



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

TITULO

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y
GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO TIENDAS DE ROPA PARA DAMAS EN
EL DISTRITO DE TUMBES, 2017.**

**INFORME DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Br. OLINDA KARYME ALVARADO JARAMILLO

ASESOR:

MGTR. LIC. ADM. JOSE FERNANDO ESCOBEDO GALVEZ

TUMBES-PERU

2018

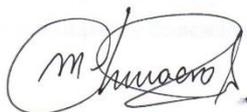
HOJA DE MIEMBROS DEL JURADO



Mgr. Lic. Adm. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS
PRESIDENTE



Mgr. Lic. Adm. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO
SECRETARIO



Lic. Adm. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA
VOCAL



Mgr. Lic. Adm. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por permitirme poder realizar este trabajo de investigación lo cual para mí es un orgullo porque a la vez me siento identificado con la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote en la cual es aquí donde me he formado, me educado he adquirido muchos aprendizajes, conocimientos con cada uno de los maestros en especial al profesor José Fernando Escobedo Gálvez porque es el quien me orienta cada día a poder seguir formándome en esta casa de estudios con su paciencia y motivación que me brinda, hace que siga adelante en mis estudios, esforzándome cada día que pasa para poder a cumplir todos mis sueños, mis metas, objetivos planteados.

También quiero agradecer a mis padres, a mi familia y amigos por estar siempre conmigo brindándome su apoyo para salir adelante, son ellos los que me motivan a salir adelante a pesar de todos los problemas, obstáculos que se me presentan hacen que no me rinde fácilmente y llegue siempre a mi meta para ser el orgullo de ellos, son quienes me dan ánimo, apoyo, compañía en los momentos más difíciles de mi vida, me dan el valor del esfuerzo, aconsejándome para poder llegar hacer realidad mis sueños y ser lo que muchos quieren que sea una gran profesional en la carrera de Administración.

AUTOR: OLINDA KARYME ALVARADO JARAMILLO

DEDICATORIA

Este trabajo de Investigación se lo dedico a Dios el creador de todas las cosas por permitirme estar aquí presente dándome fortalezas para poder salir adelante a pesar de las adversidades y también le agradezco por darme esos padres maravillosos lo cual también se lo dedico a ellos por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para hacer realidad mis estudios profesionales. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje porque gracias a mis padres he aprendido y valorado muchas cosas, les agradezco por confiar en mi persona y darme la educación que tanto anhelaba y ahora poco a poco que pasa el tiempo todos mis objetivos se me están cumpliendo, así mismo este trabajo va dedicado para mi docente, que me brinda sus saberes para el desarrollo de mi formación profesional.

AUTOR: OLINDA KARYME ALVARADO JARAMILLO

RESUMEN

El presente trabajo de Investigación denominado, “**CARACTERIZACION DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS DE ROPA PARA DAMAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017**”. Tuvo como problema general ¿Cómo se caracteriza la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017? En la cual mi objetivo general de la investigación es Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017, por la cual se determinó mediante el estudio de investigación.

La investigación fue de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimental, para lo cual se utilizó que había una población de Doce Tiendas Comerciales de Ropa para Damas a quienes se les se aplicara un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta.

Obteniéndose como siguiente conclusión de los resultados: en donde se ha quedado reflejado plenamente, que las MyPes afrontan al inicio de su entorno empresarial algunos problemas con respecto a la Competitividad y Gestión de Calidad. Sin embargo han desarrollado diferentes capacidades para sus negocios y poder ver la calidad de ropa que estas venden, también se ejecutan estrategias específicas para obtener una buena competitividad en el mercado, mejorando la calidad de ropa para damas que se ofrece.

Tiene como resultado tomar en cuenta el presente estudio para un mejor manejo de los recursos de las MyPes en el rubro de Tiendas Comerciales de Ropa para Damas a través de su Competitividad y Gestión de Calidad para no presentar problemas en el mercado.

Palabras claves.

Competitividad, Calidad y las MyPes.

ABSTRACT

This research work called, "CHARACTERIZATION OF THE COMPETITIVENESS AND QUALITY MANAGEMENT OF THE MYPES SECTOR TRADE RUBRO CLOTHING STORES FOR LADIES IN THE DISTRICT OF TUMBES, 2017". He had as a general problem How is the Competitiveness and Quality Management of the MyPes of the commerce sector characterized, clothing stores for ladies in the district of Tumbes, 2017? In which my general objective of the research is to describe the characterization of competitiveness and quality management of the MyPes, trade sector, clothing stores for ladies in the district of Tumbes, 2017, which was determined through the study of investigation. The research was descriptive, quantitative level and design of the research is non-experimental, for which it was used that there was a population of Twelve Clothing Stores for Ladies to whom a structured questionnaire was applied through the technique of the poll.

Obtaining as a following conclusion of the results: where it has been fully reflected, that the MyPes face at the beginning of their business environment some problems with respect to Competitiveness and Quality Management. However, they have developed different capacities for their businesses and to be able to see the quality of clothing they sell, they also execute specific strategies to obtain a good competitiveness in the market, improving the quality of women's clothing that is offered.

It has as a result to take into account the present study for a better management of the resources of the MyPes in the item of Commercial Stores of Clothing for Ladies through its Competitiveness and Quality Management to avoid presenting problems in the market.

Keywords.

Competitiveness, Quality and the MyPes.

INDICE

HOJA DE FIRMA DEL JURADO.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
INDICE	vii
I. INTRODUCCION.....	11
II. REVISION DE LA LITERATURA	21
2.1. ANTECEDENTES	21
2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES.....	29
2.2.1. COMPETITIVIDAD	29
2.2.1.1. DEFINICIÓN:	29
2.2.1.2. IMPORTANCIA:	30
2.2.1.3. VENTAJAS:	31
2.2.1.4. DESVENTAJAS:.....	31
2.2.1.5. TIPOS DE COMPETITIVIDAD:.....	32
2.2.2. GESTION DE CALIDAD	32
2.2.2.1. DEFINICION:	32
2.2.2.2. IMPORTANCIA:	33
2.2.2.3. VENTAJAS:	33
2.2.2.4. DESVENTAJAS:.....	34
2.2.2.5. TIPOS DE CALIDAD:	34
2.2.3. MYPES.....	34
2.2.4. DEFINICION DEL SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS COMERCIALES DE ROPA.....	35
III. HIPOTESIS	37
IV. METODOLOGIA	38
4.1. TIPO DE INVESTIGACION.....	38
4.2. NIVEL DE INVESTIGACION.....	38
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACION	38
4.4. POBLACION Y MUESTRA	39
Población.....	39
4.4.1 MUESTRA	40
4.5. VARIABLES Y OPERACIONALIZACION	41
4.5.1 VARIABLES.....	41

4.6	TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	43
4.6.1	TECNICAS	43
4.6.2	INSTRUMENTOS	44
4.7	PLAN DE ANALISIS.....	45
4.8	MATRIZ DE CONSISTENCIA	46
4.9	PRINCIPIOS ETICOS	47
V.	RESULTADOS.....	48
VI.	CONCLUSIONES.....	63
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:.....	66
	ANEXOS	69
	ANEXO 01 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	69
	ANEXO 02 PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	70
	ANEXO 03 VALIDACION Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	71
	ANEXO 04 LIBRO DE CODIGOS	86
	ANEXO 05 ENCUESTA.....	90
	ANEXO 06 FOTOGRAFIAS	92
	ANEXO 07 EVIDENCIA DEL TURNITIN.....	93

INDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 01.</i> Población de Investigación.....	39
<i>Cuadro 02.</i> Operacionalización de las Variables.....	41
<i>Cuadro 03.</i> Matriz de Consistencia: “Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del Sector Comercio Rubro Tiendas de Ropa para Damas en el Distrito de Tumbes”	46

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 01.</i> ¿Cómo considera los costos que brindan las empresas de tiendas de ropa para damas?.....	48
<i>Tabla 02.</i> ¿Cómo considera el precio de los productos?.....	48
<i>Tabla 03.</i> ¿Cómo considera usted la formación que la empresa les brinda a sus empleados?.	48
<i>Tabla 04.</i> ¿Usted como considera que son las técnicas de calidad de su empresa?.....	49
<i>Tabla 05.</i> ¿La competencia que tienen estas tiendas de ropa para damas son?	49
<i>Tabla 06.</i> ¿Los cambios que realizan las empresas en el mercado son?.....	49
<i>Tabla 07.</i> ¿Cómo considera usted al saber que la competitividad en el mercado brinda un buen servicio al cliente?.....	49
<i>Tabla 08.</i> ¿Cómo es el horario de atención al público?	49
<i>Tabla 09.</i> ¿Cómo es su desempeño laboral dentro de la empresa?	50
<i>Tabla 10.</i> ¿Usted cómo percibe que las empresas al aplicar una gestión de calidad le ayude a lograr sus objetivos?.....	50
<i>Tabla 11.</i> ¿Cómo considera que los canales de distribución ayuden a mejorar la competitividad?	50
<i>Tabla 12.</i> ¿Usted cómo percibe que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad?	50
<i>Tabla 13.</i> ¿Considera que tu canal de distribución es?	51
<i>Tabla 14.</i> ¿Usted como considera que los mayoristas o minoristas monitoreen por su producto y la marca?	51
<i>Tabla 15.</i> ¿Cómo considera que los canales de distribución centralicen decisiones básicas en la comercialización?.....	51
<i>Tabla 16.</i> ¿Los canales de distribución permiten vender sus productos en lugares de poco acceso?	51
<i>Tabla 17.</i> ¿Cómo considera usted que el tipo de canal de distribución que utiliza la empresa reduzcan costos?.....	52
<i>Tabla 18.</i> ¿Usted como considera el que coloquen el producto en un lugar de fácil acceso?.....	52
<i>Tabla 19.</i> ¿Cómo considera la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que utiliza la empresa?	52
<i>Tabla 20.</i> ¿Usted como considera que las ventas se realicen a través de catálogos?.....	52
<i>Tabla 21.</i> ¿Cómo es la atención de los empleados de la empresa de ropa para damas que usted acude frecuentemente?	53
<i>Tabla 22.</i> ¿La actitud del personal hacia usted es?	53

Tabla 23. ¿Cómo considera usted que es el espacio de espera de atención de las tiendas de ropa para damas?.....	53
Tabla 24. ¿Qué grado de satisfacción tiene un cliente que compra en dichas tiendas?	53
Tabla 25. ¿Cómo considera el servicio al cliente de hoy?	54
Tabla 26. ¿Cómo son las atenciones de quejas y reclamos que se brindan en las empresas de tiendas de ropa para damas?.....	54
Tabla 27. ¿Cómo es la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes?	54
Tabla 28. ¿Cómo considera el ambiente físico de las empresas?	54
Tabla 29. ¿Cómo son las estrategias que aplican las empresas para la satisfacción de los clientes?.....	54
Tabla 30. ¿Usted como considera que es la efectividad para el desarrollo de la empresa?	55
Tabla 31. ¿La calidad de los productos que brindan estas empresas son?.....	55
Tabla 32. ¿Cómo valora usted el servicio que brindan las empresas?.....	55
Tabla 33. ¿Qué le pareció la variedad de los productos de ropa para damas?.....	55
Tabla 34. ¿Desde su perspectiva como es la calidad de los productos que brindan estas empresas?.....	56
Tabla 35. ¿Cómo son las promociones que brindan dichas empresas?	56
Tabla 36. ¿Cómo califica la calidad de entrega de los productos?	56
Tabla 37. ¿Cómo califica la distribución de los productos en las tiendas de ropa?.....	56
Tabla 38. ¿Cómo es la rapidez de entrega de los productos que se dan en estas empresas?	56
Tabla 39. ¿Estas prendas de ropa comparada con otros productos, este producto es?	57
Tabla 40. ¿Cómo es el grado de satisfacción al momento de adquirir una prenda que a conciencia sabe que no es original?	57

I. INTRODUCCION

El presente trabajo denominado **“CARACTERIZACION DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTION DE CALIDAD DE LAS MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS DE ROPA PARA DAMAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017**. La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia de trabajo son MyPes del Distrito de Tumbes, dedicadas entre otras actividades al rubro de ropa para damas, en el distrito de Tumbes se han identificado que existen doce (12) MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema de la calidad de ropa que aquellas empresas del distrito de Tumbes, le ofrecen a cada uno de sus clientes, en donde se pretende investigar ¿Cómo se Caracteriza la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación ¿Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017? Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas de ropa no sea factible para la comodidad del cliente, para así posteriormente se hace poder determinar diferentes características que ayuden a la competitividad de calidad en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación.

Teniendo en claro que si las empresas en el rubro de tiendas de ropa para damas, quieren que sea un negocio de muy buena calidad y sobre todo sea competente en el mercado con el fin de que puedan satisfacer los deseos de cada uno de sus clientes que acuden a aquellas empresas. Si su producto que ofrecen es de muy buena

calidad, sus utilidades, la participación en el mercado y el crecimiento estarán presentes. Los clientes se preocupan en buscar aquel producto que tenga mejor rendimiento y con valor acorde a lo que se está ofreciendo para un buen beneficio de la población.

Así mismo nos dice que hoy en día el problema de las Mypes a nivel Internacional en las Revistas de Investigación UNMSM, *Choy (2010) "Competitividad de las micro y pequeñas empresas ante el tratado de libre comercio"* nos dice que las Mypes ante apertura reciente comercial concretamente el tratado de libre comercio es casi nula por tratarse de empresa que no son competitivas al mercado y que enfrenta muchos obstáculos para su desarrollo como problemas de acceso a los mercados, barreras tecnológicas y dificultades para obtener recursos de crédito del sector financiero, es por ello mismo que se dice que el tratado de libre comercio representa como una ayuda para los diferentes Países para que puedan alcanzar su crecimiento de comercio exterior, uno de los Países más avanzados en las empresas comerciales son los Estados Unidos, se requiere de competitividad en las empresas para que puedan llegar a alcanzar todos sus objetivos y sobre todo sea de gran beneficio para las MyPes. Así mismo en el Artículo SCIELO, *Ibarra (2017) "Competitividad Empresarial de las micro y pequeñas empresas manufactureras de Baja California"* nos dice que en el entorno de las empresas se conjugan gran cantidad de factores en el nivel de competitividad como son en la infraestructura, en el nivel educativo, en los mercados que brindan los diferentes productos o servicios para un buen desarrollo de cada una de las empresas, por ello que es importante incorporar diferentes cambios como son en la demanda, y la evolución de los mercados así como la generación de un buen ambiente para los negocios, todo aquello mencionado es muy importante para la competitividad de las micro y pequeñas empresas teniendo en cuenta los precios y

costos que las empresas van a ofrecer al mercado para satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, un buen éxito de una entidad es contar con productos de muy buena calidad, innovando día a día, servicios de muy buenas tecnologías, capacidad para desarrollar, aplicando estrategias a favor de su competitividad y mantener relaciones con las diferentes empresas llegando hacer competentes en el mercado.

Además en el nivel Nacional nos dice en el diario el COMERCIO, *Redacción EC (2017) "MyPes en zonas de emergencia accederán a préstamos con bono de buen pagador"* el impulso de financiamiento y la reactivación de los negocios afectados por el fenómeno del niño serán las prioridades del apoyo financiero entregado para las MyPes, el ejecutivo decidió otorgar financiamiento a los pequeños negocios perjudicados con un buen bono, con el beneficio de que cada una de las empresas puedan salir adelante sacando al mercado sus productos que permitirá que la Institución Financiera examine sus negocios e instalaciones para verificar si la cantidad que se les ha otorgado es utilizado para sus empresas llegando a ofrecer sus productos de muy buena calidad obteniendo como resultado una gran competencia en el mercado. Por ende en las noticias del diario la GESTION, *Cáceres (2016) "Que debe de tener en cuenta un empresario antes de tener un crédito en las MyPes"* Si bien cada uno de los negocios empiezan por casa del emprendedor uno de los primeros gastos que se debe de considerar es el alquiler cada vez son más los que dejan de ser trabajadores para convertirse en empresarios micro ya sea por una iniciativa o alguna necesidad de su entorno, la problemática de aquellas empresas es la competencia que existe en el mercado porque ante de ello debe de realizarse un estudio de mercado para ver la cantidad de competencia que existe, la gran tarea que se traerá es saber cuál es el margen del negocio las entidades financieras deben de enseñarles a sus solicitantes cuáles son sus activos, como hacer su estimación de venta y a base de ello medir hasta

cuanto pueden llegar a pedir y cuál es la capacidad de pago que genera el negocio es por ello mismo que los emprendedores deben de esforzarse día a día para ofrecer buenos productos, innovando, la realidad de hoy en día es que el mercado laboral es más exigente es por ello mismo que antes de llegar hacer un emprendedor, antes de sacar un negocio al mercado deberían de especializarse ya que las universidades brindan cada vez nuevas herramientas para desenvolverse en el ámbito profesional como laboral.

Por ende en el nivel Local nos dice en el diario LA REPUBLICA, *Pari (2017) "MyPes tributarán de acuerdo a sus utilidades"* desde este año un nuevo régimen tributario comenzó a regir en el País, se trata del Régimen Mype Tributario que otorga más facilidades a las micro y pequeñas empresas, la característica principal es que pagaran tributos de acuerdo a la utilidad y no a un monto fijo como otros regímenes. La condición para acogerse a este nuevo sistema es que los ingresos neto anuales de este negocio no superan las 1700 unidades impositivas tributarias(UIT), La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) dijo en particularidad que en cualquier actividad económica pueden ampararse a este régimen, pueden ser empresas que vendrán productos de muy buena calidad, empresas que vendan combustibles, de transportes, de construcción, de agencia de viajes, consultorios médicos, contables, además también actividades de ingeniera y asesoramiento empresarial para que cada una de las empresas que ofrecen sus productos al mercado puedan sobresalir más llegando a ser competentes en el mercado. El impuesto que pagaran las personas naturales y jurídicas será el impuesto general a las ventas y el impuesto a la renta, la problemática que tenían es que pagaban un impuesto muy elevado lo cual no permitía que las empresas no pudieran sobresalir antes tenían que tributar un monto fijo así sus utilidades sean altas o no, pero a medida

que pasa el tiempo el beneficio que hoy en día tienen es que se paga por cuotas mensuales y por una declaración anual uno de las relaciones de mis variables entre la competitividad y Gestión de Calidad es que hoy en día las empresas deben de sacar al mercado sus negocio aplicando las diferentes estrategias para mejorar su calidad de sus productos. Además, en el diario el CORREO, *Redacción (2014) "Estrategias Comerciales de las MyPes deben mejorar, señalan expertos"* Las MyPes deben de perder miedo al riesgo solo el 35% llega a sobrevivir, es por eso que la innovación es vital para su supervivencia.

La gran mayoría de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del País necesitan innovar y mejorar el nivel de estrategias comerciales debido a que no apuestan por posicionarse como líderes en el mercado, entre las principales problemáticas que presentan las MyPes está la falta de inversión en aspectos que le permitirán reforzar sus ventajas competitivas lo que ocasiona a que presenten una mayor vulnerabilidad ante el ingreso de empresas con mejores estándares en el mercado. Otra de los problemas que llegan a tener las micro y pequeñas empresas es la falta de capacitación de gestión empresarial para su expansión, tenemos también el escaso acceso al financiamiento al sistema formal cuando necesitan expandirse acuden a las ONG, pero también financistas informales que le duplican hasta les llegan a triplicar el costo. Es por eso que las empresas que sacan al mercado sus negocios son muy pocas las que llegan a sobresalir, por eso es importante que para poder mantenerse en el mercado refuercen sus conocimientos para tener una gestión adecuada, hay emprendedores con muy buenas ideas de negocios que no se mantienen en el mercado por la falta de un enfoque adecuado de su negocio.

La problemática que hoy en día existe en el Distrito de Tumbes es que las micro y pequeñas empresas de tiendas de ropa para damas existe una gran

competencia en el mercado y la falta de estrategias de marketing ya que es necesario mejorar la calidad de ropa que se vende para así lograr una buena competitividad en el mercado para el beneficio de los clientes de las empresas, ya que al tener las empresas una buena calidad de ropa van a tener una mayor clientela y sobre todo que aquellas sean competitivas en el mercado, es por ello que cada una de las entidades realicen un estudio o planteen diferentes estrategias para mejorar el desempeño de cada una de ellas con el fin de obtener mayores utilidades para un buen beneficio de las empresas como para los clientes.

Dentro del **ámbito externo** las Micro y Pequeñas empresas les implica Reconocer los aspectos claves del entorno que rodea el negocio y que influye de manera directa e indirecta, empleando la técnica de PESTEL se tienen la caracterización desde los político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal.

En lo Político existe un gran problema en las MyPes del Perú a que existe una baja productividad y competitividad, en su mayor parte cada una de las MyPes están basadas en el servicio de producción de bienes que no incluyen mayor innovación y nuevas tecnologías. Hoy en día las personas sacan al mercado un producto o servicio sin darse cuenta que no tiene una mayor competitividad, no tiene un buen desarrollo sostenible, que aseguren niveles de ingreso, de ahí la necesidad del estado es poder velar por cada uno de los actores lleguen a enfocarse en el desarrollo de emprendimiento de alto impacto, (Lozano, 2013).

Dentro del *Ámbito Económico* Las MyPes generaran un gran impacto, las economías que se encuentran más lejos de su estado estacionario tienen a presentar tasas más altas de crecimiento que las economías que están más cerca, la economía peruana representa en cada una de las MyPes gran seguridad, sobre todo estabilidad y un gran crecimiento económico. Así las empresas fortalecen gran cadenas productivas

y promueven que la economía se mantenga activa en zonas de limitado desarrollo, (Gomero, 2015).

En el *Ámbito Social* nos dice que las MyPes vienen tomando mayor posición a nivel mundial ya que muchas de las pequeñas y micro empresas que surgieron de la necesidad de ofrecer productos accesibles para todas las personas cuentan con mayor accesibilidad y eficiencia que las grandes empresas. Generan así una gran fuente económica para las personas, mejorando cada día la calidad de vida de cada una de ellas, es por eso mismo que los peruanos se sienten más seguros al formar una empresas porque esto le generara una gran competencia las que a su vez necesitan cubrir sus necesidades económicas, (Pinto, 2017).

Respecto al *Ámbito Tecnología* la implementación de nuevas tecnologías ha incrementado la productividad de las diferentes empresas, este conjunto de herramientas tecnológicas pueden mejorar cada uno de los procesos productivos con la finalidad de poder llegar ser competentes en el mercado. Aumentando así la rapidez de cada uno de sus productos, disminuyendo los costos para así contribuir en el mercado una gran ventaja competitiva, (Gonzales, 2014).

En el contexto del *Ámbito Ecológico* para aumentar la competitividad en las MyPes se requiere de una mejora en su entorno empresarial que tengan acceso a cada uno de los financiamientos, el desarrollo de los mercados de servicios empresariales con el apoyo de la innovación y la tecnología se puede llegar lejos con las empresas que sacan al mercado. Es así mismo que el estado exige a cada una de las empresas que cumplan con el crecimiento ecológico con la finalidad de poder maximizar sus activos sin perjudicar a la gestión ambiental en su productividad, (Ojeda, 2015).

En lo *Legal* en el Perú las micro y pequeñas empresas son actualmente de gran tendencia en su desarrollo económico, basándose en el sector empresarial que más produce, así mismo el gobierno peruano para su territorio legisla leyes en beneficio a las MyPes, la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, entre ellas la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, leyes que hacen que las empresas tengan una mayor productividad y logren una gran competencia en el mercado, (Sandoval, 2012).

Como enunciado del problema está ¿Cómo se caracteriza la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017? Así mismo mi objetivo general se define en Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017. Es por ello que mis objetivos específicos se caracterizan por Determinar los precios en la Competitividad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017; Conocer los tipos de canales de distribución en la Competitividad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017; Conocer el nivel de atención al cliente en la Gestión de Calidad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017; Describir la calidad de los productos en la Gestión de Calidad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017.

Por tal motivo en el campo de la justificación de la presente investigación, se justifica en lo práctico, por que utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar al rubro de tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, desde los aspectos de la Competitividad y Gestión de Calidad. Se justifica teóricamente porque

contiene una apertura de conocimiento de la competitividad y gestión de calidad, teniendo como base el uso de herramientas prácticas y de bajo costo que utilizan estas empresas en el distrito de Tumbes optimizando todos los procesos internos (Miller y Salkiu, 2002). Tiene una justificación metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso rubro de tiendas de ropa para damas. (Batista, 2006).

La investigación del presente trabajo va a permitir poder visualizar como se encuentran hoy en día las empresas de tiendas de ropa así mismo poder aplicar diferentes estrategias para un mejor nivel de competencia y calidad, saber así mismo el porqué de la competencia en el mercado. Por ende cada empresa se preocupa que sus clientes se sientan satisfechos con lo que ofrecen para que estos se sientan cómodos con lo que adquieren ya que los consumidores esperan obtener más de lo que se imaginan. Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a las MyPes el manejo del negocio motivándolo al cambio, para una mejor prestación de los servicios. (Batista, 2006).

Se justifica profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el título profesional de Licenciada en Administración. Se justifica por conveniencia porque permite conocer la realidad de la competitividad y gestión de calidad del rubro de tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de las MyPes.

Desde los factores metodológicos de la investigación esta es descriptiva; de nivel: Cuantitativo; con diseño: no experimental y de corte transversal, dado que las

características se recogerán sin variación alguna, y se obtendrán en un solo momento; las variables de la investigación son: Competitividad y Gestión de Calidad; las unidades económicas objeto de la investigación son doce (12) MyPes dedicadas al sector y rubro en estudio; la población de la variable gestión de calidad, por la naturaleza de sus objetivos específicos es infinita, involucrando a los clientes, con respecto a la variable competitividad la muestra es infinita; la aplicación de la muestra se aplicará fórmula para la segunda variable; de otro lado la recolección de información de aplicará a través de encuesta por medio del instrumento del cuestionario.

Por lo tanto se concluye que cada empresa de tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, se preocupa el que sus empleados obtengan y reciban una buena formación en relación a su trabajo, porque al tener sus trabajadores una buena formación hace que los clientes acudan a estas tiendas y sobre todo obtengan una buena atención por los empleados esto los conlleva a que puedan acudir frecuentemente a estas tiendas, es una ventaja para las empresas porque así los lleva a mejorar su calidad de ropa y ser competentes en el mercado para un buen beneficio de las tiendas.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1.ANTECEDENTES

Según, Sánchez (2014). En su investigación: *“Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una Pyme con mercado local; caso Fonix”* Tiene como propósito Proponer la implementación de un sistema de gestión de calidad internacional Norma ISO 9001, 2008 en la mediana empresa, con un diseño de investigación descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando normatividad, documentación, análisis situacional como instrumentos de recolección de datos concluyo que dentro de la clasificación de las Pymes el empresario de estas unidades económicas deberán estar conscientes o mercado de la cual se puede atender con cierto tipo de empresas.

Por consiguiente, Leal (2015). En su investigación: *“Hacia un Análisis Integral de la Competitividad Territorial: el caso del estado Querétaro”* tiene como propósito identificar de la literatura, un modelo regional de competitividad más amplio que permita incorporar en el análisis en el elemento humano así mismo desarrollando una metodología al contexto del estado de Querétaro, con un diseño de investigación descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando normatividad, documentación y análisis situacional como instrumentos de recolección de datos concluyo que hay una línea prácticamente invisible entre los recursos de competitividad y de desarrollo económico, hablar de uno es poder hablar del otro y dada la importancia que se ha cobrado el territorio, el análisis de la

competitividad territorial se ha convertido en tema crucial a pesar de las controversias.

Además, Kuderman (2010). En su investigación: *“Regionalización de Servicios en Empresas Transnacionales en Latinoamérica a partir del año 2000”* tiene como propósito investigar las ventajas competitivas que se logran explotar a través de la regionalización de servicios, con un diseño de investigación descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando normatividad, documentación y análisis situacional como instrumentos de recolección de datos concluyo que las ventajas competitivas se ven reforzadas con las decisiones estratégicas de las compañías que deciden deslocalizar encontrando ventajas de condiciones macroeconómicas favorables.

Es por ello que, Sánchez (2013). En su investigación: *“Un Sistema de Indicadores de Calidad para el Mejoramiento de Programas Universitarios en Administración”* tiene como propósito identificar los diferentes indicadores que contribuyan a mejorar cada uno de los programas universitarios colombianos de Administración de empresas, con un diseño de investigación descriptivo, una población de una empresa, aplicando normatividad, documentación y análisis situacional como instrumentos de recolección de datos concluyo que se pudieron encontrar los diferentes indicadores para un buen mejoramiento de las universidades colombianas con el fin de poder dar un buen cumplimiento de la totalidad de cada uno de los objetivos.

Seguidamente, Fuentes (2012). En su investigación: *“La Gestión de la Calidad Total en Nuevas Empresas de Bases Tecnológicas. Propuesta*

de modelo y validación en el parque Científico de Madrid” tiene como propósito de proponer y validar un modelo de Gestión de la Calidad Total para el parque científico de Madrid, con un diseño de investigación descriptivo, una población de una empresa, aplicando normatividad, documentación y análisis situacional como instrumentos de recolección de datos concluyo que la calidad hoy en día a evolucionado en etapas, a medida que pasa el tiempo la gestión de calidad reaparece con un interés primordial para el beneficio de cada uno de sus clientes y las necesidades de aquellos.

Según, Salinas (2013). En su investigación: *“Curvas de Liberación de Calidad como Herramientas para la Gestión de Proyectos”* tiene como propósito identificar las mejoras de calidad u normas para el proyecto y el producto como herramientas de la gestión, con un diseño de investigación descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando así mismo normatividad, documentación análisis situacional como instrumentos de recolección de datos, concluyo que la calidad y el control de proyectos hoy en día trabajan interrelacionados ya que antes cada quien trabajaba por su cuenta de manera independiente pero a medida que pasa el tiempo ahora trabajan unidos con un solo propósitos de mejorar su calidad.

Por consiguiente, Álvarez (2014). En su investigación: *“Propuesta de un modelo de Gestión Financiera para una asociación de Mypes del Sector metalmecánico con el objetivo de aumentar su producción, competitividad y mejorar su gestión para poder abastecer grandes pedidos”* Tiene como propósito determinar las diferentes estrategias

que conlleven a un buen aumento en su productividad y competitividad hacia el mercado, con un diseño de investigación descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando normatividad, documentación, análisis financiero como instrumentos de recolección de datos concluyo que a medida que pasan los años las posibilidades para un buen desarrollo de las Mypes es necesario llegarlas a capacitar y prepararlas para que participen en mercados de mucha demanda y sobre todo de bastante competencia.

Es por ello que, Ocola (2015). En su investigación: *“La Mejora Continua y su relación con la Calidad de Servicio de la Modalidad de atención al Usuario en el Hospital del Niño, distrito de Breña”* Tiene como propósito poder conocer la relación existente entre la calidad de servicio y la modalidad del usuario en el hospital del niño, con un diseño de investigación descriptivo, la población lo conforman los pacientes que acuden al hospital en este caso es de doscientos quince pacientes que son atendidos diariamente en el distrito de Breña, aplicando normatividad, documentación y análisis situacional como instrumentos de recolección de datos, concluyo que realizaron un plan de mejora continua para una buena atención de servicio satisfaciendo así las necesidades de cada uno de los pacientes, llegando a atenderlos de manera rápida y eficiente.

Seguidamente, Hermoza (2015). En su investigación: *“Evaluación de los Objetivos de la Implementación del plan de Calidad e tres proyectos de Edificaciones de una misma empresa en la Ciudad de Lima”* tiene como propósito analizar la mejora continua de los

beneficios que se realizaran con los reales de calidad en la implementación de edificaciones, con un diseño de investigación descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando normatividad, entrevistas, grabación, transcripción, documentación, análisis situacional como instrumentos de recolección de datos, concluyo que la calidad se ve en la persona que ejerce su trabajo obteniendo así buenos resultados para las entidades con el fin de poder salir adelante llegando a capacitar a cada trabajador para que ejerza su trabajo de manera eficaz en beneficio a la empresa y a su persona ya que esto ayuda en la implementación de cada una de las edificaciones.

Por consiguiente, Vela (2016). En su investigación: *“La Competitividad y la Integración Económica de América Latina: Caso de Comunidad Andina de Naciones 2006-2014”* tiene como propósito de determinar como la competitividad influye en la comunidad andina de américa latina, con un diseño de investigación descriptivo y explicativo con una población de cuatro países que integran a américa latina, aplicando así normatividad, documentación, análisis situacional, análisis económico como instrumentos de recolección de datos, concluyo que para que pueda influenciar la competitividad en la comunidad andina de américa latina se tiene que tener un buen crecimiento económico para que así pueda obtener una buena rentabilidad y sobre una buena calidad de servicio.

Según, Feijoo (2016). En su investigación: *“Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MyPes Comerciales rubro Electrodomésticos Tumbes, 2016”*. Tiene como propósito estudiar los

niveles de capacitación en la empresa comercial de Electrodomésticos para ver su funcionamiento en cada uno de sus cargos para la detección de algún error hacia un futuro, con un diseño de investigación descriptivo, con una población de cuatro empresas que se dedican al rubro de electrodomésticos en la ciudad de Tumbes, aplicando cuadro de tabulación, cronograma de actividades, análisis cuantitativo, aplicación de encuestas como instrumentos de recolección de datos así mismo concluyo que hoy en día las empresas de Tumbes son capacitados sus trabajadores para un buen desarrollo pero de forma anual, ya que ellos necesitan que los capaciten constantemente para una buena competencia al mercado, solo los trabajadores se preocupan por recibir todos sus beneficios pero no por ser reconocidos en el mercado.

Seguidamente, Villalta (2016). En su investigación: *“Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las Mypes rubro Metalmecánica Tumbes, 2016”* Tiene como propósito Conocer las diferentes estrategias para mejorar el nivel de competitividad y capacitación de la Mypes rubro Metalmecánica, con un diseño de investigación descriptivo, una población de ocho empresas dedicadas al rubro metalmecánica, aplicando así mismo normatividad, análisis cuantitativo a través de los cuestionarios, como instrumentos de recolección de datos concluyo que al momento de aplicar las diferentes estrategias competitivas en la empresas resultan provechosas con un buen desarrollo sostenible pudiendo así identificar cuáles son las deficiencias que están pasando las empresas, con el

objetivo de poder mejorar y brindar un buen servicio de calidad para la población y así resulte beneficioso para las MyPes.

Es por ello que, Dioses (2015). En su investigación: *“Evaluación de la Calidad de Servicio del Hotel Boulevard de la Provincia de Zarumilla Departamento de Tumbes, 2015”* Tiene como propósito Evaluar la Calidad de Servicio del Hotel Boulevard en la provincia de Zarumilla del departamento de Tumbes, con un diseño de investigación descriptivo, una población del total de la empresa, aplicando normatividad, observación, entrevista, revisión documental como instrumentos de recolección de datos, concluyo que la calidad de servicio que se brinda en el Hotel Boulevard de Zarumilla es alta por lo que la mayoría de la población acude a esta empresa, tiene sus buenas comodidades cada año que paso mejoran más su infraestructura por la gran competencia que existe en el mercado, cuentan con todos los servicios que el cliente necesita para satisfacer sus necesidades.

Por consiguiente, Cruz (2016). En su investigación: *“Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad en las Mypes rubro Banano Orgánico en la ciudad de Tumbes, 2016”*. Tiene como propósito de analizar los diferentes factores que resulten beneficiosas para las empresas y conocer las estrategias que los conlleven a buenas ventajas competitivas, con un diseño descriptivo, la población se toma en cuenta con los trabajadores que laboran en la empresa con un promedio de cuarenta trabajadores, aplicando así mismo normatividad, documentación, análisis situacional como instrumentos

de recolección de datos, concluyo que uno de los factores que se logró de forma simultánea en la empresa es la innovación es aquí donde gracias a ella la empresa de banano orgánico cada día mejora su calidad de productos esto les genera una buena demanda en el mercado trayendo consigo estrategias que les ayude a tener una mayor productividad.

Seguidamente, Alvarado (2017). En su investigación: *“Percepción sobre la Calidad de Atención del Parto Vaginal en el Hospital Sagaro II de Tumbes, 2016”* Tiene como propósito determinar la calidad de atención que se viene dando en el Hospital Regional Jamo II, con un diseño descriptivo, la población en este caso es de once pacientes atendidas en el Hospital de parto vaginal, aplicando normatividad, documentación, análisis situacional como instrumentos de recolección de datos concluyo que hoy en día la ciencia está muy avanzada por lo general brindan una buena calidad de atención a cada una de sus pacientes con respecto al parto vaginal.

2.2.BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. COMPETITIVIDAD

2.2.1.1. DEFINICIÓN:

Según *Castro (2010)*. Se le llama competencia a la cantidad de números de empresas que se dedican a vender y a ofrecer cada uno de sus productos al mercado. Las empresas hoy en día deben de lograr sacar adelante sus productos que van a ofrecer, existe demasiada competencia en el mercado por lo general cada directivo antes de poder sacar su negocio debe de realizar las diferentes estrategias para poder llegar a tomar distintas decisiones con la finalidad de poder sobrellevar la competencia existente en el mercado, es así como lo define el autor la mayoría de las personas que inician un negocio debe de estar basado en cada una de estrategias empresariales realizando sus objetivos cuales van hacer sus propuestas de mejora, ningún propietario debe de sacar al mercado su negocio sin antes tener bien planteada su misión, visión y sobre todo ver cuál va hacer su mercado meta, obteniendo una buena demanda en el mercado. Se dice que la intensidad competitiva se define como la cantidad total de acciones que cada una de las empresas viene realizando en un periodo determinado, una empresa que se dedica a mejorar sus productos que son sacados al mercado enfrentándose a sus rivales se le llama una competencia activa capaz de sobresalir de la competencia.

Según *Aguirre (2014)*. Este autor nos dice que la competitividad es cuando las diferentes empresas o naciones compiten entre sí, las entidades para lograr un buen desarrollo en el mercado en relación con su competencia debe de mejorar en la calidad de los servicios que ofrecen, en la productividad, así mismo nos da a entender que nos raras las empresas que llegan a plantear buenas estrategias estos los conlleva a un fracaso en sus negocios el no cumplir con cada uno de los objetivos que se plantean, a medida que va pasando el tiempo cada empresa tiene que esforzarse por sacar nuevos productos que les llame la atención a los clientes rescatando de ello una buena innovación.

Por lo tanto, la competencia es un factor esencial que todas las empresas tiene que tener presente, la competitividad hace que las empresas lleguen a innovar cada día, utilizando así buenas tecnologías para su productividad y satisfacción de sus clientes, esto hace que logren una buena eficiencia en el mercado y brindar un buen servicio de calidad.

2.2.1.2.IMPORTANCIA:

Según *Ibarra (2013)*. La importancia de la competitividad es que las empresas deben de comprender cada uno de los caminos por lo cual las empresas llegan a competir entre sí, las diferentes estrategias con importantes en las diferentes empresas para que lleguen a mejorar en la venta de sus productos con la finalidad de ofrecer buenos servicios a los clientes llegando a satisfacerlos en

cada una de sus necesidades y sobre todo estén al alcance de su economía, si las empresas llegan a obtener buenas estrategias son capaces de llegar al éxito resultando así un gran beneficio para las entidades, si bien es cierto las empresas que tienen mayor dinero son las que no llegan a alcanzar sus objetivos son las que obtienen el fracaso muchas veces, pero las que tienen claros sus objetivos, sus metas bien planteadas, estrategias bien aplicadas esas son las que obtienen buenos beneficios como resultado llegando así al éxito.

2.2.1.3. VENTAJAS: Según *Ibarra (2013)*.

- ✓ Una de las ventajas es que las empresas se esfuerzan con sacar buenos productos al mercado con buenos tributos apreciados por sus clientes.
- ✓ Ofrecer a cada uno de sus clientes buenos productos con un mínimo costo que les lleve a adquirir sus servicios.
- ✓ Mejorar sus productos, llegando a innovar para el buen éxito de las empresas.

2.2.1.4. DESVENTAJAS: Según *Ibarra (2013)*.

- ✓ Existe demasiada competencia hoy en día en el mercado.
- ✓ Las empresas no llegan al éxito por la falta de estrategias.
- ✓ La falta de organización en los trabajadores esto hace que las empresas no cumplan sus objetivos, no teniendo claro sus ideas.

2.2.1.5. TIPOS DE COMPETITIVIDAD: Según *Fernández (2014)*.

Competitividad Sistémica: Es una competencia relacionada con las opiniones que dan cada uno de sus directivos sean capaces de mantener y desarrollar un dialogo activo para el fortalecimiento de las empresas.

Competitividad Dinámica: Este tipo de competitividad se basa en la dinámica que tiene los trabajadores para lograr que sus productos salgan a la venta enfocarse así al mejoramiento de servicio al cliente.

2.2.2. GESTION DE CALIDAD

2.2.2.1. DEFINICION:

Según *Ávila (2010)*. Nos dice que la calidad hoy en día es una necesidad para las personas para mejorar su productividad asegurar así mismo su mercado, logrando permanecer en el, calidad es el conjunto de características o cualidades que tiene un producto o cosa que se quiera lograr vender, beneficiando a los clientes, está relacionado con la competitividad porque si es que los inversionistas no sacan un buen producto de buena calidad no pueden obtener una buena competencia en el mercado.

Para *Díaz (2010)*. Quiere decir que la calidad es un factor necesario que las empresas deben de tener, la calidad se basa en todas las expectativas que sus consumidores desean obtener utilizando diferentes recursos como son la tecnología, las innovaciones, entre otras ya que de esta manera las empresas

logran ser competentes en el mercado y ante la sociedad en general.

Por lo tanto, la calidad es una herramienta básica para las empresas, es la caracterización de los productos, logrando ser la percepción del cliente, llamando su atención, la calidad es capaz de lograr mejorar las condiciones sacando al mercado más de lo que el cliente desea esperar a un precio accesible.

2.2.2.2. IMPORTANCIA:

Según *Batista (2015)*. Es importante que la gestión de calidad esté presente en las etapas de la producción con la finalidad de poder salir adelante, sacando sus productos o servicios al mercado, si no hay una buena calidad de productos jamás las empresas serían exitosas, es por tal motivo que la calidad es un factor muy necesario porque ayuda a que las entidades obtengan una mayor demanda, teniendo presente las necesidades de cada uno de sus clientes.

2.2.2.3. VENTAJAS: Según *Batista (2015)*.

- ✓ Mejora la capacidad de flexibilidad ante las oportunidades que se cambian con el tiempo en el mercado.
- ✓ Realizando una comunicación fluida con cada uno de los objetivos de calidad se llega a obtener una buena coordinación en las empresas.
- ✓ La calidad de los productos mejora la innovación en las empresas resultando un beneficio para aquellas.

2.2.2.4. DESVENTAJAS: Según *Batista (2015)*.

- ✓ La baja productividad eleva los costos en el control de calidad.
- ✓ Que en la calidad no exista un vínculo directo con cada uno de los clientes.
- ✓ Que no crean un ambiente interno donde el personal que labora en las empresas no se involucren con los objetivos de aquellas.

2.2.2.5. TIPOS DE CALIDAD: Según *Deming (2013)*.

Calidad de Diseño: Se desea diseñar un buen producto que garanticen la accesibilidad por parte de los consumidores.

Calidad de Servicio: Se trata cuando los consumidores tienen en su poder los productos que compraron y así mismo ven la calidad que ofrecen las empresas.

Calidad Total (TQM): Es un aspecto que busca mejorar la calidad de los productos en beneficio a los clientes.

2.2.3. MYPES

La ley 28015 es la ley de las micro y pequeñas empresas MyPes esta ley tiene por objetivo desarrollar la competitividad, la formación de las micro y pequeñas empresas por ende también se preocupa que las empresas brinden un buen servicio al mercado con la finalidad de poder subir su productividad para que estas obtengan así una mayor demanda, se dice también que las MyPes solo abarca un límite de trabajadores de acuerdo a ley las micro y pequeñas empresas debe de contar con uno a diez trabajadores,

mientras que las pequeñas y medianas empresas cuentan con uno hasta llegar a los cincuenta trabajadores es por ello mismo que para poder realizar nuestro proyecto de investigación debemos de saber el objetivo de esta ley, cuáles son sus beneficios que otorgan a las distintas empresas, las ventas anuales que debe de llegar a tener una MyPe es de ciento cincuenta unidades impositivas tributarias como también las PyMe el monto máximo que deben de llegar a alcanzar son los ochocientos cincuenta unidades impositivas tributarias, los beneficios que llegan a brindar las micro y pequeñas empresas son líneas de estrategias que permiten que las empresas tengan una buena capacitación recalcando en ello distintas ideas de aprendizajes y conocimientos acerca de la competitividad para llegar a obtener buena productividad, incentiva a los actores a un buen desarrollo e implementación de sus instrumentos. El estado se preocupa que las MyPes obtengan buenos resultados facilitando de esta manera a accesibilidad de sectores empresariales que ayuden a la potencialidad de la competitividad otorgando de esta manera nuevos y grandes emprendimientos favorables para las empresas.

2.2.4. DEFINICION DEL SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS COMERCIALES DE ROPA

Según *Díaz (2016)*. Una tienda es un establecimiento comercial donde los que conforman las empresas se preocupan por brindar un buen servicio de sus productos optando el que sus clientes

adquieran dichos productos satisfaciendo sus necesidades siempre y cuando los vendan a un precio económico, existe demasiada competencia hoy en día gracias a la innovación las empresas logran aplicar distintas estrategias con la finalidad de sobresalir al mercado buscando así las distintas razones para que estas lleguen al éxito, innovando día a día, capacitando a su personal para ofrecer buenos servicios a los consumidores.

III. HIPOTESIS

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. METODOLOGIA

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 INVESTIGACION

La investigación fue de nivel CUANTITATIVO porque confirma la obtención de datos sin manipularlos (Bernal, 2010).

4.3 DISEÑO DE INVESTIGACION

La investigación es de diseño NO EXPERIMENTAL dado que los datos se obtienen 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.

Dónde:

M = Muestra conformada por los clientes de tiendas de ropa para damas, en el distrito de Tumbes.

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



M : Muestra

O : Observación de la Muestra.

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 tiendas de ropa para damas, doce (12) MYPES dedicadas al comercio de tiendas de ropa para damas.

P2: La población para la variable competitividad se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de tiendas de ropa para damas, doce (12) MYPES dedicadas al comercio del rubro ya mencionado.

Cuadro 01. Población de Investigación.

Ord.	RAZON SOCIAL	N° DE PROPIETARIOS
01	Novedades Elian	1
02	Novedades Juni Heydee	1
03	Tiendas Pasiones	1
04	Novedades Alberca	1
05	Tiendas Mitika	1
06	Tiendas Florcita	1
07	Novedades Jhomi	1
08	Tiendas Mi Abisai	1
09	7 Dias de Moda	1
10	Tiendas Reyna	1
11	Novedades Katty	1
12	Novedades Dilu	1
		12

Fuente: Elaboración propia.

4.4.1 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 Competitividad y Gestión de Calidad, en ambos casos se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

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

Dónde:

n = a ser estudiada

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

p = Probabilidad 0.5%

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

q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

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

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

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

$$n = 67.65$$

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

La muestra asciende a 68 clientes para la variable Competitividad y Gestión de Calidad en las MYPES, sector comercio – rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017.

4.5 VARIABLES Y OPERACIONALIZACION

4.5.1 VARIABLES

VARIABLE 01 : COMPETITIVIDAD

VARIABLE 02 : GESTION DE CALIDAD

DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD						
VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	MEDICION
COMPETITIVIDAD	GARCES (2005) define a la competitividad que tienen las empresas de mantener ventajas competitivas que lleguen al éxito del negocio.	Permiten que las empresas tengan una mejor calidad de sus productos para una competitividad en el mercado.	PRECIOS	Costos	¿Cómo considera los costos que brindan las empresas de tiendas de ropa para damas?	Escala de Likert
				Precios	¿Cómo considera el precio de los productos?	Escala de Likert
				Formación	¿Cómo considera usted la formación que la empresa les brinda a sus empleados?	Escala de Likert
				Técnicas de Calidad	¿Usted como considera que son las técnicas de calidad de su empresa?	Escala de Likert
				Competencia	¿La competencia que tienen estas tiendas de ropa para damas son?	Escala de Likert
				Cambios	¿Los cambios que realizan las empresas en el mercado son?	Escala de Likert
				Servicio	¿Cómo considera usted al saber que la competitividad en el mercado brinda un buen servicio al cliente?	Escala de Likert
				Horario de atención	¿Cómo es el horario de atención al público?	Escala de Likert
				Desempeño Laboral	¿Cómo es su desempeño laboral dentro de la empresa?	Escala de Likert
				Gestión de Calidad	¿Usted cómo percibe que las empresas al aplicar una gestión de	Escala de Likert

					calidad le ayude a lograr sus objetivos?	
			CANAL DE DISTRIBUCION	Canales de Distribución	¿Cómo considera que los canales de distribución ayuden a mejorar la competitividad?	Escala de Likert
				Circulación del Producto	¿Usted cómo percibe que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad?	Escala de Likert
				Canal de Distribución	¿Considera que tu canal de distribución es?	Escala de Likert
				Producto y Marca	¿Usted como considera que los mayoristas o minoristas monitoreen por su producto y la marca?	Escala de Likert
				Decisiones Básicas	¿Cómo considera que los canales de distribución centralicen decisiones básicas en la comercialización ?	Escala de Likert
				Productos	¿Los canales de distribución permiten vender sus productos en lugares de poco acceso?	Escala de Likert
				Tipos de Canal de Distribución	¿Cómo considera usted que el tipo de canal de distribución que utiliza la empresa reduzcan costos?	Escala de Likert
				Productos	¿Usted como considera el que coloquen el producto en un lugar de fácil acceso?	Escala de Likert
				Capacidad Financiera	¿Cómo considera la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que	Escala de Likert

					utiliza la empresa?	
				Ventas	¿Usted como considera que las ventas se realicen a través de catálogos?	Escala de Likert

Cuadro 02. Operacionalización de las Variables

DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD						
VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	MEDICION
GESTION DE CALIDAD	URIBE (2011) define a la gestión de calidad como aquellas actividades orientadas a desarrollar un buen negocio al mercado, llegando a la conformidad de cada uno de los clientes con los productos que adquieran.	Aplicar estrategias sobre la mejora continua de los productos y servicios de las MyPes.	ATENCION AL CLIENTE	Atención	¿Cómo es la atención de los empleados de la empresa de ropa para damas que usted acude frecuentemente?	Escala de Likert
				Actitud	¿La actitud del personal hacia usted es?	Escala de Likert
				Espacio de Espera	¿Cómo considera usted que es el espacio de espera de atención de las tiendas de ropa para damas?	Escala de Likert
				Satisfacción	¿Qué grado de satisfacción tiene un cliente que compra en dichas tiendas?	Escala de Likert
				Servicio	¿Cómo considera el servicio al cliente de hoy?	Escala de Likert
				Atenciones	¿Cómo son las atenciones de quejas y reclamos que se brindan en las empresas de tiendas de ropa para damas?	Escala de Likert
				Comprensión	¿Cómo es la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes?	Escala de Likert
				Ambiente Físico	¿Cómo considera el ambiente físico de las empresas?	Escala de Likert
				Estrategias	¿Cómo son las estrategias que aplican las empresas para la satisfacción de los clientes?	Escala de Likert
			Efectividad	¿Usted como considera que es la efectividad para el desarrollo de la empresa?	Escala de Likert	
			CALIDAD DE PRODUCTOS	Calidad	¿La calidad de los productos que brindan estas empresas son?	Escala de Likert
				Servicio	¿Cómo valora usted el servicio que brindan las empresas?	Escala de Likert
				Variedad	¿Qué le pareció la variedad de los productos de ropa para damas?	Escala de Likert
				Calidad	¿Desde su perspectiva como es la calidad de los productos que brindan estas empresas?	Escala de Likert
				Promociones	¿Cómo son las promociones que brindan	Escala de Likert

					dichas empresas?	
				Calidad de entrega	¿Cómo califica la calidad de entrega de los productos?	Escala de Likert
				Distribución	¿Cómo califica la distribución de los productos en las tiendas de ropa?	Escala de Likert
				Rapidez	¿Cómo es la rapidez de entrega de los productos que se dan en estas empresas?	Escala de Likert
				Productos	¿Estas prendas de ropa comparada con otros productos, este producto es?	Escala de Likert
				Satisfacción	¿Cómo es el grado de satisfacción al momento de adquirir una prenda que a conciencia sabe que no es original?	Escala de Likert

4.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

4.6.1 TECNICAS

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de las doce tiendas de ropa para damas en el Distrito de Tumbes durante el año 2017.

Cuestionarios: Se hizo uso de un cuestionario para los diferentes clientes que acuden frecuentemente a las diferentes empresas de tiendas de ropa para damas con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar nuestro trabajo de investigación acerca de la competitividad y gestión de calidad.

Observación Directa: Se hizo uso de las diferentes guías, en la cual nos permitió conocer las diferentes opiniones acerca de la competitividad y gestión de calidad del rubro comercio de las tiendas de ropa para damas, y a la vez poder identificar cual es el problema que atraviesan estas empresas en nuestra investigación que vamos a realizar.

Datos Bibliográficos: Se hizo uso de los datos bibliográficos para conocer las diferentes opiniones de cada uno de los autores que tiempos atrás realizaron su investigación acerca del sector comercio y así poder el tipo de investigación que realizaron en la competitividad y gestión de calidad de las MyPes de tiendas de ropa para damas.

4.6.2 INSTRUMENTOS

Para García, (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 obtienen de la muestra.

Encuestas: Se realizó una encuesta a los clientes de las tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes con el objetivo de poder recaudar las diferentes opiniones acerca de las tiendas

que laboran, que nos puedan brindar sus conocimientos en relación a la competitividad que tienen las empresas de ropa.

Cronograma de Actividades: En mi trabajo de investigación considere el cronograma de actividades como un instrumento importante porque nos ayudó a conocer y establecer las fechas y semanas establecidas en la que se tendrá en cuenta para realizar mi trabajo de manera continua y así no retrasarnos en nuestro trabajo de investigación.

Escala de Medición: La escala de LIKERT.

4.7 PLAN DE ANALISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla Las medidas de resumen de las variables Competitividad y Gestión de Calidad 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,

Las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.

Microsoft Office Word: Aquí en este programa se llega a plantear toda la información requerida, también podemos crear textos con una gran apariencia, darle color e agregar imágenes y así poder desarrollar nuestro trabajo de investigación.

Microsoft Office Excel: Este programa facilitara de una manera rápida la tabulación y gráficos de nuestro trabajo de investigación.

Power Point: Es aquí donde se realizara la elaboración de las diapositivas para nuestra ponencia que se llevara a cabo en nuestra investigación.

Turnitin: Sirve para medir el plagio de nuestra investigación.

4.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 03. Matriz de Consistencia: “Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del Sector Comercio Rubro Tiendas de Ropa para Damas en el Distrito de Tumbes”

Problema de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Metodología	Población y Muestra	Procesamiento de Datos
<p>¿Cómo se caracteriza la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Describir la caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>-Determinar los precios en la competitividad de las MyPes sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>-Conocer los tipos de canales de distribución de las MyPes sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>-Conocer el nivel de atención al cliente en la gestión de calidad de las MyPes sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017.</p> <p>-Describir la calidad de los productos de la gestión de calidad de las MyPes sector comercio rubro tiendas de ropa para damas</p>	<p>Por ser una investigación con diseño descriptivo no se formulara hipótesis de investigación.</p>	<p>Tipo: Descriptiva</p> <p>Diseño: No Experimental</p> <p>Nivel: Cuantitativo</p>	<p>Población:</p> <p>P1. La población para la variable Gestión de Calidad es infinita P2. La población para la variable Competitividad es infinita</p> <p>Muestra: La muestra resultante es de 68 clientes</p>	<p>Se hará uso de la estadística descriptiva a través de tablas y gráficos de frecuencias múltiples y simples utilizando el programa Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Power Point y el Turnitin.</p>

	en el distrito de Tumbes, 2017.				
--	---------------------------------	--	--	--	--

4.9 PRINCIPIOS ETICOS

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). Tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en determinar la caracterización de la Competitividad y Gestión de calidad en las MyPes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando las opiniones de cada uno de los participantes en el trabajo de investigación asimismo se respetara el derecho de autor de los textos utilizados en el desarrollo de la investigación, por ende se respetara también el proceso metodológico en donde se sustentara la investigación y el análisis de los resultados incluye la experiencia en el área de la competitividad y gestión de calidad en las MyPes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, el trabajo se propone como una propuesta en la mejora del proceso de enseñanza y aprendizaje.

V. RESULTADOS.

5.1. RESULTADOS

En este capítulo se muestra los datos obtenidos al aplicar los instrumentos definidos anteriormente, sistematizándolos a través de tablas que expresan la información relevante del estudio y las pruebas estadísticas que comprueban las hipótesis planteadas.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 01.

Tabla 01. ¿Cómo considera los costos que brindan las empresas de tiendas de ropa para damas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	17	25%
Regular	0	0%
Bueno	46	67%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 02. ¿Cómo considera el precio de los productos?

OPCION	Fi	Hi (%)
--------	----	--------

Malo	46	67%
Regular	0	0%
Bueno	22	33%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 03. ¿Cómo considera usted la formación que la empresa les brinda a sus empleados?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	12	17%
Regular	0	0%
Bueno	51	75%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04. ¿Usted como considera que son las técnicas de calidad de su empresa?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	22	33%
Regular	0	0%
Bueno	39	58%

Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 05. ¿La competencia que tienen estas tiendas de ropa para damas son?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	17	25%
Regular	0	0%
Bueno	34	50%
Excelente	17	25%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 06. ¿Los cambios que realizan las empresas en el mercado son?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	34	50%
Regular	0	0%
Bueno	29	42%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 07. ¿Cómo considera usted al saber que la competitividad en el mercado brinda un buen servicio al cliente?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	34	50%
Regular	0	0%

Bueno	22	33%
Excelente	12	17%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 08. ¿Cómo es el horario de atención al público?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	17	25%
Regular	0	0%
Bueno	51	75%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 09. ¿Cómo es su desempeño laboral dentro de la empresa?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	39	58%
Regular	0	0%
Bueno	22	33%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. ¿Usted cómo percibe que las empresas al aplicar una gestión de calidad le ayude a lograr sus objetivos?

OPCION	Fi	Hi (%)
---------------	-----------	---------------

Malo	29	42%
Regular	0	0%
Bueno	29	42%
Excelente	12	17%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 02.

Tabla 11. ¿Cómo considera que los canales de distribución ayuden a mejorar la competitividad?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	17	25%
Regular	0	0%
Bueno	39	58%
Excelente	12	17%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. ¿Usted cómo percibe que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	22	33%
Regular	0	0%
Bueno	39	58%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13. ¿Considera que tu canal de distribución es?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	12	17%
Regular	0	0%
Bueno	51	75%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14. ¿Usted como considera que los mayoristas o minoristas monitoreen por su producto y la marca?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	39	58%
Regular	0	0%
Bueno	12	17%
Excelente	17	25%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15. ¿Cómo considera que los canales de distribución centralicen decisiones básicas en la comercialización?

OPCION	Fi	Hi (%)
---------------	-----------	---------------

Malo	39	58%
Regular	0	0%
Bueno	29	42%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16. ¿Los canales de distribución permiten vender sus productos en lugares de poco acceso?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	22	33%
Regular	0	0%
Bueno	39	58%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17. ¿Cómo considera usted que el tipo de canal de distribución que utiliza la empresa reduzcan costos?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	34	50%

Regular	0	0%
Bueno	34	50%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18. ¿Usted como considera el que coloquen el producto en un lugar de fácil acceso?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	29	42%
Regular	0	0%
Bueno	29	42%
Excelente	12	17%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19. ¿Cómo considera la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que utiliza la empresa?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	22	33%
Regular	0	0%
Bueno	39	58%
Excelente	5	8%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20. ¿Usted como considera que las ventas se realicen a través de catálogos?

OPCION	Fi	Hi (%)
---------------	-----------	---------------

Malo	29	42%
Regular	0	0%
Bueno	39	58%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 03.

Tabla 21. ¿Cómo es la atención de los empleados de la empresa de ropa para damas que usted acude frecuentemente?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	5	8%
Regular	19	28%
Bueno	33	48%
Excelente	10	15%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22. ¿La actitud del personal hacia usted es?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	5	8%
Regular	34	50%
Bueno	29	42%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23. ¿Cómo considera usted que es el espacio de espera de atención de las tiendas de ropa para damas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	0	0%
Regular	12	17%
Bueno	46	67%
Excelente	12	17%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24. ¿Qué grado de satisfacción tiene un cliente que compra en dichas tiendas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	8	12%
Regular	29	42%
Bueno	32	47%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25. ¿Cómo considera el servicio al cliente de hoy?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	10	15%
Regular	31	45%
Bueno	10	15%
Excelente	17	25%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26. ¿Cómo son las atenciones de quejas y reclamos que se brindan en las empresas de tiendas de ropa para damas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	0	0%
Regular	44	65%
Bueno	24	35%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27. ¿Cómo es la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	9	13%

Regular	29	42%
Bueno	18	27%
Excelente	12	18%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28. ¿Cómo considera el ambiente físico de las empresas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	0	0%
Regular	35	52%
Bueno	33	48%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 29. ¿Cómo son las estrategias que aplican las empresas para la satisfacción de los clientes?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	36	53%
Regular	10	15%
Bueno	22	32%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30. ¿Usted como considera que es la efectividad para el desarrollo de la empresa?

OPCION	Fi	Hi (%)
---------------	-----------	---------------

Malo	27	40%
Regular	10	15%
Bueno	12	18%
Excelente	18	27%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 04.

Tabla 31. ¿La calidad de los productos que brindan estas empresas son?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	39	58%
Regular	10	15%
Bueno	16	23%
Excelente	2	3%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32. ¿Cómo valora usted el servicio que brindan las empresas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	24	35%
Regular	22	32%
Bueno	5	8%
Excelente	17	25%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33. ¿Qué le pareció la variedad de los productos de ropa para damas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	0	0%
Regular	10	15%
Bueno	46	67%
Excelente	12	18%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34. ¿Desde su perspectiva como es la calidad de los productos que brindan estas empresas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	14	20%
Regular	2	3%
Bueno	26	38%
Excelente	26	38%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35. ¿Cómo son las promociones que brindan dichas empresas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	9	13%
Regular	29	42%
Bueno	12	18%
Excelente	18	27%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36. ¿Cómo califica la calidad de entrega de los productos?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	0	0%
Regular	41	60%
Bueno	27	40%
Excelente	0	0%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37. ¿Cómo califica la distribución de los productos en las tiendas de ropa?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	8	12%
Regular	32	47%
Bueno	24	35%
Excelente	5	7%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38. ¿Cómo es la rapidez de entrega de los productos que se dan en estas empresas?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	0	0%
Regular	34	50%
Bueno	25	37%
Excelente	9	13%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39. ¿Estas prendas de ropa comparada con otros productos, este producto es?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	31	45%
Regular	8	12%
Bueno	7	10%
Excelente	22	33%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 40. ¿Cómo es el grado de satisfacción al momento de adquirir una prenda que a conciencia sabe que no es original?

OPCION	Fi	Hi (%)
Malo	10	15%
Regular	44	65%
Bueno	12	17%
Excelente	2	3%
Total	68	100%

Fuente: Elaboración propia.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 01:

En la tabla 01 del 100% encuestados (68 clientes); el 67% (46) manifestó que los costos que brindan las tiendas de ropa para damas es buena.

En la tabla 02 el 67% (46) de los encuestados manifestó que el precio de los productos es malo.

En la tabla 03 el 75% (51) de los encuestados consideran que la formación que la empresa les brinda a sus empleados es buena.

En la tabla 04 el 58% (39) de los encuestados considera que las técnicas de calidad de su empresa es buena.

En la tabla 05 el 50% (34) de los encuestados consideran que las competencias que tienen estas empresas es buena.

En la tabla 06 el 50% (34) de los encuestados manifestó que los cambios que realizan estas empresas en el mercado es mala.

En la tabla 07 el 50% (34) de los encuestados consideran que al saber que la competitividad en el mercado brinda un buen servicio al cliente es mala.

En la tabla 08 el 75% (51) de los encuestados manifestó que el horario de atención al público es bueno.

En la tabla 09 el 58% (39) de los encuestados consideran que el desempeño laboral dentro de las empresas es mala.

En la tabla 10 el 42% (29) de los encuestados manifestó que con respecto a cómo percibe la aplicación de una gestión de calidad le ayude a lograr sus objetivos es buena. Coincidió con Feijoo (2016) que es necesario llegar a capacitar a cada uno de los empleados con la finalidad de que las empresas lleguen hacer muy competentes en el mercado y sobre todo lleguen a cumplir cada uno de los objetivos que las empresas se plantean.

5.2.2. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 02:

En la tabla 11 del 100% encuestados (68 clientes); el 58% (39) manifestó que los canales de distribución ayuden a mejorar la competitividad es buena.

En la tabla 12 el 58% (39) de los encuestados consideran que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad es buena.

En la tabla 13 el 75% (51) de los encuestados manifestó que el canal de distribución de las empresas es buena.

En la tabla 14 el 58% (39) de los encuestados consideran que los mayoristas o minoristas monitoreen por su producto y marca es mala.

En la tabla 15 el 58% (39) de los encuestados manifestó que los canales de distribución que centralicen decisiones básicas en la comercialización es mala.

En la tabla 16 el 58% (39) de los encuestados consideran que los canales de distribución permitan vender sus productos en lugares de poco acceso es bueno.

En la tabla 17 el 50% (34) de los encuestados consideran que el tipo de canal de distribución que utilizan las empresas para reducir costos es bueno.

En la tabla 18 el 42% (29) de los encuestados consideran que el que coloquen el producto en un lugar de fácil acceso es bueno.

En la tabla 19 el 58% (39) de los encuestados consideran que la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que utiliza la empresa es buena.

En la tabla 20 el 58% (39) de los encuestados consideran que las ventas se realicen a través de catálogos es buena. Coincidió con Dioses (2015) que es necesario que las empresas faciliten una buena comunicación entre cada uno de los empleados para que se pueda dar la circulación de los productos mejorando su calidad de los servicios que sacan a la venta.

5.2.3. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 03:

En la tabla 21 del 100% encuestados (68 clientes); el 48% (33) manifestó que la atención de los empleados de la empresa de ropa para damas que acuden frecuentemente es buena.

En la tabla 22 el 50% (34) de los encuestados consideran que la actitud del personal hacia los clientes es regular.

En la tabla 23 el 67% (46) de los encuestados manifestó que el espacio de espera de atención de las tiendas de ropa es buena.

En la tabla 24 el 47% (32) de los encuestados consideran que el grado de satisfacción que un cliente tiene al comprar en dichas tiendas es buena.

En la tabla 25 el 45% (31) de los encuestados consideran que el servicio al cliente de hoy es regular.

En la tabla 26 el 65% (44) de los encuestados manifestó que las atenciones de quejas y reclamos que brindan estas empresas es regular.

En la tabla 27 el 42% (29) de los encuestados consideran que la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes es regular.

En la tabla 28 el 52% (35) de los encuestados manifestó que el ambiente físico de las empresas es regular.

En la tabla 29 el 53% (36) de los encuestados consideran que las estrategias que las empresas aplican para la satisfacción de los clientes es mala.

En la tabla 30 el 40% (27) de los encuestados consideran que la efectividad para el desarrollo de la empresas es mala. Coincidió con Alvarado (2017) que es necesario que las empresas se preocupen por la atención que se les brinda a los clientes, sobre todo que los productos que sacan al mercado sean de bajo costo para que los clientes puedan adquirirlos y así acudan frecuentemente a cada una de las tiendas en beneficio de aquellas.

5.2.4. SEGÚN EL OBJETIVO ESPECÍFICO 04:

En la tabla 31 del 100% encuestados (68 clientes); el 58% (39) manifestó que la calidad de los productos que brindan estas empresas es mala.

En la tabla 32 el 35% (24) de los encuestados consideran que el servicio que brindan las empresas es mala.

En la tabla 33 el 67% (46) de los encuestados manifestó que la variedad de los productos de ropa para damas es buena.

En la tabla 34 el 38% (26) de los encuestados consideran que desde su perspectiva la calidad de los productos que brindan estas empresas es buena.

En la tabla 35 el 42% (29) de los encuestados manifestó que las promociones que brindan estas empresas es regular.

En la tabla 36 el 60% (41) de los encuestados consideran que la calidad de entrega de los productos es regular.

En la tabla 37 el 47% (32) de los encuestados consideran que la distribución de los productos en las tiendas de ropa es regular.

En la tabla 38 el 50% (34) de los encuestados manifestó que la rapidez de entrega de los productos que se dan en estas empresas es regular.

En la tabla 39 el 45% (31) de los encuestados consideran que estas prendas de ropa comparada con otros productos, este producto es malo.

En la tabla 40 el 65% (44) de los encuestados consideran que el grado de satisfacción al momento de adquirir una prenda que a conciencia sabes que no es original es regular. Coincidió con Cruz (2016) que es necesario que las empresas de tiendas de ropa para damas saquen al mercado productos de muy buena calidad esto les generaría una mayor demanda en el mercado trayendo consigo estrategias que les ayude a las empresa a tener una mayor productividad.

VI. CONCLUSIONES.

- ✓ Se concluyó mediante la encuesta aplicada a los clientes que la formación que las empresas de tiendas de ropa para damas les brinda a cada uno de sus empleados es buena esto quiere decir que las empresas se preocupan el que sus empleados se sientan cómodos al trabajar en aquellas sobre todo que lleguen a satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes y puedan llegar a cumplir cada uno de sus objetivos con la finalidad de mejorar la formación de las empresas, dando como resultado una buena productividad y sobre todo competencia en el mercado, además manifestaron que el horario de atención al público es bueno, también manifestaron que los costos que brindan estas empresas son buenos donde permiten satisfacer las necesidades de los clientes con un bajo costo, por consiguiente manifestaron que las técnicas de calidad que utiliza la empresa es buena teniendo en cuenta así las técnicas de control que tienen estas empresas, así mismo manifestaron que la competencia que tienen estas tiendas de ropa es buena logrando así una mayor demanda en el mercado, como también nos dicen que las empresas al aplicar una gestión de calidad le ayude a lograr sus objetivos es buena.
- ✓ Se concluyó mediante la encuesta aplicada a los clientes de las diferentes tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes que el canal de distribución que aplican las empresas es buena nos da a entender que al aplicar los canales distribución para las empresas generara una buena competitividad en el mercado y sobre todo para una buena calidad de sus productos o servicios que sacan a la venta, mediante este canal de distribución ayudan a las empresas a poder circular sus productos trayendo como beneficio una gran demanda, así mismo manifestaron que los canales de distribución ayudan a mejorar la competitividad es buena, por consiguiente dijeron que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad es buena, de tal manera manifestaron que los canales de distribución

permitan vender sus productos en lugares de poco acceso es buena, así mismo manifestaron que la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que utiliza la empresa es buena, de tal manera dijeron que las ventas se realicen a través de catálogos es buena trayendo consigo el éxito de las empresas gracias a la innovación de tecnologías, así también manifestaron que el tipo de canal de distribución que utiliza la empresa es buena, por ende manifestaron que el que coloquen el producto en un lugar de fácil acceso es bueno esto permitirá a los clientes poder satisfacer cada una de sus necesidades.

- ✓ Se concluyó mediante la encuesta aplicada a los clientes de las diferentes tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes que en relación al espacio de espera que se les brinda a cada uno de los clientes que acuden a las tiendas es buena lo cual esto va a permitir que las tiendas de ropa apliquen buenas estrategias para el cumplimiento de sus objetivos en beneficio de aquellas y así mismo los clientes puedan ser atendidos de la mejor manera, así mismo manifestaron que las atenciones de quejas y reclamos que se brindan en las empresas de tiendas de ropa para damas es regular, por consiguiente dijeron que el ambiente físico de las empresas es regular, así mismo manifestaron que la actitud del personal hacia los clientes es regular, de tal manera dijeron que la atención de los empleados de la empresa es buena esto trae consigo que los clientes reciban una buena atención por parte de los empleados, además dijeron que el grado de satisfacción que tiene el cliente es buena, así mismo manifestaron que el servicio al cliente de hoy es regular, de tal manera dijeron que la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes es regular.

- ✓ Se concluyó mediante la encuesta aplicada a los clientes de las diferentes tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes en relación a la variedad de productos que saca a la venta las diferentes empresas es buena ya que así llama la atención a los clientes y puedan acudir frecuentemente, es por eso que los consumidores se dan cuenta de la buena atención y el buen servicio que estas les brindan, así mismo las empresas se preocupan por la comodidad de cada uno de sus clientes y así no dejen de ser fieles a las empresas donde acuden, viendo cada una de las expectativas de los consumidores, la calidad de los productos que aquellas empresas venden y sobre todo que sean vendidas a un bajo costo donde los clientes puedan llegar a adquirirlos, de tal manera dijeron que el grado de satisfacción al momento de adquirir una prenda que a conciencia sabe que no es original es regular, así mismo manifestaron que la calidad de entrega de los productos es regular, por consiguiente manifestaron que la rapidez de entrega de los productos son regulares, de tal manera dijeron que las promociones que brindan estas empresas son regulares, por consiguiente manifestaron que desde su perspectiva la calidad de los productos que brindan estas empresas son buenas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Aguirre (2014) *“Situación Competitiva del Perú y del Sector Empresarial Peruano, propuestas para mejorar nuestra Competitividad”*. Recuperado del sitio web: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/01/29/krugman-porter-competitividad-peru/>

- Alvarado (2017). En su investigación *“Percepción de las Puérperas sobre la Calidad de atención del Parto Vaginal en el Hospital Sagaro II”* (pág. 43). Universidad Nacional de Tumbes.
- Álvarez (2014). En su investigación *“Propuesta de un Modelo de Gestión Financiera para una Asociación de MyPes del sector Metalmecánico con el objetivo de aumentar su producción, competitividad y mejorar su gestión para poder abastecer grandes pedidos”* (Pág. 123). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Ávila (2014). En su investigación *“La Calidad y sus Sistemas de Gestión”* Universidad de las Américas México.
- Cáceres (2016) *“Que debe de tener en cuenta un empresario antes de obtener un crédito en las MyPes”*. Recuperado del sitio web: <http://gestion.pe/tu-dinero/mypes-que-tener-cuenta-empresario-antes-solicitar-credito-2167395>
- Castro (2010). En su investigación *“Estrategias Competitivas y su Importancia en la Buena Gestión de las empresas”* (Pág. 270). Ciencias Económicas.
- Choy (2010) *“Competitividad de las micro y pequeñas empresas ante el Tratado de Libre Comercio”* Recuperado del sitio web: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/4676>
- Cruz (2016). En su investigación *“Caracterización Competitividad y Gestión de Calidad en las MyPes rubro Banano Orgánico en Tumbes”* (Pág. 106). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Díaz (2010) *“Calidad Total: Origen, Evolución y Conceptos”* Recuperado del sitio web: <https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/>
- Dioses (2015). En su investigación *“Evaluación de la Calidad de Servicio del Hotel “Boulevard” de la provincia de Zarumilla departamento de Tumbes”* (pág. 128). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Feijoo (2016). En su investigación *“Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MyPes comerciales rubro Electrodomésticos en Tumbes”* (Pág. 69). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Fuentes (2012). En su investigación *“La Gestión de la Calidad Total en Nuevas Empresas de bases Tecnológicas. Propuesta de modelo y validación en el Parque Científico de Madrid”* (Pág. 176). Universidad Autónoma de Madrid.

- Gomero. G. Nicko, 2015. “Concentración de las MyPes y su Impacto en el Desarrollo Económico” 21 de Febrero del 2018. Contenido en la URL: <file:///C:/Users/computer/Downloads/11597-40456-1-PB.pdf>
- Gonzales. L. Jasmine 2014. “Gestión Empresarial y Competitividad en las MyPes del sector Textil en el marco de la Ley N° 28015” 21 de Febrero del 2018. Contenido en la URL: www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf
- Hermoza (2015). En su investigación “*Evaluación de los Objetivos de la Implementación del plan de Calidad en tres Proyectos de Edificaciones de una misma empresa en la Ciudad de Lima*” (Pág. 100). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Ibarra (2017) “*Competitividad Empresarial de las micro y pequeñas empresas manufactureras del bajo California*”. Recuperado del sitio web: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pip=s018769612017000100107&scrip=sciarttext>
- Kuderman (2010). En su investigación “*Regionalización de Servicios en Empresas Transnacionales en Latinoamérica a partir del año 2000*” (Pág. 152). Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Buenos Aires.
- Leal (2015). En su investigación “*Hacia un Análisis Integral de la Competitividad Territorial: El Caso del Estado de Querétaro, México*” (Pág. 323). Universidad De Deusto México.
- Leton. Alfonso 2015. “Desarrollo Sostenible e Impacto Ambiental” 21 de Febrero del 2018. Contenido en la URL: <https://ecomovilidad.net/global/desarrollo-sostenible-e-impacto-ambiental/>
- Lozano. F. Iván, 2013. “MyPes, Inclusión y Desarrollo en el Perú” 21 de Febrero del 2018. Contenido en la URL: www.elanalista.com/?q=node/195
- Ocola (2015) En su investigación “*La Mejora Continua y su relación con la calidad de servicio en la calidad de atención al usuario del Hospital del Niño, distrito de Breña*” (Pág. 84). Universidad Cesar Vallejo.
- Pari (2017) “*MyPes tributarán de acuerdo a sus utilidades*”. Recuperado del sitio web: <http://larepublica.pe/economia/1013368-mypes-tributaran-de-acuerdo-a-sus-utilidades>
- Peralta (2015) <http://www.slideshare.net/4796971/competitividad-definiciones-tipos>
- Pérez (2014) <http://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>

- Pinto. H. Alonzo 2017. “Análisis de la Cultura Empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio y su Influencia en el Crecimiento de sus Empresas” 21 de Febrero del 2018. Contenido en la URL: <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/6039/53.0861.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Redacción (2014) “*Estrategias Comerciales de las MyPes deben de mejorar, señalan expertos*”. Recuperado del sitio web: <http://diariocorreo.pe/economia/estrategias-comerciales-de-las-mype-deben-m-8484/>
- Redacción EC (2017) “*MyPes en zona de emergencia accederán a bonos de buen pagador*”. Recuperado del sitio web: <http://elcomercio.pe/economia/peru/mypes-zonas-emergencias-podran-acceder-bono-buen-pagador-432580>
- Salinas (2013). En su investigación “*Curvas de Liberación de Calidad como Herramientas para la Gestión de Proyectos*” (Pág. 28). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Sánchez (2013). En su investigación “*Un Sistema de Indicadores de Calidad para el Mejoramiento de Programas Universitarios en Administración*” (Pág. 382). Universidad del Atlántico Colombia.
- Sánchez (2014). En su investigación “*Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una Pyme con mercado local; Caso Fonix*” (Pág. 122). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sandoval. C. Kathryn 2012. “El Régimen Legal Peruano de las Micro y Pequeñas Empresas y su Impacto en el Desarrollo Nacional” 21 de Febrero del 2018. Contenido en la URL: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/315406/2/sandoval_ck-pub.pdf
- Vela (2016). En su investigación “*La Competitividad y la Integración Económica en América Latina: Caso de la Comunidad Andina de Naciones 2006-2014*” (Pág. 67). Universidad Ricardo Palma.
- Villalta (2016). En su investigación “*Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MyPes rubro Metal mecánica, Tumbes*” (pág. 78). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

ANEXOS

ANEXO 01 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	DICIEMBRE										ENERO																		
	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
TITULO DE LA INVESTIGACIÓN	█																												
INDICE		█	█																										
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN		█	█	█	█	█	█	█	█																				
REVISIÓN DE LA LITERATURA								█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█											
METODOLOGÍA																			█	█	█	█	█						
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS																						█	█	█					
ANEXOS																								█	█	█	█		
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS																													█

ANEXO 02 PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
-------	----------	-------------	-----------------	--------------

RECURSOS HUMANOS	01	Corrector	S/.2.00	S/.2.00
	50	Hojas bond	S/.0.10	S/.5.00
	02	Lapiceros	S/.1.50	S/.3.00
	01	Resaltador	S/.2.00	S/.2.00
	01	Engrapador	S/.12.00	S/.12.00
		Grapas	S/.3.00	S/.3.00
SERVICIOS	10 Horas	Uso de internet	S/.1.50	S/.15.00
	03	Refrigerios	S/.4.00	S/.12.00
	50	Fotocopias	S/.0.10	S/.5.00
	02	Impresión	S/.0.50	S/.1.00
MOVILIDAD		Movilidad	S/.20.00	S/.20.00
TOTAL			S/.46.70	S/.80.00

ANEXO 03 VALIDACION Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

TÍTULO: Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MyPes, sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el Distrito de Tumbes, 2017”

AUTORA: ALVARADO JARAMILLO OLINDA KARYME

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																							
		¿Es pertinente con el concepto?				¿Necesita mejorar la redacción?				¿Es tendencioso asquiescente?				¿Se necesita más ítems para medir el concepto?											
		Experto 01		Experto 02		Experto 03		TOTAL		Experto 01		Experto 02		Experto 03		TOTAL		Experto 01		Experto 02		Experto 03		TOTAL	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE 01:																								
01OE	Determinar los precios en la Competitividad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el Distrito de Tumbes, 2017.																								
1	¿Cómo considera los costos que brindan las empresas de tiendas de ropa para damas?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
2	¿Cómo considera el precio de los productos?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
3	¿Cómo considera usted la formación que la empresa les brinda a sus empleados?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
4	¿Usted cómo considera que son las técnicas de calidad de su empresa?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
5	¿La competencia que tienen estas tiendas de ropa para damas son?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
6	¿Los cambios que realizan las empresas en el mercado son?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
7	¿Cómo considera usted al saber que la competitividad en el mercado brinda un buen servicio al cliente?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
8	¿Cómo es el horario de atención al público?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
9	¿Cómo es su desempeño laboral dentro de la empresa?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
10	¿Usted cómo percibe que las empresas al aplicar una gestión de calidad le ayude a lograr sus objetivos?	1		1		1				1		1		1				1		1		1		1	12
02OE	Conocer los tipos de canales de distribución en la Competitividad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el Distrito de Tumbes, 2017.																								

11	¿Cómo considera que los canales de distribución ayuden a mejorar la competitividad?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
12	¿Usted cómo percibe que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
13	¿Considera que tu canal de distribución es?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
14	¿Usted cómo considera que los mayoristas o minoristas monitoreen por su producto y la marca?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
15	¿Cómo considera que los canales de distribución centralicen decisiones básicas en la comercialización?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
16	¿Los canales de distribución permiten vender sus productos en lugares de poco acceso?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
17	¿Cómo considera usted que el tipo de canal de distribución que utiliza la empresa reduzcan costos?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
18	¿Usted cómo considera el que coloquen el producto en un lugar de fácil acceso?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
19	¿Cómo considera la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que utiliza la empresa?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
20	¿Usted cómo considera que las ventas se realicen a través de catálogos?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
03OE	Conocer el nivel de atención al cliente en la Gestión de Calidad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el Distrito de Tumbes, 2017.																			
21	¿Cómo es la atención de los empleados de la empresa de ropa para damas que usted acude frecuentemente?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
22	¿La actitud del personal hacia usted es?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
23	¿Cómo considera usted que es el espacio de espera de atención de las tiendas de ropa para damas?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
24	¿Qué grado de satisfacción tiene un cliente que compra en dichas tiendas?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
25	¿Cómo considera el servicio al cliente de hoy?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
26	¿Cómo son las atenciones de quejas y reclamos que se brindan en las empresas de tiendas de ropa para damas?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
27	¿Cómo es la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
28	¿Cómo considera el ambiente físico de las empresas?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
29	¿Cómo son las estrategias que aplican las empresas para la satisfacción de los clientes?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12
30	¿Usted cómo considera que es la efectividad para el desarrollo de la empresa?	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	12

3 OE Describir la calidad de los productos en la Gestión de Calidad de las MyPes sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el Distrito de Tumbes, 2017.

Nº	31	¿La calidad de los productos que brindan estas empresas son?	EXCELENTE			BUENO			REGULAR			MALO			TOTAL
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	31	¿Cómo considera los costos que brindan las empresas de tiendas de ropa para damas?													5
2	31	¿Cómo considera el precio de los productos?													5
3	32	¿Cómo valora usted el servicio que brindan las empresas?													5
4	32	¿Usted cómo considera que son las técnicas de calidad de su empresa?													5
5	33	¿Qué le pareció la variedad de los productos de ropa para damas?													5
6	33	¿Los cambios que realizan las empresas en el mercado son?													5
7	34	¿Desde su perspectiva como es la calidad de los productos que brindan estas empresas?													5
8	34	¿Cómo es el horario de atención al público?													5
9	34	¿Cómo es su desempeño laboral dentro de la empresa?													5
10	35	¿Usted cómo percibe que las campañas publicitarias ayudan a mejorar la competitividad?													5
11	35	¿Cómo considera que los canales de distribución ayudan a mejorar la competitividad?													5
12	36	¿Usted cómo percibe que los canales de distribución facilitan la ubicación del producto en la competitividad?													5
13	36	¿Cómo califica la calidad de entrega de los productos?													5
14	36	¿Usted cómo considera que los mayoristas o minoristas monitorean por su producto y la marca?													5
15	37	¿Cómo percibe los tipos de distribución de los productos en las tiendas de ropa?													5
16	37	¿Los canales de distribución en lugares de poco acceso?													5
17	38	¿Cómo considera usted que el tipo de canal de distribución que utiliza la empresa reducen costos?													5
18	38	¿Cómo es la rapidez de entrega de los productos que se dan en estas empresas?													5
19	38	¿Usted cómo considera la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que utiliza la empresa?													5
20	39	¿Usted cómo considera que las ventas se realizan a través de estas tiendas de ropa comparadas con otros productos, este producto es?													5

TOTAL

1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480

Escala evaluativa

Escala evaluativa EXCELENTE	3
Escala evaluativa BUENO	2
Escala evaluativa DEFICIENTE	1

Nivel

Escala evaluativa

RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS APLICADOS A LOS CLIENTES

AUTORA: ALVARADO JARAMILLO OLINDA KARYME

GESTION DE CALIDAD		MEDICION	1-68	TOTAL	TOTAL	%	TOTAL%
N°	ITEM S						
21	¿Cómo es la atención de los empleados de la empresa de ropa para damas que usted acude frecuentemente?	EXCELENTE	10	10	68	14,70588235	100
		BUENO	33	33		48,52941176	
		REGULAR	19	19		27,94117647	
		MALO	5	5		7,352941176	
22	¿La actitud del personal hacia usted es?	EXCELENTE	0	0	68	0	100
		BUENO	29	29		42,64705882	
		REGULAR	34	34		50	
		MALO	5	5		7,352941176	
23	¿Cómo considera usted que es el espacio de espera de atención de las tiendas de ropa para damas?	EXCELENTE	12	12	68	17,64705882	100
		BUENO	46	46		67,64705882	
		REGULAR	12	12		17,64705882	
		MALO	0	0		0	
24	¿Qué grado de satisfacción tiene un cliente que compra en dichas tiendas?	EXCELENTE	0	0	68	0	100
		BUENO	32	32		47,05882353	
		REGULAR	29	29		42,64705882	
		MALO	8	8		11,76470588	
25	¿Cómo considera el servicio al cliente de hoy?	EXCELENTE	17	17	68	25	100
		BUENO	10	10		14,70588235	
		REGULAR	31	31		45,88823529	
		MALO	10	10		14,70588235	
26	¿Cómo son las atenciones de quejas y reclamos que se brindan en las empresas de tiendas de ropa para damas?	EXCELENTE	0	0	68	0	100
		BUENO	24	24		35,29411765	
		REGULAR	34	34		50	
		MALO	0	0		0	
27	¿Cómo es la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes?	EXCELENTE	12	12	68	17,64705882	100
		BUENO	18	18		26,47058824	
		REGULAR	29	29		42,64705882	
		MALO	9	9		13,23529412	
28	¿Cómo considera el ambiente físico de las empresas?	EXCELENTE	0	0	68	0	100
		BUENO	33	33		48,52941176	
		REGULAR	35	35		51,47058824	
		MALO	0	0		0	
29	¿Cómo son las estrategias que aplican las empresas para la satisfacción de los clientes?	EXCELENTE	0	0	68	0	100
		BUENO	22	22		32,35294118	
		REGULAR	10	10		14,70588235	
		MALO	36	36		52,94117647	
30	¿Usted cómo considera que es la efectividad para el desarrollo de la empresa?	EXCELENTE	18	18	68	26,47058824	100
		BUENO	12	12		17,64705882	
		REGULAR	10	10		14,70588235	
		MALO	27	27		39,70588235	
31	¿La calidad de los productos que brindan estas empresas son?	EXCELENTE	2	2	68	2,941176471	100
		BUENO	16	16		23,52941176	
		REGULAR	10	10		14,70588235	
		MALO	39	39		57,35294118	
32	¿Cómo valora usted el servicio que brindan las empresas?	EXCELENTE	17	17	68	25	100
		BUENO	5	5		7,352941176	
		REGULAR	22	22		32,35294118	
		MALO	24	24		35,29411765	
33	¿Qué le pareció la variedad de los productos de ropa para damas?	EXCELENTE	12	12	68	17,64705882	100
		BUENO	46	46		67,64705882	
		REGULAR	10	10		14,70588235	
		MALO	0	0		0	
34	¿Desde su perspectiva como es la calidad de los productos que brindan estas empresas?	EXCELENTE	26	26	68	38,23529412	100
		BUENO	26	26		38,23529412	
		REGULAR	2	2		2,941176471	
		MALO	14	14		20,58823529	
35	¿Cómo son las promociones que brindan dichas empresas?	EXCELENTE	18	18	68	26,47058824	100
		BUENO	12	12		17,64705882	
		REGULAR	29	29		42,64705882	
		MALO	9	9		13,23529412	
36	¿Cómo califica la calidad de entrega de los productos?	EXCELENTE	9	9	68	13,23529412	100
		BUENO	27	27		39,70588235	
		REGULAR	41	41		60,29411765	
		MALO	0	0		0	
37	¿Cómo califica la distribución de los productos en las tiendas de ropa?	EXCELENTE	5	5	68	7,352941176	100
		BUENO	24	24		35,29411765	
		REGULAR	32	32		47,05882353	
		MALO	7	7		10,29411765	

ANEXO 05 ENCUESTA

ENCUESTA SOBRE COMPETITIVIDAD

A continuación se presentan un conjunto de opciones entre las que debe ubicarse, marcando con una X aquella casilla que mejor represente su opinión en cuanto a COMPETITIVIDAD.

Malo	Regular	Bueno	Excelente
0	1	2	3

Precios

ITEM	0	1	2	3
1. Como considera los costos que brindan las empresas de tiendas de ropa para damas.				
2. Como considera el precio de los productos.				
3. Como considera usted la formación que la empresa les brinda a sus empleados.				
4. Usted como considera que son las técnicas de calidad de su empresa.				
5. La competencia que tienen estas tiendas de ropa para damas son.				
6. Los cambios que realizan las empresas en el mercado son.				
7. Como considera usted al saber que la competitividad en el mercado brinda un buen servicio al cliente.				
8. Como es el horario de atención al público.				
9. Como es su desempeño laboral dentro de la empresa.				
10. Usted cómo percibe que las empresas al aplicar una gestión de calidad le ayude a lograr sus objetivos.				

Canales de Distribución

ITEM	0	1	2	3
11 Como considera que los canales de distribución ayuden a mejorar la competitividad.				
12 Usted cómo percibe que los canales de distribución faciliten la circulación del producto en la competitividad.				
13 Considera que tu canal de distribución es.				
14 Usted como considera que los mayoristas o minoristas monitoreen por su producto y la marca.				
15 Como considera que los canales de distribución centralicen decisiones básicas en la comercialización.				
16 Los canales de distribución permiten vender sus productos en lugares de poco acceso.				
17 Como considera usted que el tipo de canal de distribución que utiliza la empresa reduzcan costos.				
18 Usted como considera el que coloquen el producto en un lugar de fácil acceso.				
19 Como considera la relación existente entre la capacidad financiera y el canal de distribución que utiliza la empresa.				
Usted como considera que las ventas se realicen a través de catálogos.				

ENCUESTA SOBRE GESTION DE CALIDAD

A continuación se presentan un conjunto de opciones entre las que debe ubicarse, marcando con una X aquella casilla que mejor represente su opinión en cuanto a GESTION DE CALIDAD.

Malo	Regular	Bueno	Excelente
0	1	2	3

Atención al Cliente

ITEM	0	1	2	3
21. Como es la atención de los empleados de la empresa de ropa para damas que usted acude frecuentemente.				
22. La actitud del personal hacia usted es.				
23. Como considera usted que es el espacio de espera de atención de las tiendas de ropa para damas.				
24. Qué grado de satisfacción tiene un cliente que compra en dichas tiendas.				
25. Como considera el servicio al cliente de hoy.				
26. Como son las atenciones de quejas y reclamos que se brindan en las empresas de tiendas de ropa para damas.				
27. Como es la comprensión de los empleados a las necesidades de los clientes.				
28. Como considera el ambiente físico de las empresas.				
29. Como son las estrategias que aplican las empresas para la satisfacción de los clientes.				
Usted como considera que es la efectividad para el desarrollo de la empresa.				

Calidad de Productos

ITEM	0	1	2	3
31. La calidad de los productos que brindan estas empresas son.				
32. Cómo valora usted el servicio que brindan las empresas.				
33. Que le pareció la variedad de los productos de ropa para damas.				
34. Desde su perspectiva como es la calidad de los productos que brindan estas empresas.				
35. Como son las promociones que brindan dichas empresas.				
36. Como califica la calidad de entrega de los productos.				

37. Como califica la distribución de los productos en las tiendas de ropa.				
38. Como es la rapidez de entrega de los productos que se dan en estas empresas.				
39. Estas prendas de ropa comparada con otros productos, este producto es.				
Como es el grado de satisfacción al momento de adquirir una prenda que a conciencia sabe que no es original.				

ANEXO 06 FOTOGRAFIAS



stando a



a 7 Días de Moda Encuestando al cliente de la empresa Elian



Encuestando al cliente de la empresa Pasiones

ANEXO 07: EVIDENCIA DEL TURNITIN

INFORME FINAL DE TESIS
por Olinda Karyme Alvarado Jaramillo

Fecha de entrega: 08-may-2018 11:54 a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 960877833
Nombre del archivo: ALVARADO_JARAMILLO_OLINDA_KARYME_-_INFORME_DE_TESIS_FINAL.docx
Número de palabras: 15871
Número de caracteres: 107119

INFORME FINAL DE TESIS

PORCENTAJE DE ORIGINALIDAD

7%	0%	1%	
PORCENTAJE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

tesis.ucsm.edu.pe	Fuente de Internet	<
repositorio.unheval.edu.pe	Fuente de Internet	<
es.scribd.com	Fuente de Internet	<
repositorio.uncp.edu.pe	Fuente de Internet	<
www.scribd.com	Fuente de Internet	<
www.repositorioacademico.usmp.edu.pe	Fuente de Internet	<
institutocontadoresdelperu.org	Fuente de Internet	<
repositorio.uladech.edu.pe	Fuente de Internet	<
www.lpp-uerj.net	Fuente de Internet	<