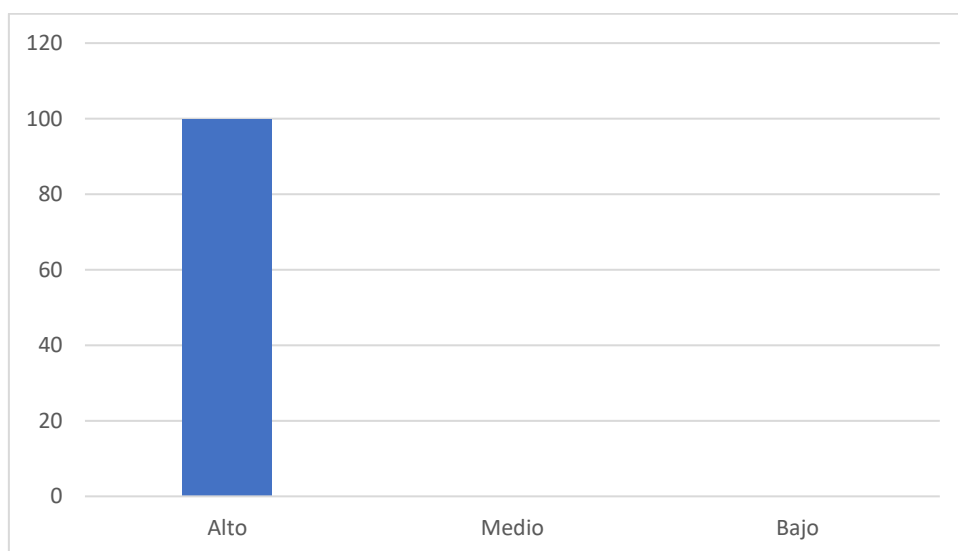
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Nivel de competitividad.

Nivel	Total	Porcentaje
Alto	40	100
Medio	0	0
Bajo	0	0
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las tiendas de abarrotes, 2018.

Figura 6.



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:

Cada encuestado es decir el trabajador de las tiendas de venta productos de abarrotes de Tumbes, en los mayores porcentajes son de sexo femenino 75% (30), de estado civil solteros 50% (15), y con un estudio básico que se realizó en un instituto educativas.

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:

Las tiendas de venta productos de abarrotes de Tumbes están bajos regímenes MyPes, su organización empresarial se encuentra vigente desde su constitución en un aproximado de 30 años de aproximado según información que se recopila del trabajador.

5.2.3. Respecto a las características de gestión de calidad:

Los trabajadores de las tiendas de abarrotes manifestaron que un 80% (32) de ellos considera que existe un alto nivel de atención al cliente; además, el 60% (24) trabajadores manifiesta que las calidad de servicio en la tienda de abarrotes se enfoca en las necesidades de atención que muestra los clientes al momento de ingresar, identificando la disponibilidad de los trabajadores; el 100% (50) trabajadores está completamente seguro que existe un alto nivel de gestión de calidad respecto a la calidad de atención, debido a la gran recurrencia de los clientes por ser estas empresas vendedoras de productos de primera necesidad, corroborando con (Sifuentes, 2014) quien señala por cada comercializadora sus debilidades o críticas por parte de sus clientes; observándose que todas tienen una debilidad común, la “deficiente atención de reclamos; y, discrepa con (Vinces, 2020) quien consideró 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.

5.2.4. Respecto a las características de la competitividad:

Los trabajadores manifestaron que el 80% (32) de ellos considera que existe un nivel alto respecto al capital humano que cada uno de los trabajadores es una pieza fundamental de la empresa, debido que cada uno de ellos cumple un rol específico y permite que se realice la atención de manera eficiente, el 100% (40) trabajadores considera que existe capacidad de liderazgo por parte del propietario quien vela por las necesidades de los trabajadores; corroborando con (Ligan, 2018) concluye que la calidad que utilizan las tiendas de abarrotes atender es preocuparse por el cliente, intuir lo que pueda requerir y lo que le pueda hacer sentir bien, la atención es lo que el cliente espera, además el producto o servicio básico; y, además corrobora con (Vinces, 2020) concluye que 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.

VI. CONCLUSIONES

1. Concerniente al objetivo concreto 01:

Los trabajadores de las tiendas de venta de productos de abarrotes realizan sus actividades de venta aplicando gestión de calidad en relación a la calidad de atención al cliente de forma eficiente ofreciendo distintas opciones para la compra de los clientes.

2. Concerniente al objetivo concreto 02:

Las características de la gestión de calidad están en función a factores interpersonales de interacción cliente trabajador, lo cual permite una atención personalizada creando un ambiente favorable.

3. Concerniente al objetivo concreto 03:

Las empresas denominadas tiendas de abarrotes disponen de capital de trabajo idónea para cada una de las funciones que se deben desempeñar, cada uno de ellos ejecuta sus actividades eficientemente.

4. Concerniente al objetivo concreto 04:

Existe un alto nivel de liderazgo por parte de los propietarios, lo cual influye positivamente en el desempeño de los trabajadores, siendo su principal motivación el carisma de cada uno de los propietarios y las ganas de desarrollarse personalmente y empresarialmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, L., García, M., & Ñahuincopa, E. (2019). *Análisis de las estrategias comerciales de bodegas, frente a la expansión de las tiendas de descuento en el 2018: Estudio de casos múltiple en el distrito de Los Olivos.*
- Álvarez, M. (2020). Competidores Sustitutos |Principios de la competitividad.
- Avalos, E. (2018). *Características de la competitividad y Gestion de calidad de las Mypes del sector comercio rubro ferreterias en el centro de Tumbes, 2018.* Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Bedoya, C., & Jaramillo, A. (2013). Las tiendas de conveniencia, una nueva opción para los consumidores en la ciudad de Medellín. Descripción del formato de conveniencia y los factores que lo representan en el contexto de la ciudad de Medellín. *Publicidad: Revista Latinoamericana de Publicidad*, 2(1), 106–123.
- Cabezas, A. (2016). *Calidad en el servicio al cliente del comercial Mi Tienda y su gestión.* Retrieved from <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-cliente-del-comercial-mi-tienda-y-su-gestion/>
- Cardenas, A. (2016). *Diseño de un plan de mejora de calidad en el servicio para el restaurante Bambao ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito.* Quito: Universidad de las Américas, 2016.
- Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Artículo de Revisión. Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad. *Revista Espacios*, 39(0798 1015), 50.
- Chota, R. (2018). “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las mypes en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2017.*”
- Consultoría, I. y. (2016). Características del Sistema de Gestión de Calidad. Retrieved May 5, 2020, from Ingeniería y Consultoría IC website: <https://www.ingenieriayconsultoriaic.es/consultoria/características-del-sistema-de-gestión-de-calidad/>
- Corrales, J. (2019). Servicio al cliente: ¿por qué es un pilar de las empresas exitosas? Retrieved May 8, 2020, from Rock content.com website: <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>

- Delgado, S. (2015). *“Evaluación de la calidad del servicio del restaurante” Señor Lengua de la Ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014”*.
- EEE. (2015). Qué es el liderazgo. Aspectos más relevantes. Retrieved May 7, 2020, from Escuela Europea de Excelencia website: <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2015/08/que-es-el-liderazgo-aspectos-relevantes/>
- Emprendedores. (2019). Qué es el Liderazgo: Importancia, estilos, mitos y habilidades de un líder. Retrieved May 7, 2020, from Economía Tic website: <https://economytic.com/liderazgo/>
- ESAN, C. (2018). ¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa? Retrieved May 5, 2020, from Apuntes empresariales / Gestión de proyectos website: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>
- Excellent, I. T. (2017). ¿Qué es la gestión de calidad total? Retrieved May 5, 2020, from Blog Calidad y servicio website: <https://www.isotools.org/2017/04/24/la-gestion-calidad-total/>
- Franco, J., Restrepo, C., & Sánchez, J. (2014). La gestión del mercadeo: un aporte a la competitividad de las pequeñas empresas del sector servicios en Medellín. *Pensamiento & Gestión*, 37(1657–6276), 150–174. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64632634008>
- Fuentes, A. (2016). Diferencia entre Posición y Posicionamiento. Retrieved May 7, 2020, from Soy marketing website: <https://soy.marketing/diferencia-posicion-y-posicionamiento/>
- García, I. (2017). ¿Qué son los Recursos Humanos? Retrieved May 7, 2020, from Economía simple.net website: <https://www.economiasimple.net/glosario/recursos-humanos>
- García, J. (2015). RECURSOS HUMANOS. Retrieved May 7, 2020, from Gestión del Talento Humano website: <https://jgestiondeltalentohumano.wordpress.com/2015/01/04/segun-los-autores-existen-distintos-conceptos-sobre-la-administracion-de-recursos-humanos/>

- Gómez, C. (2018). Claves para ganar competitividad en el transporte de mercancías | Sertrans. Retrieved May 6, 2020, from SERTRANS - Servicios de transporte website: <https://www.sertrans.es/transporte-internacional/claves-para-ganar-competitividad-en-el-transporte-de-mercancias/>
- Gonzales, H. (2015). “Características de las empresas competitivas.” Retrieved May 6, 2020, from Prezi website: <https://prezi.com/ru4majxsrcj/caracteristicas-de-las-empresas-competitivas/>
- González Sánchez, R., & Polanco Gaytán, M. (2015). Análisis de la elección del consumidor entre tiendas de conveniencia y tiendas de abarrotes en Colima: Uso del modelo de regresión multinomial logit. *Paradigma Económico*, 7(2), 27–46.
- Hernández, F., & Ulibarri, H. (2014). Calidad en el servicio y competitividad en tiendas de abarrotes. *Inventio La Génesis de La Cultura Universitaria En Morelos*, 10(22), 4–10.
- Herrero, P. (2012). La posición de tu empresa con respecto a la competencia | Sage Advice España. Retrieved May 7, 2020, from Sage Advice website: <https://www.sage.com/es-es/blog/la-posicion-de-tu-empresa-con-respecto-a-la-competencia/>
- ICEMD. (2019). Atención al Cliente y Servicio al Cliente, ¿Son lo mismo? - ICEMD. Retrieved May 8, 2020, from ICEMD - Customer Experience website: <https://www.icemd.com/digital-knowledge/articulos/atencion-y-servicio-al-cliente-diferencias/>
- ISO - 9001, 2015. (2015). Principios de Gestión de la Calidad ¿Cuáles son y qué indican? Retrieved May 5, 2020, from Nueva Iso 9001-2015 website: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Izquierdo, C. (2019). La Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente de la empresa Burgos's Restaurant en la ciudad de Puerto Maldonado - 2018 (Universidad Andina del Cusco; Vol. 70). <https://doi.org/10.36888/udual.universidades.2019.80.19>
- Kamiya, A. (2015). Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia. Retrieved May 8, 2020, from CreceNegocios website: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

- Larripa, S. (2015). "Posicionamiento" y "posición de mercado." Retrieved May 7, 2020, from Cuaderno de Marketing website: <https://cuadernodemarketing.com/no-confundas-posicionamiento-y-posicion-de-mercado/>
- Ligan, J. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de la mypes del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2018.*
- Lingan, J. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de la mypes del sector comercio, rubro venta de abarrotes en el Distrito de Tumbes, 2018.*
- Lizarzaburu, E. (2016). La gestión de calidad en el Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*, 18, 33–54. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187244133006>
- Lombana, J., & Rozas, S. (2009). Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento & Gestión*, 26(1657–6276), 1–38.
- Medina, E. (2016). *factores de la competitividad y el Merchandising en las mype comerciales rubro - abarrotes en el distrito de la Brea - Talara, período 2016.*
- Onton, I., Mendoza, C., & Ponce, M. (2010). *Estudio de Calidad de servicio en el Aeropuerto de Lima: Expectativas y Percepción del pasajero turista* (Vol. 9). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Pérez, C. (2016). "Estudio de factibilidad para la creación de una red de tiendas de conveniencias bajo la marca 'despensa al paso' en la ciudad de Guayaquil y Samborondon."
- Pizarro, A. (2017). *Caracterización de la capacitación y la competitividad de las Mypes, en el sector comercialización - rubro ventas de abarrotes al por menor en la Ciudad de Tingo María, año 2017.*
- Plazola, T., De la O, V., & Gutierrez, L. (2018). Competitividad sistémica: uso de tecnología en tiendas de abarrotes de Tecate, B. C., México. *RITI - Revista de Investigación En Tecnologías de La Información*, 6(12), 1–20. Retrieved from <http://www.riti.es/ojs2018/inicio/index.php/riti/article/view/115/html>
- Rivera, S. (2018). *Afectación de la competitividad de las tiendas de barrio en Usaquéen debido a los formatos hard discount.*

- Rodríguez, D., & Pérez, R. (2016). Competitividad del sector transporte terrestre intermunicipal de pasajeros por carretera en Boyacá: una aproximación al estado del arte. *Cooperativismo & Desarrollo*, 24(109), 1–40. <https://doi.org/10.16925/co.v24i109.1511>
- Ruben. (2018). ¿Qué son los recursos humanos? Retrieved May 7, 2020, from Factorial website: <https://factorialhr.es/blog/que-son-recursos-humanos-definicion/>
- Sauñe, T. (2018). *Financiamiento y competitividad en las micro y pequeñas empresas del rubro ventas de abarrotes del mercado nery garcía zárate, distrito de Ayacucho, 2018.*
- Sifuentes, K. (2014). “*Estrategias de distribución y ventaja competitiva en comercializadoras mayoristas de abarrotes, ciudad de Huamachuco – año 2014.*”
- Vinces, A. (2020). *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.*
- Zuzama, J. (2015). *Liderazgo: estilos de liderazgo según Kurt Lewin y análisis de un caso real.*

ANEXOS

Anexo 1: 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 “Gestión de calidad y competitividad”, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

Características de los trabajadores:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Viudo
- d. Divorciado

Grado de instrucción :

- a. Educación básica
- b. Técnico
- c. Superior
- d. Posgrado

Características de la MYPE:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

- a. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- b. Régimen Especial
- c. Régimen MYPE
- d. Régimen General

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

- a. 1 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a 10 años
- d. 11 a más años

¿Modalidad de la empresa?

- a. Bodega
- b. Minimarket
- c. Kiosko
- d. Tiendas de abarrotes

Características de la Gestión de calidad

Ítems relacionados con la variable Gestión de calidad	Opción	
	SÍ	NO
¿La empresa dispone de una estructura organizacional establecida?		
¿La empresa dispone de un plan estratégico?		
¿La empresa dispone de los recursos necesarios para el eficiente desarrollo de las actividades?		
¿Existen procedimientos establecidos para el cumplimiento de las actividades?		
¿La empresa presenta manual para proporcionar calidad en el servicio?		
¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en su planeamiento estratégico?		
¿La empresa utiliza instrumentos para evaluar las opiniones que tienen los clientes acerca de los productos ofrecidos?		
¿La empresa se enfoca en las necesidades que presenta el cliente?		
¿Dentro de la empresa existe una buena participación de personal?		
¿Cuentan con un proceso de sistema de gestión integral de la calidad?		
¿Aplican Normas ISO?		
¿La empresa está dispuesto a utilizar nuevos métodos para conocer si hay una mejora?		
¿Antes de tomar una decisión se enfoca en los hechos?		
¿Mantiene una buena relación con los proveedores?		

Características de la Competitividad

Ítems relacionados con la variable Competitividad	Opción	
	SÍ	NO
¿Cómo considera la calidad del producto en relación a los materiales del producto?		
¿Cómo considera la calidad del producto en relación a la variedad del producto?		
¿Cómo considera el nivel del precio en relación a los precios de la competencia?		
¿Considera que el precio del producto es relativamente bajo en función a la competencia?		
¿Considera que la empresa está posicionada en la mente del cliente?		
¿Considera que la empresa aplica estrategias para buscar fidelizar al cliente?		

Anexo 2: Turnitin.

Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado