



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTA DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TÍTULO:

**“CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR
COMERCIO RUBRO FERRETERO EN EL DISTRITO DE
TUMBES 2017”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR:

**ALVARO BRAYANT ARMANDO MENESES RAMIREZ
ORCID: 0000-0002-5890-8914**

ASESOR:

**MGTR. EZCURRA ZA VALETA GHENKIS AMILCAR
ORCID: 0000-0002-9894-2180**

TUMBES – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

ALVARO BRAYANT ARMANDO MENESES RAMIREZ
ORCID: 0000-0002-5890-8914

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE, ESTUDIANTE DE
PREGRADO, TUMBES, PERÚ.**

ASESOR:

MGTR. EZCURRA ZA VALETA GHENKIS AMILCAR
ORCID: 0000-0002-9894-2180

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE, FACULTA
DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

JURADO

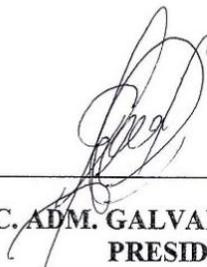
MGTR. LIC ADM. GALVANI GUERRERO GARCIA
PRESIDENTE
ORCID: 0000-0003-1038-1866

MGTR. LIC. ADM. MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO
ORCID: 0000-0001-6769-1959

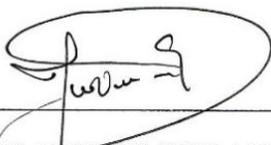
MGTR. LIC.ADM. DARWIN A. AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO
ORCID: 0000-0001-6721-620X

MGTR.LIC.ADM.GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZA VALETA
ASESOR
ORCID: 0000-0002-9894-2180

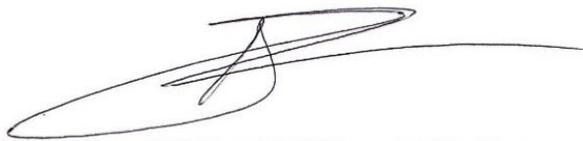
HOJA DE FIRMA DE JURADO



**MGTR. LIC. ADM. GALVANI GUERRERO GARCIA.
PRESIDENTE
ORCID 0000-0003-1038-1866**



**MGTR. LIC. MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6769-1959**



**MGTR. LIC. ADM. DARWIN AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6721-620X**



**MGTR. LIC. ADM. EZCURRA ZA VALETA GHENKIS AMILCAR.
ASESOR
ORCID 0000-0002-9894-2180**

HOJA DE DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres

Por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado, **CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERO EN EL DISTRITO DE TUMBES 2017**. Tuvo como problema **Cuáles son las características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio rubro ferretero del Distrito de Tumbes 2017**, en el cual tu como objetivo general: Determinar las características que presentan las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretero del distrito de Tumbes en la gestión de calidad y la competitividad. En el cual se determinó mediante el estudio de investigación. Con una metodología de investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental; con una población de 10 MYPES y una muestra de 68 clientes utilizando la encuesta como un instrumento de recolección de datos: concluyendo que la Gestión de Calidad que presentan en la actualidad las micro y pequeñas empresas del rubro ferretero asciende a un promedio de 0.89. con respecto a la Competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro ferretero asciende a un promedio de 0.91.

Palabras claves: Gestión de Calidad, Competitividad y Mypes

ABSTRACT

In the present research work called, CHARACTERIZATION OF QUALIT MANAGEMENT AND COMPETITIVENESS OF THE MYPES IN THE SECTOR I TRADE ITEM HARDWARE STORE DEALER IN THE DISTRICT OF FALL DOWN 2017. It he took as a problem Which are the characteristics of the Qualit management and competitiveness of the MYPES of the sector I trade item hardware store dealer of the District of Fall down 2017, in which your as general lens: To determine the characteristics that present the Micro and small enterprises of the sector I trade, item hardware store dealer of the district of Fall down in the management of quality and the competitiveness. In whom it he decided by means of the study of investigation. With a methodology of descriptive investigation (research) of type, quantitative level and not experimental design; with a population of 10 MYPES and a sample of 68 clients using using the survey as an instrument of compilation of information: concluding that the Quality Management presently presented by the micro and small companies of the hardware sector amounts to an average of 0.89. with respect to the Competitiveness of the micro and small companies of the hardware sector, it averages 0.91.

Key words: Quality Management, Competitiveness and Mypes

ÍNDICE DEL CONTENIDO

1. TITULO DE LA TESIS.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. HOJA DE FIRMA DE JURADO	iv
4. HOJA DE DEDICATORIA.....	v
5. RESUMEN.....	v
7. ASTRACT.....	vi
8. ÍNDICE DEL CONTENIDO.....	vii
9. INDICE DE TABLAS, GRAFICOS Y CUADROS INDICE DE TABLAS	viii
I.INTRODUCCION	11
II.REVISIÓN DE LA LITERATURA	12
2.1.ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN:	12
2.2.BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES	21
III.HIPÓTESIS	30
IV.METODOLOGÍA	31
4.1.TIPO DE INVESTIGACION.....	31
4.2.NIVEL DE INVESTIGACIÓN	31
4.3.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
4.4.POBLACION Y MUESTRA POBLACIÓN	31
4.5.DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES E INDICADOR	34
4.6.TÉCNICAS Y RECOLECCIÓN DE DATOS	36
4.7.PLAN DE ANÁLISIS.....	36
4.8.MATRIZ DE CONSISTENCIA	37
4.9.PRINCIPIOS ÉTICOS.....	38
V.RESULTADOS	39
5.1.RESULTADOS	39
5.2.ANALISIS DE LOS RESULTADOS	58
VI.CONCLUSIONES	62
VII.ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	64
7.1 REFERENCIAS BILIOGRAFICAS.....	64
ANEXOS	67
ANEXO 01: CRONOGRAMA DE CTIVIDADES	67
ANEXO 02: PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACION	68
ANEXO 03: ENCUESTA.....	69
ANEXO 04: FOTOS.....	71

INDICE DE TABLAS, GRAFICOS Y CUADROS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Cree usted que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?	39
Tabla 2 ¿El servicio que brinda la ferretería de entrega a domicilio es rápido y bueno?	40
Tabla 3 ¿Consideras que la ferretería cumple con las normas de gestión de calidad?	41
Tabla 4 ¿Cree usted que la ferretería brinda productos que cubren sus necesidades?.....	42
Tabla 5 ¿Usted considera que el personal que atiende en la ferretería es amable?.....	43
Tabla 6 ¿El personal de ferretería, al presentarse un problema de compra toma decisiones para solucionarlo?.....	44
Tabla 7 ¿Cuándo le vende productos de ferretería para cubrir su necesidad, la empresa le brinda confianza de sus productos?	45
Tabla 8 ¿Considera que la ferretería vende productos de calidad para ser más competitivo?...	46
Tabla 9 ¿La ferretería vende productos novedosos satisfaciendo las necesidades del cliente?..	47
Tabla 10 ¿Consideras que los precios de los productos que ofrece la ferretería son competitivos?.....	48
Tabla 11 ¿Existe variedad de productos para cubrir sus necesidades?.....	49
Tabla 12 ¿La empresa de ferretería es flexible ante la necesidad del cliente?	50
Tabla 13 ¿La ferretería hace uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia?.....	51
Tabla 14 ¿Usted considera que la ferretería responde con agilidad ante el cambio del mercado?	52
Tabla 15 ¿Cree usted que la ferretería mejora su servicio continuamente?.....	53

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 ¿Cree usted que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?	39
Grafico 2 ¿El servicio que brinda la ferretería de entrega a domicilio es rápido y bueno?	40
Grafico 3 ¿Consideras que la ferretería cumplen con las normas de gestión de calidad?	41
Grafico 4 ¿Cree usted que la ferretería brindan productos que cubren sus necesidades?.....	42
Grafico 5 ¿Usted considera que el personal que atiende en la ferretería es amable?	43
Grafico 6 ¿El personal de ferretería, al presentarse un problema de compra toma decisiones para solucionarlo?	44
Grafico 7 ¿Cuándo le vende productos de ferretería para cubrir su necesidad, la empresa le brinda confianza de sus productos?	45
Grafico 8 ¿Considera que la ferretería vende productos de calidad para ser más competitivo?... 46	
Grafico 9 ¿La ferretería venden productos novedosos satisfaciendo las necesidades del cliente?	47
Grafico 10 ¿Consideras que los precios de los productos que ofrece la ferretería son competitivos?	48
Grafico 11 ¿Existe variedad de productos para cubrir sus necesidades?.....	49
Grafico 12 ¿La empresa de ferretería es flexible ante la necesidad del cliente?	50
Grafico 13 ¿La ferretería hace uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia?.....	51
Grafico 14 ¿Usted considera que la ferretería responden con agilidad ante el cambio del mercado?	52
Grafico 15 ¿Cree usted que la ferretería mejora su servicio continuamente?.....	53

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Datos de las Mypes – Ferreterías del Distrito de Tumbes	32
Cuadro 2 Resultados generales de la variable Gestión de Calidad	54
Cuadro 3 Resultados generales de la variable competitividad.....	56

I. INTRODUCCION

Esta investigación denominada “CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIO RUBRO FERRETERO EN EL DISTRITO DE TUMBES 2017”; es por ello que el enunciado del problema fue ¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector comercio rubro ferretero en el Distrito de Tumbes 2017? Siendo mi OBJETIVO GENERAL: “Determinar las características que presentan las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretero del distrito de Tumbes en la gestión de calidad y competitividad”, la metodología usada del presente trabajo de tesis tiene como tipo de investigación descriptiva porque permite hacer un diagnóstico de las variables en estudio, el diseño de investigación es no experimental dado que los datos se obtiene en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad y el nivel es cuantitativo, por que confirma la obtención de datos sin manipularlos, cuya población fue de 10 Mypes del sector ferreteros del distrito de tumbes, la muestra fue de 68 clientes, se usó como técnica recolección de datos el cuestionario y como instrumento la encuesta. Se justificó profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el grado académico de bachiller en Administración. Se justifica por convivencia porque permite conocer la realidad de la Gestión de Calidad y la Competitividad del rubro de ferreterías en la provincia de Tumbes, promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de las MYPE.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN:

Por consiguiente Saavedra (2016) en su investigación *“Caracterización de la Gestión de calidad y competitividad de las MyPes del sector Comercio de Abarrotes en el distrito de Juanjui, periodo 2015-2016”*. tiene como propósito Determinar que estrategias de gestión de calidad del servicio y competitividad aplican las MyPes del sector comercio de Abarrotes en el distrito de Juanjui, periodo 2015-2016, con un diseño de investigación no experimental – descriptiva, con una población de 20 MyPes del rubro de Abarrotes en el distrito de Juanjui, aplicando cuestionarios y entrevistas como instrumentos de recolección de datos, concluyendo que el 33% de las MyPes utilizan redes sociales para obtener a sus clientes, mientras que un 67% viene usando otros medios de comunicación como la radio y esto es debido que en la ciudad de Juanjui, el servicio de internet es de poca calidad, descuidan mucho la capacitación de sus trabajadores ya que un porcentaje muy bajo del 17% capacitan e incentivan a sus trabajadores cada año, frente a un 33% que lo hace cada tres años. Lo que evidencia la falta de capacitación que contribuye a la mejora calidad de las MyPes.

Por otro lado Para Silva (2016). En su investigación *“La Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio-rubro ferretería, de la avenida marco puente llanos de la cuadra 1 a la 10, del distrito de ate, provincia de lima, departamento de lima, período 2015.”* Tiene como propósito identificar las características que tiene la competitividad en las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferretería, de la avenida marco puente llanos de la cuadra 1 a la 10, del distrito de ate, provincia de lima, departamento de lima, período 2015. Con

un diseño de investigación descriptiva – transversal, con una población de 10 micro y pequeña empresa de ferreterías en la av. marco puente llanos de la cuadra 1 a la 10, del distrito de ate, utilizando cuestionarios y entrevistas como instrumentos de recolección de datos, concluyendo que la mayoría de micro y pequeñas empresas tiene una idea básica sobre competitividad, teniendo como consecuencia poco personal capacitado, posteriormente la totalidad de MyPes encuestadas los empresarios desconocen sobre las herramientas tecnológicas por lo tanto la mayoría no mejora la atención al cliente y de las empresas encuestadas si cuentan con precios bajos y productos de buena calidad.

Por consiguiente Benítez (2016). En su investigación *“Caracterización de la rentabilidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías de la av. Grau sector oeste- Piura: 2015”* Tiene como propósito identificar las características que tienen la rentabilidad y competitividad, En las MyPes del rubro servicios de ferretería en la Av. Grau sector oeste – Piura– 2015, con un diseño de investigación descriptiva, con una población de 25 ferreterías en la av. Grau sector oeste – Piura. utilizando encuestas como instrumentos de recolección de datos, concluyendo que los elementos de la competitividad, son aquellos que permiten que permite medir de acuerdo al fin u objeto que persigue, es mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una posición en el marco socioeconómico, por ende determina que los elementos de la competitividad son los siguientes: la calidad del producto, productividad, calidad de servicio y la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores.

Según Poma (2016). En su investigación *“Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las MyPes en el sector comercio rubro ferreterías en la provincia de Leoncio prado tingo María período 2015-2016.”*. Tiene como propósito conocer la característica de la gestión de calidad y la formalización de las MyPes rubro ferretería de la ciudad de tingo María, periodo 2015-2016. Con un diseño de investigación no experimental – descriptivo, con una población de 24 ferreterías en la provincia de Leoncio prado tingo María, utilizando cuestionarios, encuestas y entrevistas como instrumento de recolección de datos, concluye que los resultados indican la falta de conocimiento sobre las normas de calidad, este resultado da entender la informalidad que existe en la calidad del producto.

Seguidamente Gonzales (2016). En su investigación *“Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el uso de Instrumentos normativos de gestión en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio –rubro otros tipos de Transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz, 2016”*. Tiene como propósito Determinar las Principales Características dela Gestión de Calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz. Con un diseño de investigación no experimental – descriptivo, con una población de 47 empresas de transporte terrestre, utilizando cuestionarios, encuestas y entrevistas como instrumento de recolección de datos, concluye que los gerentes no utilizan los indicadores para evaluar la eficacia de sus colaboradores para lograr los objetivos dentro de la empresa así mismo los gerentes no consideran requisitos importantes en la contratación del personal al cargo requerido, los

empleados no conocen sus derechos y obligaciones o las remuneraciones del personal no se cumplen de acuerdo al contrato suscrito y al puesto que se le haya asignado.

Por otro lado Benítez (2016). En su investigación *“Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio - Rubro pollerías del Distrito de Huamachuco, 2015.”* Tiene como propósito Determinar las Características del Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Huamachuco, 2015. Con un diseño de investigación no experimental – descriptivo, con una población de 15 MyPes pollerías del distrito de Huamachuco, utilizando cuestionarios, encuestas y entrevistas como instrumento de recolección de datos, concluye que la mayoría de los representantes legales de las MyPes son adultos. Su edad fluctúa entre 26 y 60 años. Donde el 71% de las MYPE es formal; El 29% de las MYPE es Informal y el 80% de las MYPES cree que capacitando a su personal a mejorado la rentabilidad y 20 % no ha mejorado.

Por consiguiente Zavala (2016). En su Investigación *“Caracterización del Financiamiento, Competitividad y Formalización de las MyPes del Sector Turístico - Rubro Hotelería del Distrito de Cabanaconde, Provincia de Caylloma, Región de Arequipa periodo 2014-2015”*. Tiene como propósito determinar a las principales características del financiamiento, competitividad y Formalización de las MyPes del Sector Turístico - Rubro Hotelería del Distrito de Cabanaconde, Provincia de Caylloma, Región de Arequipa periodo 2014-2015. con un diseño de investigación no experimental – descriptivo, con una población de 34 hoteles y hospedajes en la

región de Arequipa, utilizando cuestionarios, encuestas y entrevistas como instrumento de recolección de datos, concluye que no todas las empresas accedieron al financiamiento por parte de las entidades crediticias, sino que sus inversiones provienen de capitales propios o de origen familiar, además los empresarios que han solicitado algún tipo de préstamo para el mejoramiento de su negocio, lo hacen con la única intención de comprar activos para sus empresas ya si mejor la calidad de sus servicios o productos.

Según Cruz (2016). En su investigación *“Caracterización Competitividad y Gestión de Calidad en las MyPes Rubro Banano Orgánico en Tumbes, 2016”*. Tiene como propósito determinar las Características de la Competitividad y Gestión de Calidad en las MyPes Rubro Banano Orgánico en Tumbes, año 2016, con un diseño de investigación no experimental – transversal, con una población constituida por el personal que labora en las empresas bananeras, utilizando encuesta y entrevistas como instrumento de recolección de datos, concluye que uno de los factores competitivos en las micros y pequeñas empresas es la innovación arroja con un porcentaje del 58% que se tiene la necesidad de cambiar y ser competitivo y el 42% prefiere optar por una empresa tradicional.

Por otro lado Feijoo (2016) En su investigación *“Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MyPes Comerciales Rubro Electrodomésticos en Tumbes, 2016”*. Tiene como propósito determinar las características de la Capacitación y la Competitividad en las MyPes Comerciales Rubro Electrodomésticos en la ciudad de Tumbes, 2016. con un diseño de investigación no

experimental - descriptiva, con una población de 4 MyPes del sector Comercio, Rubro electrodoméstico en la Ciudad de Tumbes, utilizando la técnica de recojo de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas, concluye que en los resultado obtenidos de la investigación se comprobó que dentro de los factores de la competitividad de las MyPes solo cumplen un 40% de lo establecido ya que en la mayoría de las empresas los trabajadores solo realizan sus actividades por los beneficios que van a obtener y no por ser reconocidos en la empresa.

Según Vilela (2016) En su investigación *“Caracterización de calidad y capacitación de MyPes en colegios privados, tumbes del distrito de Zarumilla, 2016”*. Tiene como propósito determinar las características de la calidad y capacitación de MyPes en colegios privados, tumbes del distrito de Zarumilla 2016. con un diseño de investigación no experimental - descriptiva, con una población de 4 MyPes, en instituciones educativas particulares del departamento de tumbes, distrito de Zarumilla, utilizando en cuestionario, encuestas y entrevistas como instrumento de recolección de datos, concluye que las MyPes en los colegios privados en el distrito de Zarumilla, 2016, utilizan estándares de calidad para el aprendizaje de los niños como: proceso continuo, estrategias de comprensión, metas individualizadas, además utilizan recursos materiales de calidad y con una adecuada planificación.

Según Rosales (2015) En su investigación *“Gestionar la calidad por procesos para mejorar la competitividad en la empresa GLOBAL PLASTIC S.A.C. los olivos 2015”*. Tiene como propósito determinar en qué medida la calidad del proceso

mejora la competitividad del área de inyectado en la empresa GLOBAL PLASTIC S.A.C. 2015. Con un diseño de investigación descriptivo, con una población de las 5 líneas de producción de inyectado en la empresa GLOBAL PLASTIC S.A.C. 2015. Aplicando documentos y técnicas de análisis estadísticos como instrumento de recolección de datos, concluye que la competitividad del área de inyectado se ha incrementado por el uso de la herramienta de la calidad del proceso.

Según Osorio (2014). En su investigación *“Factores Tangibles e Intangibles de Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el estado de Colima”*. Tiene como propósito mejorar el conocimiento de la estructura empresarial del estado de colima en función de factores tangibles e intangibles de competitividad, utilizando como criterio de evaluación el sector económico y tamaño de la unidad económica, para proporcionar información en el diseño de instrumentos y política con el fin de desarrollar la actividad empresarial y su competitividad, con un diseño de investigación descriptiva situacional, con una población 2,671 empresas locales a lo largo de cuatro periodos, aplicando documentos y encuestas como instrumento de recolección de datos, concluye que el objetivo principal de esta investigación fue mejorar el conocimiento de la estructura empresarial del estado de colima en función de factores tangibles e intangibles de competitividad , utilizando el criterio de evaluación al sector económico y tamaño de la unidad económica para proporcionar información en el diseño de instrumentos y política con el fin de desarrollar la actividad empresarial y su competitividad.

Por consiguiente Herrera & Meneses (2013) En su investigación *“Logística de Aprovisionamiento y Competitividad en las Micro empresas del sector Ferretero del Distrito de Tumbes -2013”* Tiene como propósito determinar cuáles son las principales deficiencias que presenta las Micro empresas del sector Ferretero del Distrito de Tumbes en el manejo de logística de aprovisionamiento y en la generación de competitividad. Con un diseño de investigación no experimental – transversal, con una población del 24 ferreterías del distrito de Tumbes, utilizando la técnica de encuesta para obtener la información a través de un cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluye que las principales deficiencias que presentan las MyPes del sector ferretero del Distrito de Tumbes, referente al manejo de logística de aprovisionamiento se reflejan se reflejan en la gestión de inventarios y su resistencia a la innovación, de la misma manera la escasa generación de competitividad se produce por el deficiente manejo del talento humano.

Por consiguiente Ugaz (2012) En su investigación *“Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001-2008. Aplicado a una empresa de fabricación de legías”*. Tiene como propósito analizar la situación actual de la empresa y mediante ella diseñar, e implementar el sistema de gestión de calidad. Con un diseño de investigación descriptiva situacional, con una población considerada de la empresa de legías, aplicando documentos y normas como instrumentos de recolección de datos, concluye que la implementación de un sistema de gestión de calidad, mejora la imagen corporativa de la empresa y fortalecerá los vínculos de confianza y fidelidad de los clientes con la organización.

Seguidamente Carrera (2012). en su investigación *“Factores que Intervienen en el Desarrollo de las Pymes del sector Manufacturero en cinco Municipios del área Metropolitana de monterrey, afiliadas a la CAINTRA”* Tiene como propósito Determinar los factores Gubernamentales de fomento (apoyos y servicios), los factores personales del empresario, así como los factores del negocio internos y externos, que inciden en un mayor desarrollo de las Pymes, afiliadas a la CAINTRA, con un diseño de investigación descriptiva, con una población de cinco municipios del Área Metropolitana de Monter rey, utilizando encuesta y entrevistas como instrumento de recolección de datos, concluye que de las 94 encuestas a empresarios del sector manufacturero en cinco municipios del Área Metropolitana de Monterrey Se identificó que la edad de los empresarios de las empresas corresponde a un 27% que se encuentra en un rango de 30-40 años, seguido del 24% correspondiente empresarios entre 40-50 años. 58% de las empresas del sector manufacturero está representado por el género masculino y un 34% al género femenino y el 8% restante corresponde a los que omitieron esta información.

2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. VARIABLE “GESTIÓN DE CALIDAD”

2.2.1.1. DEFINICIÓN

M. Juran (1928). Define que la calidad no surge de forma accidental si no que debe ser planificada. Una de sus principales aportaciones es la denominada trilogía de la calidad, en la que señala la relación existente en la planificación, control y mejora continua, enfocándose en la eliminación de defectos de un producto que da como resultado la satisfacción del cliente.

Edward Deming (1986). Puntualiza que una organización para asegurar su éxito debe ser por medio de la calidad. Donde menciona el concepto de calidad total que se basa en descubrir mejoras en la calidad de productos y servicios. Además comenta que a mayor calidad, menores costos = mayor productividad.

Podemos concluir que la Gestión de calidad es el conjunto de acciones, medidas y soluciones orientadas a la mejora continua de los procesos internos de una organización, tomando como objetivo principal el aumento de nivel de satisfacción de clientes o consumidores, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo. La Gestión de Calidad no se centra en la calidad de un producto o servicio, o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerlas. Por lo tanto la Gestión de Calidad utiliza el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.

2.2.1.2. IMPORTANCIA

En la actualidad la Gestión de Calidad en las organizaciones, empresas y en el sector micro comercial tienen como objetivo estratégico la mejora continua de los productos o servicios, es por eso que es importante la gestión de calidad porque nos ayuda a identificar debilidades, fallas, áreas de mejora y fortalezas. Además trae consigo una serie de ventajas como la reducción de costes asociados a los procesos y productos, mejora la imagen externa de la organización, aumenta la presencia de la organización en el mercado y mejora la satisfacción de los clientes. Aunque para resolver problemas de calidad varía con diferentes programas, el objetivo sigue siendo el mismo: crear y ofrecer productos o servicios de alta calidad y de alto rendimiento que cumpla y supere las expectativas de los clientes. Cuando la organización se centra en la Gestión de Calidad, crean un plan para el éxito.

2.2.1.3. VENTAJAS

Hoy en día donde existe una alta competencia empresarial y en el que los consumidores tienen a su disposición una gama de ofertas de productos o servicios, la Gestión de Calidad se convierte en una Herramienta indispensable para optimizar los procesos de producción y conseguir la satisfacción y fidelidad del cliente, es por eso que al aplicar el sistema de Gestión de Calidad trae consigo una serie de ventajas como:

Mejora de la satisfacción del cliente, homogeneización de los productos y servicios, acrecentamiento de la eficiencia, reducción de costes. potenciación de la imagen positiva de la organización. (Escuela Europea de Management, 2016)

2.2.1.4. DESVENTAJAS

Entre las desventajas que presenta la Gestión de Calidad tenemos:

Se necesita un cambio de toda la organización, ya que para ser una organización exitosa es necesario la participación de todos los colaboradores de la organización, se puede llegar a ser procedimientos muy largos, se tiene que elaborar inversiones grandes, se requiere de suficientes recursos. (Concepcion, 2015)

2.2.1.5. TIPOS O CLASES

Se puede distinguir dos tipos de calidad:

2.2.1.5.1 Calidad interna

2.2.1.5.1.1. La Calidad interna

Es parte del mejoramiento de las operaciones internas de una organización. La intención de la calidad interna es facilitar los medios para permitir la mejora descripción posible de la organización detectando y eliminando los funcionamientos o procesos erróneos.

Por lo tanto el objetivo de la calidad interna es ofrecer al cliente una buena calidad en los diseños y en los procesos. (Villagómez, 2017)

2.2.1.5.1.2 Calidad en el diseño

“El diseño de un nuevo o novedoso producto se sintetiza en la calidad de fabricación y producción del nuevo producto orientado a las definiciones planificadas, además el desarrollo del proceso de diseño debe ser inspeccionado para asegurar que los resultados sean los esperados.” (ingustrial/javier mtz, 2013)

2.2.1.5.2 Calidad externa

La calidad externa es parte de la satisfacción de los consumidores y el objetivo de la calidad externa es proporcionar productos y servicios que cumplan con las expectativas de los consumidores y a la misma vez que satisfagan sus necesidades con el fin, que los clientes sean fieles a la organización. Por consiguiente el propósito de la calidad externa es proporcionarle al cliente un buen producto y servicio. (Villagómez, 2017)

2.2.1.5.2.1 Calidad en los productos

“La calidad de un producto es la apreciación que el consumidor o cliente tiene del mismo, es una consolidación mental del cliente que asume la aprobación de dicho y la capacidad del producto para la satisfacción del consumidor.”

(Matwijiszyn, 2014)

2.2.1.5.2.2 Calidad del servicio

La calidad de un servicio está relacionada directamente con lo que percibe el cliente, de tal forma que el grado de calidad del servicio necesitara de la capacidad de la empresa que brinda por entender y comprender las exigencias o necesidades del consumidor o cliente, por otra parte la eficacia y el esfuerzo que se realiza en los procesos, es donde radica la calidad de los servicios.

(wikipedia, 2018)

2.2.1.6. Normas ISO ¿Qué son las normas ISO?

Las normas ISO son un conjunto de normas elaboradas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), dichas normas están orientadas a ordenar la gestión de calidad de una organización pública o privada, independientemente de su tamaño o actividad empresarial, con el objetivo de ofrecer un trabajo de excelente en la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como la satisfacción de los consumidores.

2.2.2. VARIABLE “COMPETITIVIDAD”

2.2.2.1. DEFINICIÓN

Cebreros (1993). Nos menciona que la competitividad es un proceso que tiene por objetivo la creación de ventajas competitivas hacia otras organizaciones, donde es fundamental la capacidad de innovar, al no tener dicha capacidad se detecta las oportunidades y las necesidades de cambio o renovación de sus productos o servicios.

Sharon Oster (2001). Afirma que la competitividad de una organización es la capacidad que tiene para producir viene con prototipos de calidad específicos, utilizando eficientemente sus recursos, en comparación con organizaciones del mismo sector. Por lo tanto la competitividad se ha convertido en una necesidad para sobrevivir y un requisito para obtener buenos resultados.

Podemos concluir que la competitividad se define como la capacidad que tiene una organización, pública o privada que ofrece un producto o servicio para mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el sector en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por su habilidad y recursos para obtener rendimientos mayores y sobre ponerse a sus competidores. Una organización competitiva es capaz de ofrecer

productos y servicios que cumplan las expectativas de sus clientes.

Los mercados cambian constantemente, las exigencias de los consumidores también cambia y por eso, las organizaciones tienen que estar alertas y adaptarse permanentemente a estos cambios, a fin de mantener o mejorar los niveles de competitividad, lo que hace diferente a una organización permitiendo atraer más consumidores.

2.2.2.2. IMPORTANCIA

Es un hecho que la competitividad en las empresas se ha convertido en una necesidad para sobrevivir y un requisito indispensable para obtener buenos resultados, es por eso que es importante la competitividad hoy en día porque ayuda a las empresas a producir bienes y servicios e calidad que logren éxito y aceptación en el mercado, además añadiendo que cumplan con las tres “E”. Eficiencia, eficacia y efectividad. Eficiencia en la administración de recursos, eficacia en el logro de los objetivos y efectividad comprobada para generar impacto en el entorno.

2.2.2.3. VENTAJAS

Una organización necesita tener ventajas competitivas por encima de sus competidores del mismo sector, por lo tanto una ventaja competitiva es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector mediante técnicas no necesariamente definidas. Cada empresa puede innovar a su manera. Sin embargo, estas ventajas competitivas no siempre se pueden mantener por mucho tiempo debido a que los mercados cambian constantemente y las empresas tienen que estar alerta a estos cambios.

(Wikipedia, 2019)

La competitividad trae consigo muchas ventajas que ayudan a la organización a sobrevivir y obtener buenos resultados como:

- Ayuda a diseñar productos que tengan un rendimiento superior que las de su competencia.
- Proporciona un buen servicio a los clientes.
- Ayuda a la adaptación de la evolución de los avances tecnológicos.
- Ayuda a la eliminación de procesos de baja productividad.
- Permite tener mejoras a un corto plazo obteniendo resultados visibles.

(Olga, 2010)

2.2.2.4. DESVENTAJAS

Pese que existen diversas ventajas adoptando la competitividad, también hay desventajas y aquí mencionamos algunas:

- Requiere de un cambio que abarque toda la organización, porque para obtener el éxito es necesario que todos los integrantes de la organización participen.
- En vista de que los dueños de cada empresa del sector micro empresarial son muy conservadores, para ellos el mejoramiento continuo se le hace un proceso demasiado largo y muy costoso. (Olga, 2010)

2.2.2.5. TIPOS O CLASES

Según en el artículo publicado el día 03 de septiembre del 2013 en la página web Gerencie.com. Define que en la organización se encuentra dos clases de competitividad: la interna y la externa.

La interna nos hace mención que los trabajadores deben estar dispuestos y preparados para su cargo con el fin de desarrollar un trabajo eficiente explotando de forma positiva aquellos recursos con los que cuenta la organización, asimismo es primordial la innovación en la competitividad exterior, ya que un mercado donde cada vez es más saturado en variedad de productos y servicios.

Se puede argumentar cuatro tipos de competitividad en las empresas.

2.2.2.5.1. La Incipiente.- En donde la competitividad es demasiada escasa donde constante mente la organización es vulnerable a perseguir los estereotipos marcados por el mercado teniendo poco control sobre su destino.

2.2.2.5.2. La Aceptable.- La organización no es fácilmente manipulable por los patrones del mercado, si no que reacciona mejor a las innovaciones, representando una enorme ventaja a la empresa.

2.2.2.5.3. La Superior.- Aquí en este tipo de competitividad la organización comienza a ser más relevante colocándose en una posición de liderazgo, además se diferencia por el grado de innovación que conserva dentro del mercado en donde se desarrolla.

2.2.2.5.4. La Sobresaliente.- Última fase en la que la organización es considerada como visionaria, pues ella es la que va generando los cambios y los demás van a adaptándose a ellos. (Gerencie, 2013)

2.2.3. MYPES

“La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.” (Emprender, 2019)

III. HIPÓTESIS

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

IV. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACION

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

4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de nivel cuantitativo, por que confirma la obtención de datos sin manipularlos, Bernal (2010).

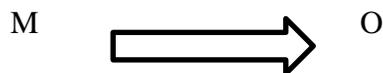
4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

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

Donde

M= Muestra conformada por los clientes del servicio de las ferreterías

O= Observación de las variables: Gestión de Calidad y Competitividad.



4.4. POBLACION Y MUESTRA

POBLACIÓN

P1. La población para la variable Gestión de calidad se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de la ferreteras, Diez (10) MYPES dedicadas al

servicio de ferreterías.

P2. La población para la variable, competitividad se considera infinita y está conformada por los clientes del servicio de las ferreterías, al comercio de bricolajes, al servicio de la construcción y otros servicios afines en la ciudad de Tumbes, siendo Diez (10) MYPES dedicadas al servicio de Ferreterías.

Cuadro 1 Datos de las Mypes – Ferreterías del Distrito de Tumbes

CUADRO DE PERSONAS INTEGRANTES DE EMPRESA				
Ord	RAZÓN SOCIAL	Gerentes	Trabajadores	Total de personas
01	NUNURA	1	3	4
02	ESCOBAR	1	4	5
03	LA ECONÓMICA	1	7	8
04	POPULAR	1	4	5
05	IDROGO	1	4	5
06	KARINA	1	2	3
07	EL CHINO	1	2	3
08	DAYRON	1	3	4
09	ASDICAR	1	3	4
10	EL IMPERIO	1	2	3

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 las variables de gestión de calidad y competitividad, en ambos casos se aplicó la siguiente formula estadística infinita:

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

Donde

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:

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

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

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

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

4.5. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES E INDICADORES

DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD						
VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	Escala MEDICIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD	Uribe (2011). La gestión de la calidad proporciona una herramienta para asegurar la calidad en todos y cada uno de los procesos de la organización.	Se pretenderá determinar, describir las características de la Gestión de calidad de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes Indicadores Formuladores de preguntas	Calidad total	Calidad de productos	¿Cree usted que los productos que ofrecen las ferreterías son de calidad?	Escala de Likert
				Calidad de Servicios	¿El servicio que brinda las ferreterías de entrega a domicilio es rápido y bueno?	Escala de Likert
				Normas ISO	¿Consideras que las ferreterías cumplen con las normas de gestión de calidad?	Escala de Likert
			Atención al cliente	Satisfacción	¿Cree usted que las ferreterías brindan productos que cubren sus necesidades?	Escala de Likert
				Cortesía	¿Usted considera que el personal que atiende en las ferreterías es amable?	Escala de Likert
				Toma de decisiones	¿El personal de ferreterías que brinda el servicio de venta, al presentarse un problema de compra toma decisiones para solucionarlo?	Escala de Likert
				Confianza	¿Cuándo le vende productos de ferretería para cubrir su necesidad, la empresa le brinda confianza de sus productos?	Escala de Likert

DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	MEDICIÓN
Competitividad	Cebberos (1993). Nos menciona que la competitividad es un proceso que tiene por objetivo la creación de ventajas competitivas hacia otras organizaciones	Se pretenderá determinar, describir las características de la competitividad de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes Indicadores Formuladores de preguntas	Estrategia de la competitividad	Calidad	¿Considera que las ferreterías venden productos de calidad defendiéndose de la competencia?	Escala de Likert
				Innovación	¿Las ferreterías venden productos novedosos satisfaciendo las necesidades del cliente?	Escala de Likert
				Liderazgo en costos	¿Consideras que los precios de los productos que ofrecen las ferreterías son competitivos?	Escala de Likert
				Variedad de producto	¿Existe variedad de productos para cubrir sus necesidades?	Escala de Likert
			Características de la competitividad	Flexibilidad	¿Las empresas de ferreterías son flexibles ante la necesidad del cliente? ¿Las ferreterías hacen uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia?	Escala de Likert
				Agilidad	¿Usted considera que las ferreterías responden con agilidad ante el cambio del mercado?	Escala de Likert
				Mejora continua	¿Cree usted que las ferreterías mejoran su servicio continuamente?	Escala de Likert

4.6. TÉCNICAS Y RECOLECCIÓN DE DATOS

4.6.1. TÉCNICAS

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de las diez ferreterías de la ciudad de Tumbes durante el 2017.

4.6.2. INSTRUMENTOS

Para Gracia, (2002) el cuestionario vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtiene de la muestra.

4.7. PLAN DE ANÁLISIS

Para Alarcon & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables Gestión de Calidad y competitividad, y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó del programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y valido por expertos mediante la técnica de (método de juicio por experto) por especialista.

4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODO Y DISEÑO	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTOS
¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPES en el sector comercio rubro ferretero en el Distrito de Tumbes 2017?	<p>OBJETIVO GENERAL.</p> <p>“Determinar las características que presentan las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferretero del distrito de Tumbes en la gestión de calidad y competitividad”</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS Describir La Calidad Total de las MyPes del Sector Comercio, Rubro Ferretero en el Distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>Determinar la atención al cliente de las MyPes del Sector Comercio, Rubro Ferretero en el Distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>Conocer las estrategias de la competitividad de las MyPes del Sector Comercio, Rubro Ferretero en el Distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>Describir las características de la Competitividad de las MyPes del Sector Comercio, Rubro Ferretero en el Distrito de Tumbes, 2017.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL</p> <p>Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos O variables no se puede establecer.</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Gestión de Calidad</p> <p>VARIABLE 2:</p> <p>Competitividad</p>	<p>POBLACION:</p> <p>10 Mypes</p> <p>MUESTRA:</p> <p>68 clientes</p>	<p>TIPO:</p> <p>Descriptiva</p> <p>NIVEL:</p> <p>Cuantitativa</p> <p>DISEÑO:</p> <p>No Experimental</p>	<p>Procesamiento de los datos</p> <p>Se desarrollara cálculo para describir a través de tablas y figuras de frecuencias múltiples y simples utilizando el programa Microsoft office Word, Microsoft office Excel.</p>

4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS

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

- **Accesibilidad:** acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- **Búsqueda de la verdad:** forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- **Coherencia:** relación de una cosa con otras.
- **Compromiso:** palabra dada o fe.
- **Perseverancia:** firmeza en la consecución de los propósitos.

V. RESULTADOS

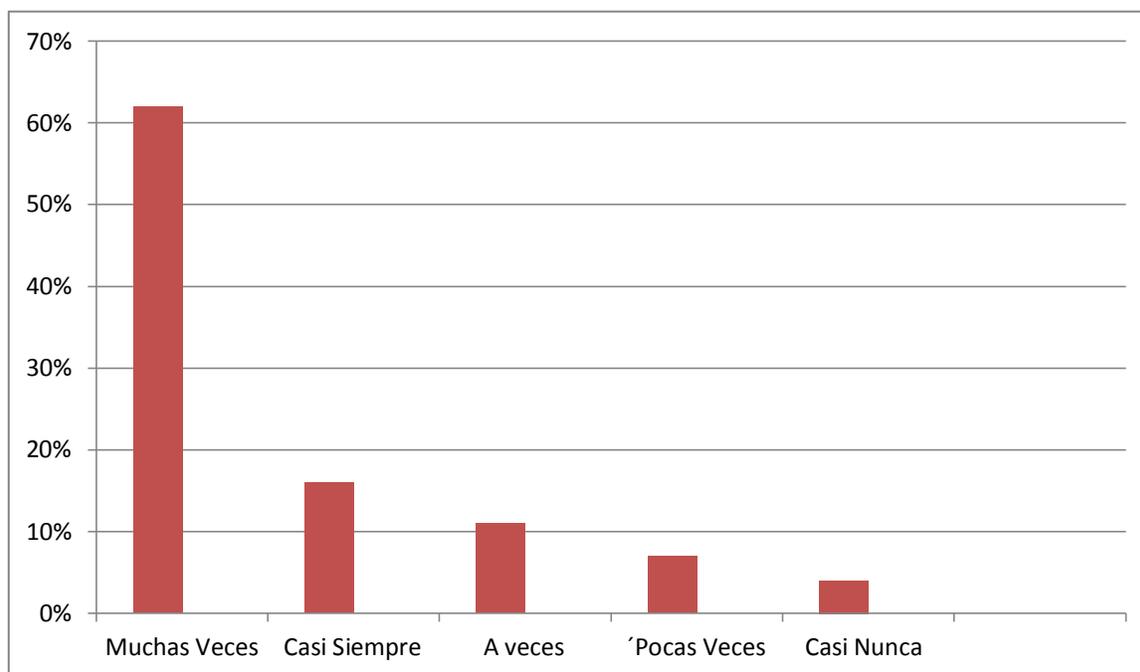
5.1. RESULTADOS

Tabla 1 ¿Cree usted que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	42	62
Casi Siempre	11	16
A veces	7	11
Pocas Veces	5	7
Casi Nunca	3	4
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Gráfico 1 ¿Cree usted que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?



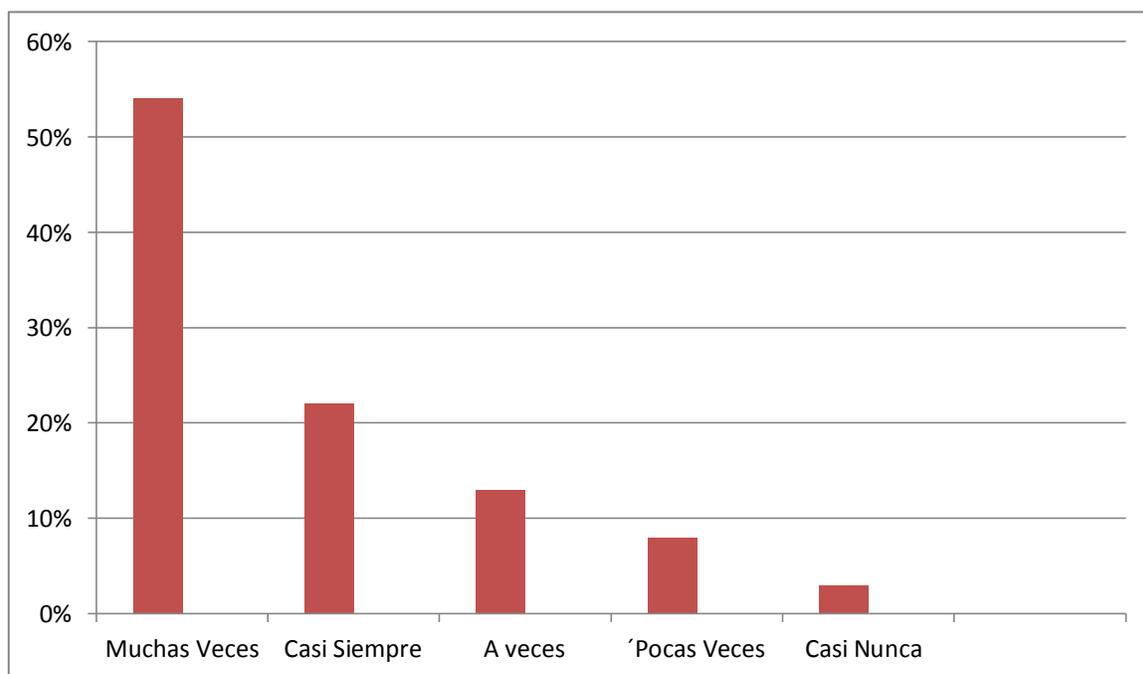
Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 ¿El servicio que brinda la ferretería de entrega a domicilio es rápido y bueno?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	37	54
Casi Siempre	15	22
A veces	9	13
Pocas Veces	5	8
Casi Nunca	2	3
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 2 ¿El servicio que brinda la ferretería de entrega a domicilio es rápido y bueno?



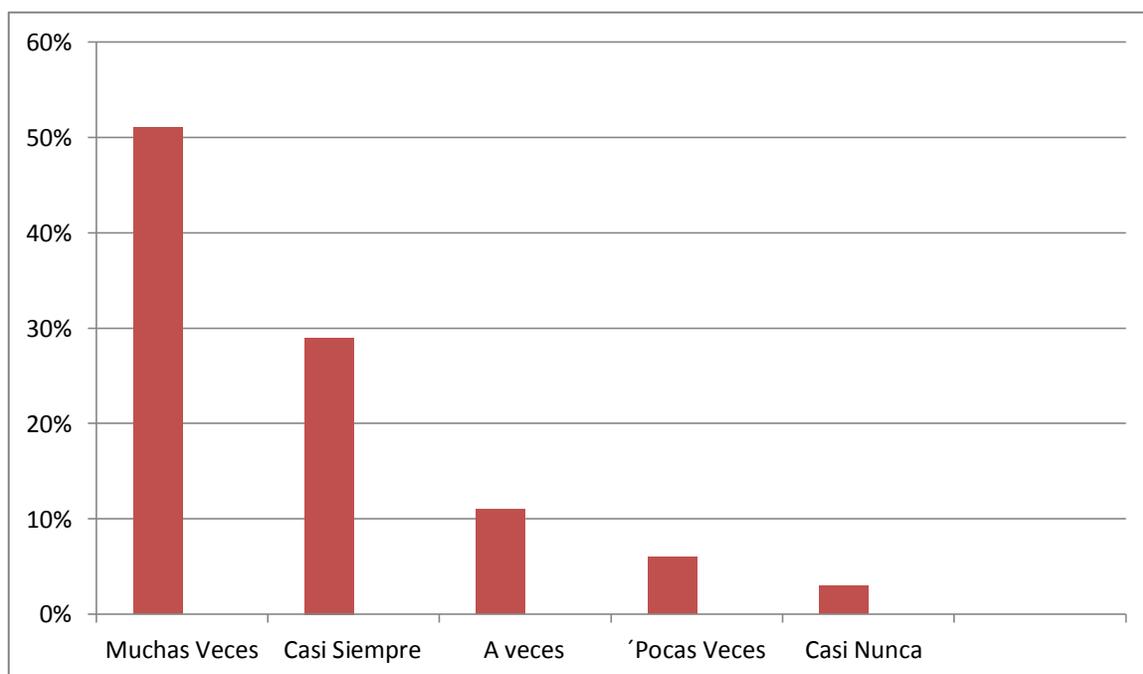
Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 ¿Consideras que la ferretería cumple con las normas de gestión de calidad?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	35	51
Casi Siempre	20	29
A veces	7	11
Pocas Veces	4	6
Casi Nunca	2	3
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 3 ¿Consideras que la ferretería cumplen con las normas de gestión de calidad?



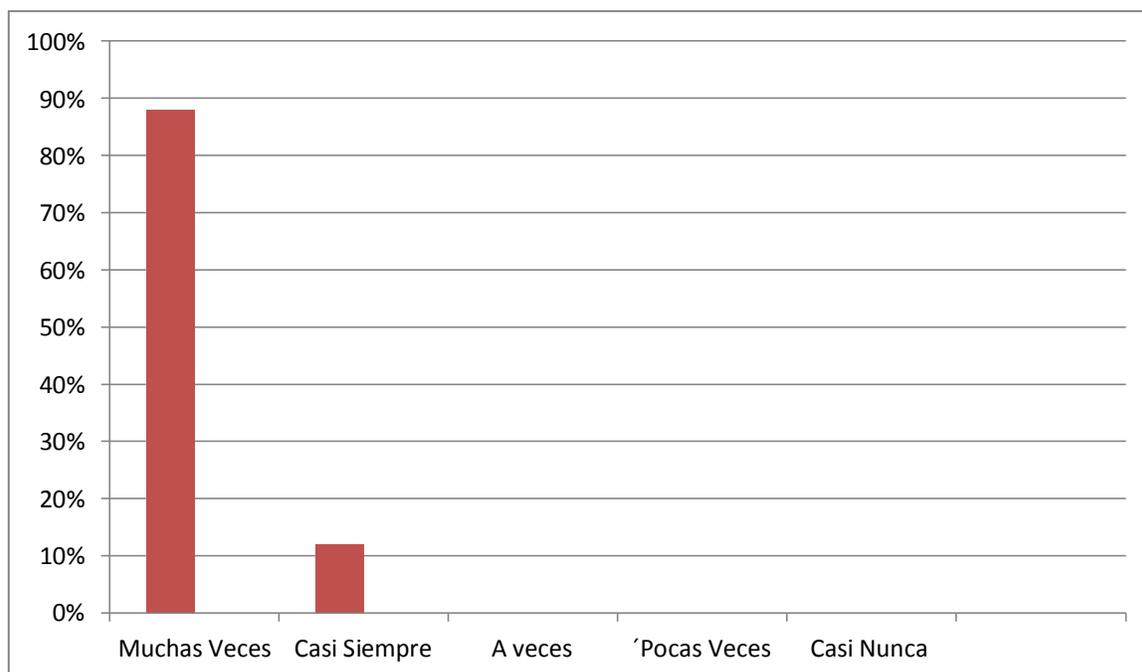
Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 ¿Cree usted que la ferretería brinda productos que cubren sus necesidades?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	60	88
Casi Siempre	8	12
A veces	0	0
Pocas Veces	0	0
Casi Nunca	0	0
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 4 ¿Cree usted que la ferretería brindan productos que cubren sus necesidades?



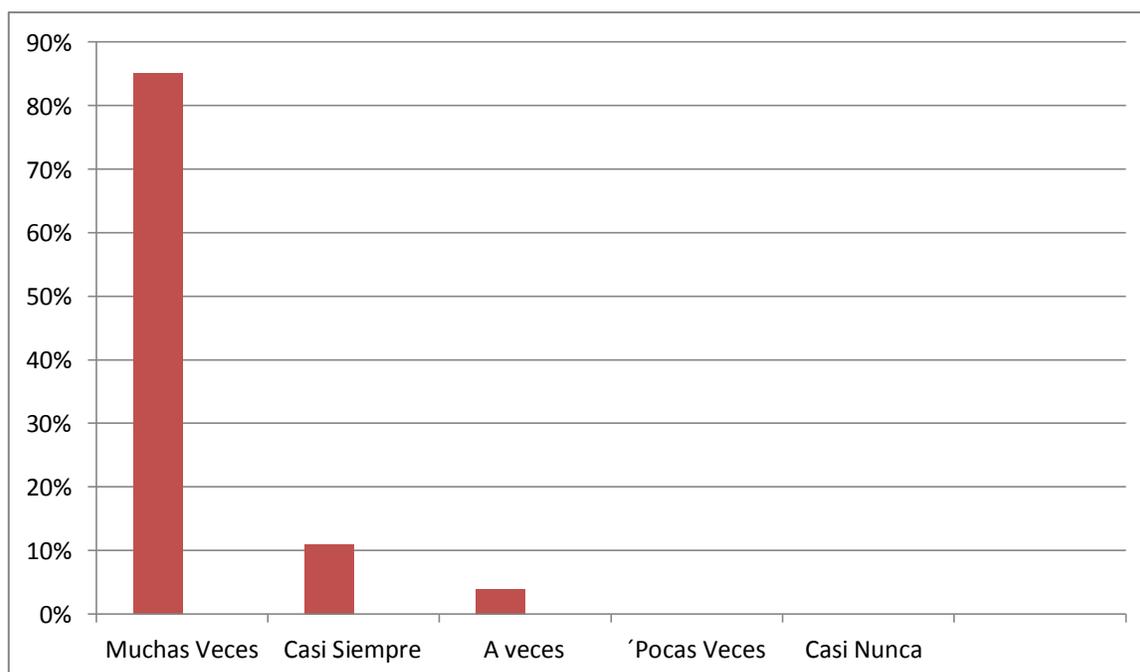
Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 ¿Usted considera que el personal que atiende en la ferretería es amable?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	58	85
Casi Siempre	7	11
A veces	3	4
Pocas Veces	0	0
Casi Nunca	0	0
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 5 ¿Usted considera que el personal que atiende en la ferretería es amable?



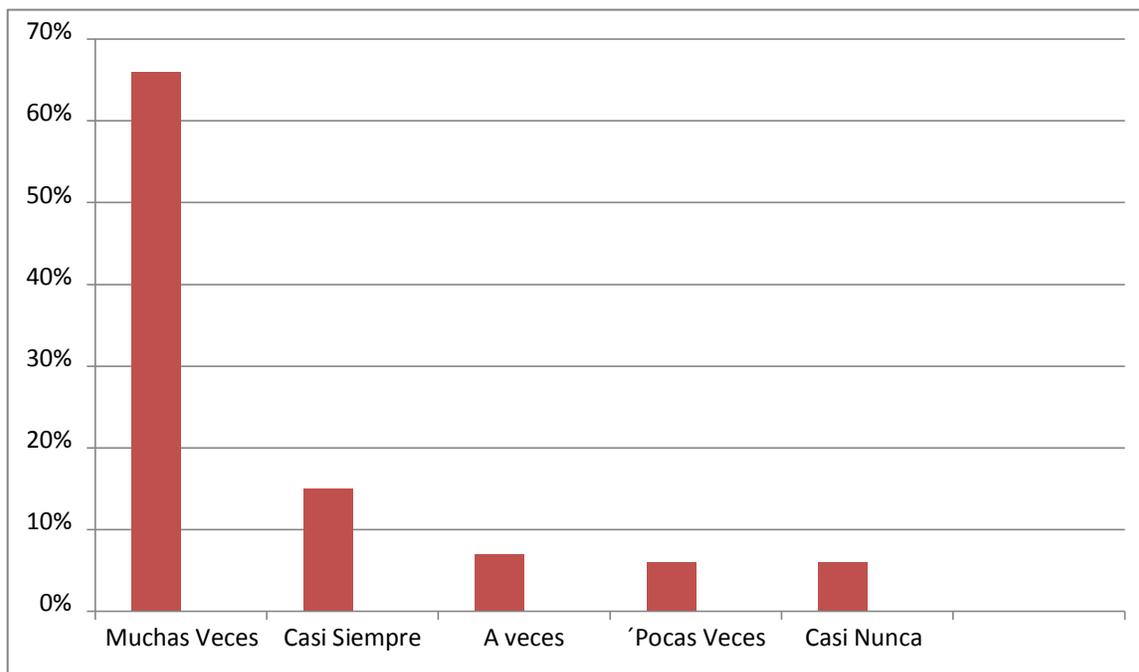
Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 ¿El personal de ferretería, al presentarse un problema de compra toma decisiones para solucionarlo?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	45	66
Casi Siempre	10	15
A veces	5	7
Pocas Veces	4	6
Casi Nunca	4	6
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 6 ¿El personal de ferretería, al presentarse un problema de compra toma decisiones para solucionarlo?



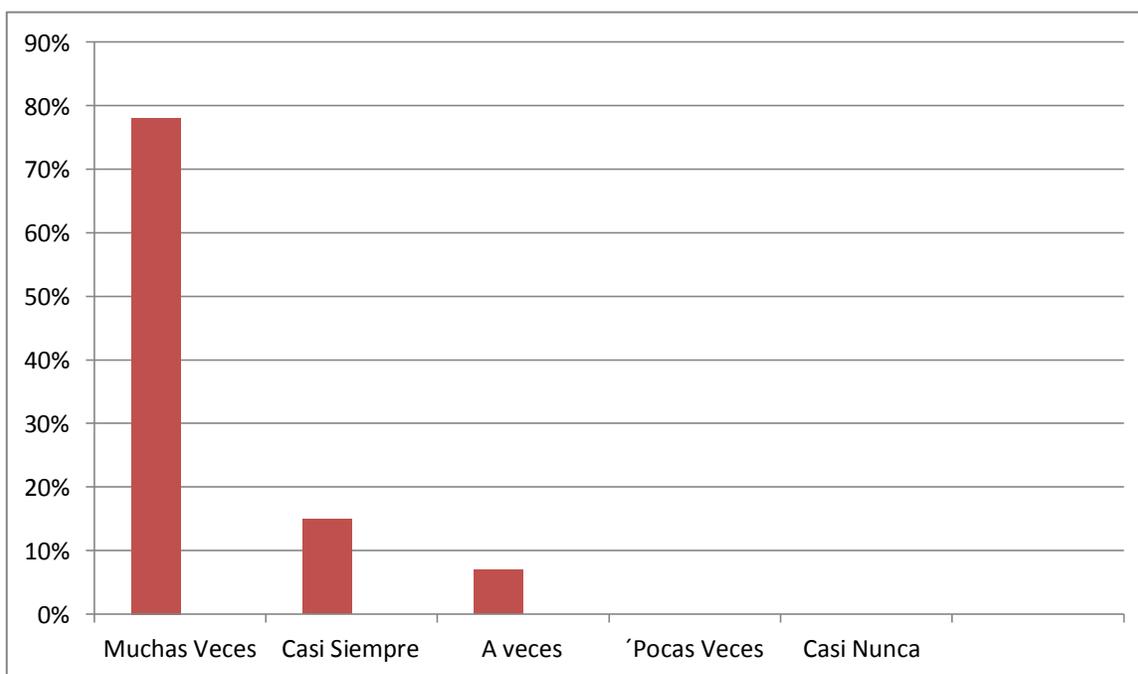
Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 ¿Cuándo le vende productos de ferretería para cubrir su necesidad, la empresa le brinda confianza de sus productos?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	53	78
Casi Siempre	10	15
A veces	5	7
Pocas Veces	0	0
Casi Nunca	0	0
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 7 ¿Cuándo le vende productos de ferretería para cubrir su necesidad, la empresa le brinda confianza de sus productos?



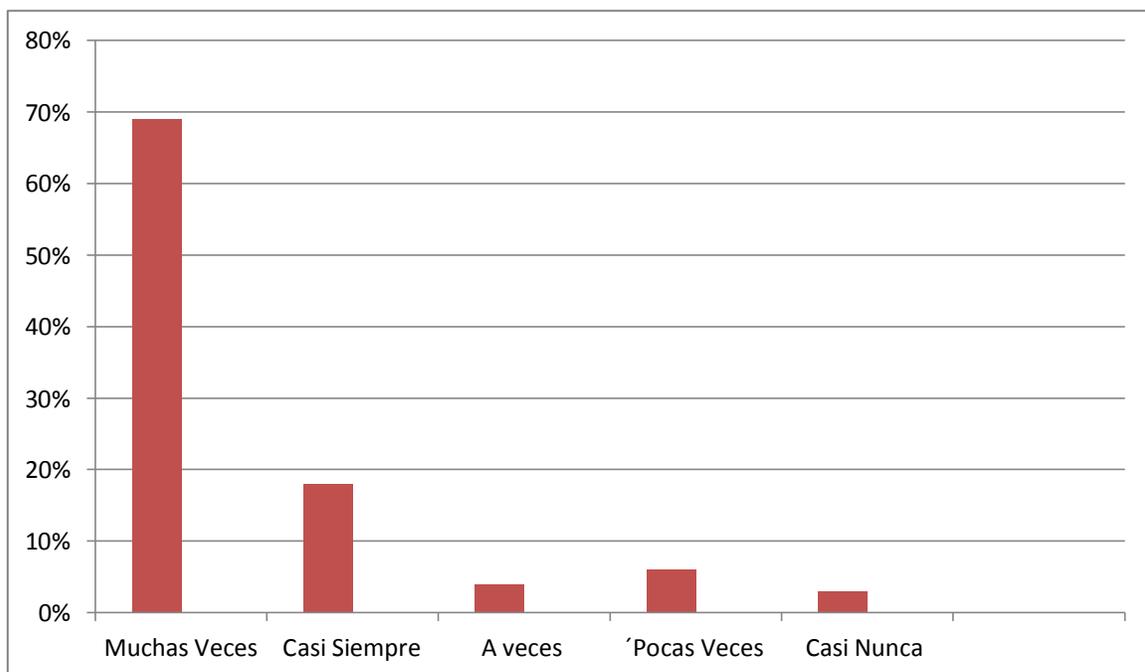
Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 ¿Considera que la ferretería vende productos de calidad para ser más competitivo?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	47	69
Casi Siempre	12	18
A veces	3	4
Pocas Veces	4	6
Casi Nunca	2	3
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Gráfico 8 ¿Considera que la ferretería vende productos de calidad para ser más competitivo?



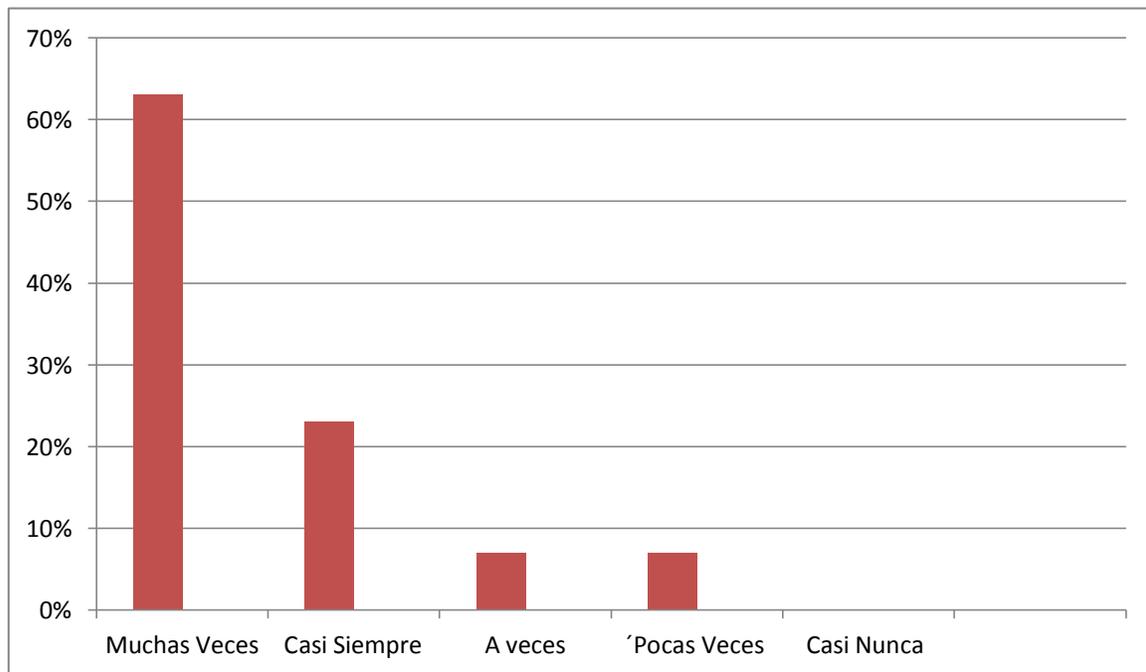
Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 ¿La ferretería vende productos novedosos satisfaciendo las necesidades del cliente?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	43	63
Casi Siempre	15	23
A veces	5	7
Pocas Veces	5	7
Casi Nunca	0	0
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Gráfico 9 ¿La ferretería venden productos novedosos satisfaciendo las necesidades del cliente?



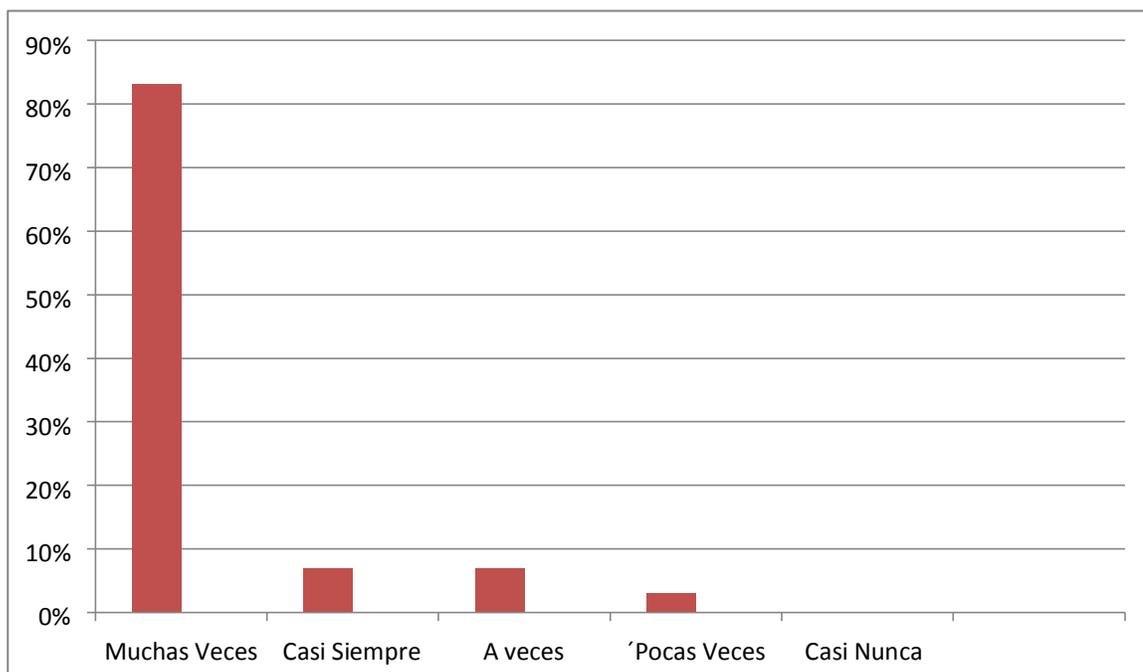
Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 ¿Consideras que los precios de los productos que ofrece la ferretería son competitivos?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	56	83
Casi Siempre	5	7
A veces	5	7
Pocas Veces	2	3
Casi Nunca	0	0
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 10 ¿Consideras que los precios de los productos que ofrece la ferretería son competitivos?



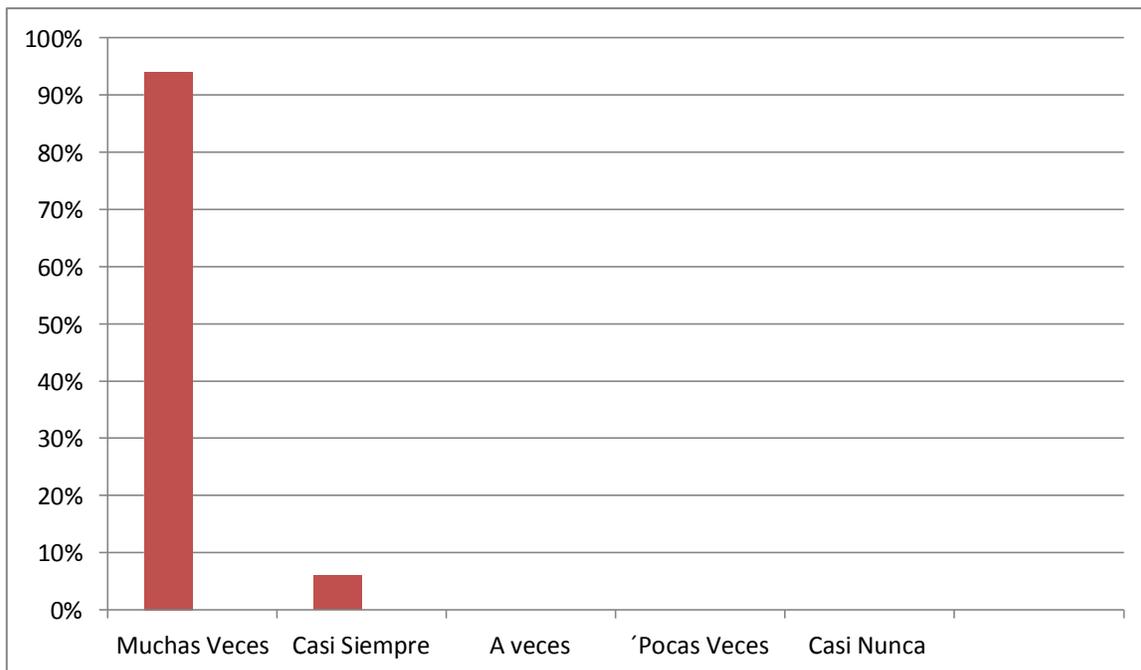
Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 ¿Existe variedad de productos para cubrir sus necesidades?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	64	94
Casi Siempre	4	6
A veces	0	0
Pocas Veces	0	0
Casi Nunca	0	0
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Gráfico 11 ¿Existe variedad de productos para cubrir sus necesidades?



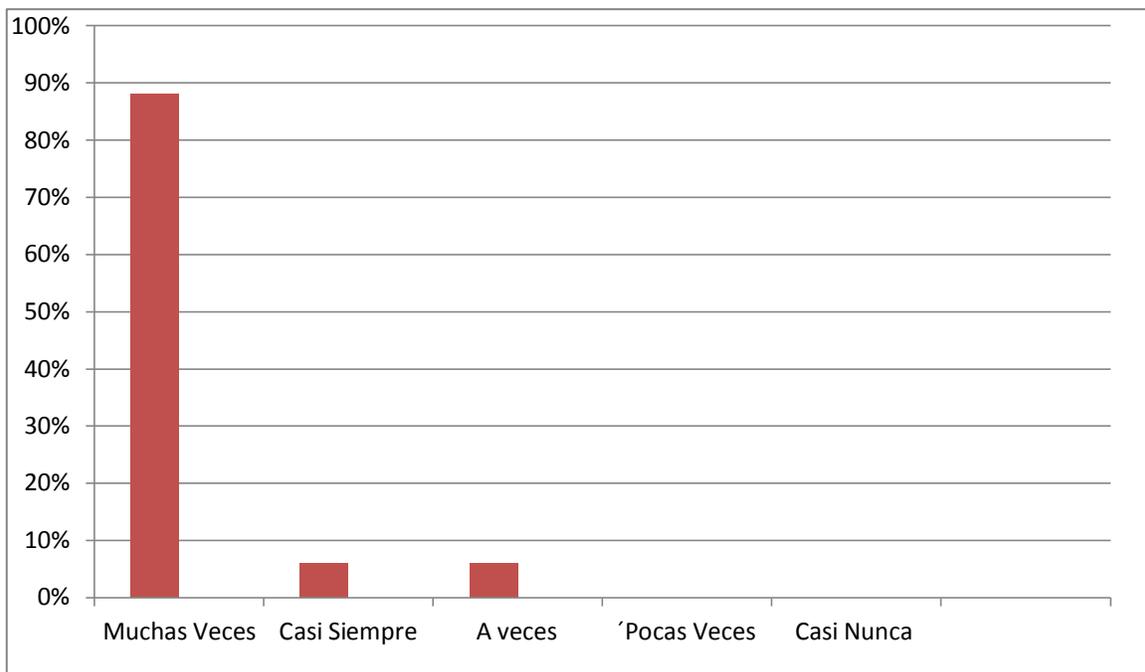
Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 ¿La empresa de ferretería es flexible ante la necesidad del cliente?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	60	88
Casi Siempre	4	6
A veces	4	6
Pocas Veces	0	0
Casi Nunca	0	0
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 12 ¿La empresa de ferretería es flexible ante la necesidad del cliente?



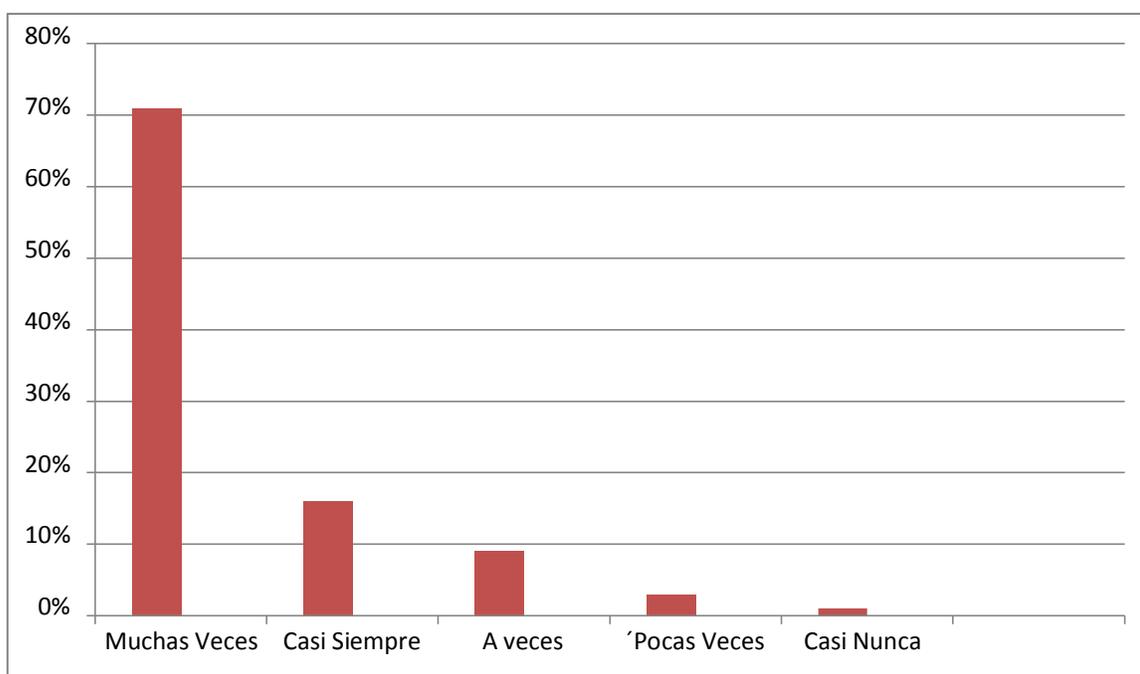
Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 ¿La ferretería hace uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	48	71
Casi Siempre	11	16
A veces	6	9
Pocas Veces	2	3
Casi Nunca	1	1
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 13 ¿La ferretería hace uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia?



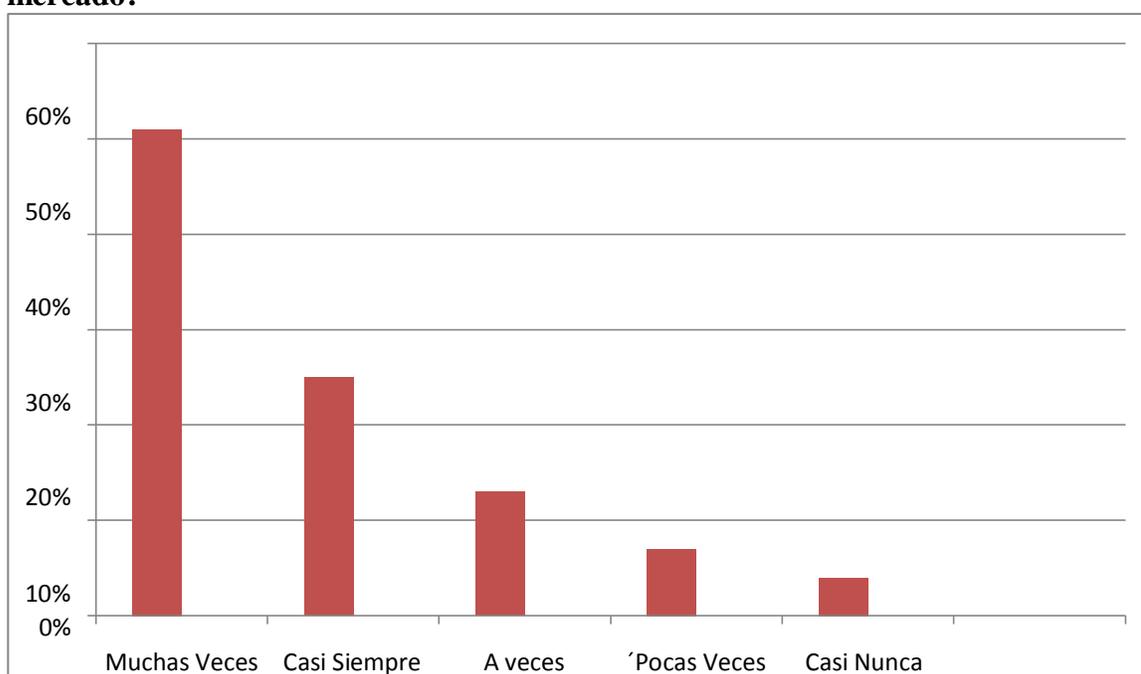
Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 ¿Usted considera que la ferretería responde con agilidad ante el cambio del mercado?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	35	51
Casi Siempre	16	25
A veces	9	13
Pocas Veces	5	7
Casi Nunca	3	4
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Grafico 14 ¿Usted considera que la ferretería responden con agilidad ante el cambio del mercado?



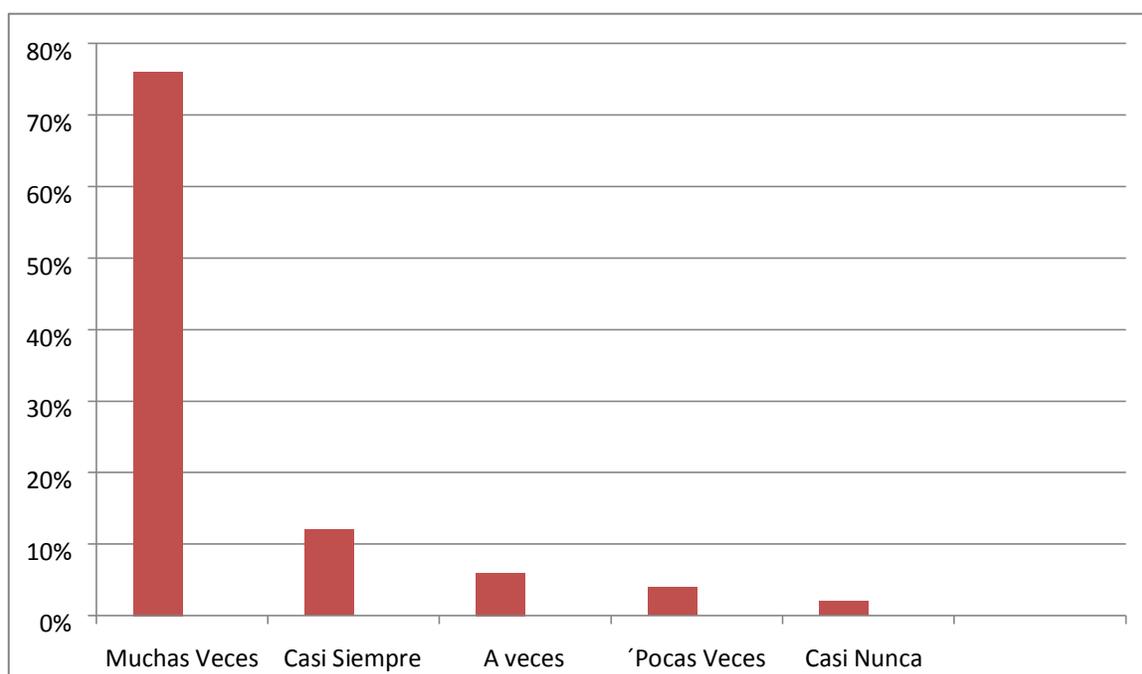
Fuente: Elaboración propia

Tabla 15 ¿Cree usted que la ferretería mejora su servicio continuamente?

OPCION	Fi	Hi (%)
Muchas Veces	52	76
Casi Siempre	8	12
A veces	4	6
Pocas Veces	3	4
Casi Nunca	1	2
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las ferreterías en el Distrito de Tumbes, 2018

Gráfico 15 ¿Cree usted que la ferretería mejora su servicio continuamente?



Fuente: Elaboración propia

5.1.1. RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

Cuadro 2 Resultados generales de la variable Gestión de Calidad

N°	ITEMS (PREGUNTA)	ALTERNATIVAS					RESULTADOS	MAXIAM CALIFICACION	CALIFICACION
		(5) Muchas veces	(4) Casi siempre	(3) A veces	(2) Pocas veces	(1) Casi nunca			
01	¿Cree usted que los productos que ofrecen la ferretería son de calidad?	42	11	7	5	3	288	340	0.85
02	¿El servicio que brinda la ferretería de entrega a domicilio es rápido y bueno?	37	15	9	5	2	284	340	0.84
03	¿Consideras que la ferretería cumple con las normas de gestión de calidad?	35	20	7	4	2	286	340	0.84
04	¿Cree usted que la ferretería brinda productos que cubren sus necesidades?	60	8	0	0	0	332	340	0.98
05	¿Usted considera que el personal que atiende en las ferretería es amable?	58	7	3	0	0	327	340	0.96
06	¿El personal de la ferretería, al presentarse un problema de compra toma decisiones para solucionarlo?	45	10	5	4	4	292	340	0.86
07	¿Cuándo le vende productos de ferretería para cubrir su necesidad, la empresa le brinda confianza de sus productos?	53	10	5	0	0	320	340	0.94

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.1. RESULTADO DE LAS DIMENSIONES DE GESTIÓN DE CALIDAD

DIMENSIÓN 1: CALIDAD TOTAL

$$\bar{x} = \frac{0.85+0.84+0.84}{3} = 0.843$$

DIMENSIÓN 2: ATENCION AL CLIENTE

$$\bar{x} = \frac{0.98 + 0.96 + 0.86 + 0.94}{4} = 0.935$$

5.1.1.2 RESULTADO DE LA VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD

$$\bar{x} = \frac{0.85 + 0.84 + 0.84 + 0.98 + 0.96 + 0.86 + 0.94}{7} = 0.895$$

5.1.2. RESULTADOS GENERALES DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

Cuadro 3 Resultados generales de la variable competitividad

N°	ITEMS (PREGUNTA)	ALTERNATIVAS					RESULTADOS	MAXIAM CALIFICACION	CALIFICACION
		(5) Muchas veces	(4) Casi siempre	(3) A veces	(2) Pocas veces	(1) Casi nunca			
01	¿Considera que la ferretería vende productos de calidad defendiéndose de la competencia?	47	12	3	4	2	302	340	0.89
02	¿La ferretería vende productos novedosos satisfaciendo las necesidades del cliente?	43	15	5	5	0	300	340	0.88
03	¿Consideras que los precios de los productos que ofrece la ferretería son competitivos?	56	5	5	2	0	319	340	0.94
04	¿Existe variedad de productos para cubrir sus necesidades?	64	4	0	0	0	336	340	0.99
05	¿La empresa de ferretería es flexible ante la necesidad del cliente?	60	4	4	0	0	328	340	0.97
06	¿La ferretería hace uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia?	48	11	6	2	1	307	340	0.90
07	¿Usted considera que la ferretería responde con agilidad ante el cambio del mercado?	35	16	9	5	3	279	340	0.82
08	¿Cree usted que la ferretería mejora su servicio continuamente?	52	8	4	3	1	311	340	0.91

Fuente: Elaboración propia

5.1.2.1. RESULTADO DE LAS DIMENSIONES DE COMPETITIVIDAD

DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIAS DE LA COMPETITIVIDAD

$$\bar{x} = \frac{0.89+0.88+0.94+0.99}{4} = 0.925$$

DIMENSIÓN 2: CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

$$\bar{x} = \frac{0.97 + 0.90 + 0.82 + 0.91}{4} = 0.90$$

5.1.2.2 RESULTADO DE LA VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD

$$\bar{x} = \frac{0.89 + 0.88 + 0.94 + 0.99 + 0.97 + 0.90 + 0.82 + 0.91}{8} = 0.912$$

5.2. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

5.2.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

5.2.1.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS GENERAL DE LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

Pregunta 1: Los clientes calificaron con 0.85 que los productos que ofrecen las ferreterías son de la calidad.

Pregunta 2: Los clientes calificaron con 0.84 que el servicio que brinda las ferreterías de entrega a domicilio es rápido y bueno.

Pregunta 3: Los clientes calificaron con 0.84 que las ferreterías cumplen con las normas de gestión de calidad.

Pregunta 4: Los clientes calificaron con 0.98 que las ferreterías brindan productos que cubren sus necesidades.

Pregunta 5: Los clientes calificaron con 0.96 que el personal que atiende en las ferreterías es amable.

Pregunta 6: Los clientes calificaron con 0.86 que el personal de las ferreterías, al presentarse un problema toma decisiones para solucionarlo.

Pregunta 7: Los clientes calificaron con 0.94 que las ferreterías les brinda confianza de sus productos.

5.2.1.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE GESTIÓN DE CALIDAD

DIMENSIÓN 1: CALIDAD TOTAL

La calidad total aplicada en las ferreterías calificó con un índice que asciende en 0.84.

DIMENSIÓN 2: ATENCIÓN AL CLIENTE

La atención al cliente aplicada en las ferreterías se calificó con un índice q asciende en 0.93

5.2.1.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD.

VARIABLE 1: La Gestión de Calidad de las MYPES del sector comercio, rubro ferretero se califica con un índice que asciende a 0.89

5.2.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD.

5.2.2.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS GENERAL DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD.

Pregunta 1: Los clientes calificaron con 0.89 que las ferreterías que venden productos de calidad se defienden de la competencia.

Pregunta 2: Los clientes calificaron con 0.88 que las ferreterías que venden productos novedosos satisfacen las necesidades del cliente.

Pregunta 3: Los clientes calificaron con 0.94 que los precios de los productos que ofrecen las ferreterías son competitivos.

Pregunta 4: Los clientes calificaron con 0.99 que existe variedad de productos para cubrir sus necesidades.

Pregunta 5: Los clientes calificaron con 0.97 que las empresas de ferreterías son flexibles ante la necesidad del cliente.

Pregunta 6: Los clientes calificaron con 0.90 que las ferreterías hacen uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia.

Pregunta 7: Los clientes calificaron con 0.82 que las ferreterías responden con agilidad ante el cambio del mercado.

Pregunta 8: Los clientes calificaron con 0.91 que las ferreterías mejoran su servicio continuamente.

5.2.2.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE COMPETITIVIDAD

DIMENSIÓN 1: ESTRATEGIA DE LA COMPETITIVIDAD

Las estrategias de la competitividad aplicada en las ferreterías se calificaron con un índice que asciende en 0.92.

DIMENSIÓN 2: CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

Los niveles determinantes de la competitividad consideradas en las ferreterías se calificó con un índice q asciende en 0.90

5.2.2.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

VARIABLE 2: La Competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro ferretero se califica con un índice que asciende a 0.91

VI. CONCLUSIONES

Los clientes manifestaron que la calidad total que presentan en la actualidad las micro y pequeñas empresas del rubro ferretero del distrito de Tumbes asciende a un promedio del 0.84. Ofreciendo productos de calidad, un buen servicio y cumpliendo con las normas de gestión de calidad.

Con respecto a la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferretero del distrito de Tumbes asciende en un promedio de 0.93. En la satisfacción de las necesidades con sus productos, brindando la confianza en la atención y tomando decisiones al presentarse un problema.

Con respecto a las estrategias de la competitividad los clientes manifestaron que las micro y pequeñas empresas ferreteras del distrito de Tumbes utilizan estrategias que ayudan a competir con otras ferreterías ascendiendo en un promedio de 0.92. En la calidad, innovación, costos y variedad de los productos.

Las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del rubro ferretero del distrito de Tumbes asciende en un promedio de 0.90 siendo flexibles ante la necesidad del cliente, ágiles ante la competencia y mejorando continuamente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar permanentemente capacitaciones al personal sobre diversos temas de atención al cliente, para el buen rendimiento y desempeño de cada trabajador.

Se recomienda a las micro y pequeñas empresas del rubro ferretero da brindar productos que contrarresten las necesidades del cliente con variedad de productos y a precios accesibles al cliente.

Se exhorta a las micro y pequeñas empresas del rubro ferretero a brindar una mayor prioridad e importancia a las estrategias competitivas, para contrarrestar las deficiencias que puedan presentarse en el negocio.

Se recomienda que las micro y pequeñas empresas rubro ferretero busquen asesorarse para cada día mejorar su negocio, con el objetivo de ser competitivos.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

7.1 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Osorio (2014). En su investigación “Factores Tangibles e Intangibles de competitividad de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en el estado de Colima”. (Pág. 93) - El Colegio de la Frontera Norte.

Carrera (2012). En su investigación “Factores que Intervienen en el Desarrollo de las Pymes del sector Manufacturero en cinco Municipales del Área Metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA”. (Pág. 138) – Universidad Autónoma de Nuevo León.

Savedra (2016). En su investigación “Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MyPes del Sector Comercio de Abarrotes en el Distrito de Juanjui, Periodo 2015-2016”. (Pág. 78) – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Silva (2016). En su Investigación “La Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro ferretero de la Avenida Marco Puente Llanos de la cuadra 1 a la 10, del Distrito de Ate, Provincia de Lima, Departamento de Lima periodo 2015”. (Pág. 83)
– Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Benítez (2016). En su Investigación “Caracterización de la Rentabilidad y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro de Ferreterías de la AV. Grau sector Oeste- Piura:2015”. (Pág.61) – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Poma (2016). En su Investigación “Caracterización de la Gestión de Calidad y Formalización de las MyPes en sector comercio, Rubro Ferreterías en la Provincia de Leoncio Prado Tingo María periodo 2015-2016”. (Pág. 95) – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Gonzales (2016). En su investigación “Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el uso de Instrumentos normativos de Gestión en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio, Rubro otros tipos de Transporte regular de Pasajeros por la vía Terrestre, en el Distrito de Huaraz, 2016”. (Pág. 88) – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Benítez (2016). En su Investigación “Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Pollerías del Distrito de Huamachuco, 2015”. (Pág. 49) – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Zavala (2016). En su Investigación “Caracterización de Financiamiento, Competitividad y Formalización de las MyPes del Sector Turístico, Rubro Hotelería del Distrito de Cabanaconde, Provincia de Caylloma, Región de Arequipa periodo 2014-2015”. (Pág. 68) - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Rosales (2015). En su Investigación “Gestionar la Calidad por Procesos para mejorar la Competitividad en la empresa GLOBAL PLASTIC S.A.C. los Olivos, 2015”. (Pag.66) – Universidad Cesar Vallejo.

Ugaz (2012). En su Investigación “Propuesta de Diseño e Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001-2008. Aplicado a una empresa de fabricación de lejías”. (Pág. 93) – Pontificia Universidad Católica del Perú.

Cruz (2016). En su Investigación “Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes, Rubro Banano Orgánico en Tumbes, 2016”. (Pág. 106) – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Feijoo (2016). En su Investigación “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MyPes Comerciales, Rubro Electrodomésticos tumbes, 2016”. (Pág.68) – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Vilela (2016). En su Investigación “Caracterización de la Calidad y Capacitación de las MyPes en Colegios Privados, Tumbes del Distrito de Zarumilla, 2016” (Pág. 87). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Herrera & Meneses (2013). En su Investigación “Logística de Aprovisionamiento y Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Ferretero del Distrito de Tumbes, 2013”. (Pág. 113.) – Universidad Nacional de Tumbes.

ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE CTIVIDADES

ACTIVIDADES DE LA TESIS	semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
FASE DEL PLANTEAMIENTO																
Elección del tema del proyecto de tesis	X															
Planteamiento del problema		x	x	x	x											
Revisión de bibliografía				x	x	X										
Revisión de borrador con el asesor			x	x	x											
Elaboración del marco teórico			x	x	x	X										
Planteamiento de la hipótesis		x	x	x												
Diseño de instrumentos					x	X	x									
Diseño de muestra						X	x	X								
Elaboración, presentación y aprobación del proyecto							x	X	x	x						
FASE DE EJECUCION																
Recolección de la información								x	x	x						
Organización de la información									x	x						
Aplicación de instrumentos										x	x	x				
Procesamiento de datos											x	x				
Análisis e interpretación de datos											x	x	x			
FASE DE COMUNICACIÓN																
Redacción inicial											x	x	x			
Elaboración del informe final												x	x			
Impresión y presentación													x	x	x	
Presentación y aprobación del informe de tesis														x	x	x

ANEXO 02: PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACION

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MATERIALES	1	Corrector	2.00	2.00
	1	Millar Hojas bond A4	11.00	11.00
	1	Lápiz	2.00	2.00
	2	Lapiceros	2.00	4.00
	1	Resaltador	3.50	3.50
	1	Engrapador	7.00	7.00
	1	Grapas	3.00	3.00
EQUIPOS	1	Laptop	2900.0	2900.0
SERVICIOS	1	Procesamiento informático	250.00	250.00
	1	Uso de Internet	400.00	400.00
	1	Refrigerio	120.00	120.00
	1	Fotocopias	50.00	50.00
	3	Impresiones (50 hojas)	1.00	150.00
MOVILIDAD	20	Movilidad Interna y Fronteriza	70.00	1400.0
TOTAL				5302.5

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 03: ENCUESTA

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

Estimado Sr (ra), me encuentro realizando un estudio de investigación para mi trabajo de Proyecto de investigación, titulado “Caracterización de Gestión de calidad y Competitividad de las Mypes en el Sector Comercio Rubro Ferretero en el Distrito de Tumbes 2017”, en el presente cuestionario deberán marcar con una aspa (X) SI o NO en cada de las preguntas, su aporte como trabajadora del es para mí de mucho valor.

La encuesta es Anónima y sola con fines académicos.

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

Dimensión: Calidad Total

¿Cree usted que los productos que ofrece la ferretería son de calidad?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Usted considera que el servicio que brinda la ferretería es de calidad?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Consideras que la ferretería cumple con las normas de gestión de calidad?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

Dimensión: Atención al cliente

¿Cree usted que la ferretería brinda productos que cubren sus necesidades?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Cuándo le vende productos de ferretería para cubrir su necesidad, la empresa le brinda confianza de sus productos?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿El personal de ferreterías que brinda el servicio de venta, al presentarse un problema de compra toma decisiones para solucionarlo?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Usted considera que el personal que atiende en las ferreterías es amable?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

VARIABLE: COMPETITIVIDAD

Dimensión: Estrategia de la competitividad

¿Considera que la ferretería vende productos de calidad para ser más competitivo?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Existe variedad de productos para cubrir sus necesidades?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Consideras que los precios de los productos que ofrece la ferretería son competitivos?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿La ferretería vende productos novedosos satisfaciendo las necesidades del cliente?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

Dimensión: Características de la competitividad

¿La empresa de ferretería es flexible ante la necesidad del cliente?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿La ferretería hace uso de la flexibilidad para responder ante el cambio de la competencia?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Cree usted que la ferretería mejora su servicio continuamente?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

¿Usted considera que la ferretería responden con agilidad ante el cambio del mercado?

Muchas Veces () Casi Siempre () A veces () Pocas Veces () Casi nunca ()

ANEXO 04: FOTOS

