



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-  
RUBRO BODEGAS, ASOCIACION ANCIETA, EL  
AGUSTINO, LIMA 2018**

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

**AUTORA:**

MALLQUI TOLEDO RUTH NELLY

ID ORCID: 0000-0002-4004-1064

**ASESOR:**

Mg. ROBERT HOCES PONCE

ID ORCID: 0000-0001-6346-2956

LIMA – PERÚ

2019

## **1. Título de la investigación**

La Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTORA:**

Ruth Nelly Mallqui Toledo

ORCID: 0000-0002-4004-1064

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Estudiante Pregrado Lima, Perú

### **ASESOR**

Mg. Robert Hoces Ponce

ID ORCID: 0000-0001-6346-2956

### **JURADOS**

Presidente

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Miembro

Mg. Juan Pablo Meza de los Santos

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Miembro

Mg. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID: 0000-0002-7260-5581

**3. Hoja de firma de jurado y asesor**

-----  
Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

**Presidenta**

-----  
Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

**Miembro**

-----  
Mg. Juan Pablo Meza de Los Santos

**Miembro**

-----  
Mg. Robert Hoces Ponce

**Asesor**

#### **4. Agradecimiento**

Agradezco en primer lugar a Dios por la vida y la salud, a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Uladech Católica y a nuestro querido Asesor Mg. Robert Hoces Ponce por su dedicación y apoyo en nuestra carrera universitaria; y a mí misma, por esforzarme hasta cumplir mis metas trazadas y lograr.

## **Dedicatoria**

Dedico esta investigación a mi Madre y hermanos que siempre me han brindado su apoyo en todos los emprendimientos universitarios que he realizado.

## 5. Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en el micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018. Del mismo modo, la investigación fue de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 bodegas a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron: sobre los representantes de las MYPE. 80.0% sobre pasan 40 años de edad. 80.0% son mujeres. 100.0% tienen educación secundaria y 100.0% son dueños. Sobre las MYPE: 70.0% tiene entre 6 a 10 años en el mercado. 100.0% tienen entre 1 a 5 trabajadores y 60.0% son informales. Sobre la gestión de calidad: El 100.0% perciben que son de nivel bajo. 70% es de nivel medio en la planificación de la calidad. El 50.0% es de nivel medio en control de la calidad y 50% nivel medio en mejora de la calidad. 60% es de nivel medio en la variable atención al cliente. 50% de nivel medio en la dimensión elementos tangibles. 70% nivel medio en capacidad de respuesta y trato amable.

***Palabras Claves:*** Gestión de calidad, atención al cliente, bodegas.

## **Abstrac**

The present research work had as a general objective: To determine the characteristics of the quality management in customer service in the micro and small companies of the commerce-winery sector, Ancieta Association, El Agustino, Lima 2018. Similarly, the research It was quantitative, non-experimental, descriptive and transversal. To carry it out, a population sample of 10 wineries was chosen to which a questionnaire of 24 questions related to the research variables was applied. The results obtained were: on the representatives of the MYPE. 80.0% over spend 40 years of age. 80.0% are women. 100.0% have secondary education and 100.0% own. About MYPE: 70.0% have between 6 and 10 years in the market. 100.0% have between 1 and 5 workers and 60.0% are informal. About quality management: 100.0% perceive that they are low level. 70% is of medium level in quality planning. 50.0% is of medium level in quality control and 50% medium level in quality improvement. 60% is of medium level in the variable customer service. 50% medium level in the tangible elements dimension. 70% average level in responsiveness and friendly treatment.

***Keywords:*** Quality management, customer service, warehouses.

## 6. Contenido

1. Título del proyecto de investigación .....	ii
2. Equipo de trabajo .....	iii
3. Hoja de firma de jurado y asesor.....	iv
4. Agradecimiento y dedicatoria .....	v
5. Resumen y Abstrac .....	vii
6. Contenido .....	ix
7. Índice de tablas y figuras.....	x
I. Introducción.....	12
II. Revisión de literatura.....	15
2.1 Antecedentes .....	15
2.2 Bases Teóricas.....	20
2.3 Marco Conceptual .....	33
III. Metodología .....	35
3.1 Diseño de la investigación. ....	35
3.2 Población y muestra. ....	35
3.3 Definición y Operacionalización de las Variables y los Indicadores.....	36
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.5 Plan de análisis.....	37
3.6 Matriz de consistencia.....	38
3.7 Principios éticos .....	39
IV. Resultados .....	41
4.1 Resultados .....	41
4.2 Análisis de resultados.....	56
CONCLUSIONES .....	61
Referencias bibliográficas.....	64
ANEXOS .....	69
Anexo N° 1. Cuestionario .....	69
Anexo N° 02. Cronograma de actividades.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo N° 03. Presupuesto .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## 7. Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Operacionalización de las variables	36
Tabla 2	Matriz de consistencia	38
Tabla 3	Edad de los representantes de las MYPE	41
Tabla 4	Género de los representantes de las MYPE	42
Tabla 5	Grado de instrucción	43
Tabla 6	Cargo en la MYPE	44
Tabla 7	Tiempo en el mercado	45
Tabla 8	Número de trabajadores	46
Tabla 9	Formalización de la empresa	47
Tabla 10	Nivel de gestión de calidad de las MYPE	48
Tabla 11	Nivel de percepción de la planificación de la calidad	49
Tabla 12	Nivel de percepción del control de la calidad	50
Tabla 13	Nivel de percepción del mejoramiento de la calidad	51
Tabla 14	Nivel de percepción de la variable atención al cliente	52
Tabla 15	Nivel de percepción de la dimensión elementos tangibles	53
Tabla 16	Nivel de percepción de la dimensión capacidad de respuesta	54
Tabla 17	Nivel de percepción de la dimensión trato amable	55

## Índice de figuras

		Pág.
Figura 1	Edad de los representantes de las MYPE	41
Figura 2	Género de los representantes de las MYPE	42
Figura 3	Grado de instrucción	43
Figura 4	Cargo en la MYPE	44
Figura 5	Tiempo en el mercado	45
Figura 6	Número de trabajadores	46
Figura 7	Formalización de la empresa	47
Figura 8	Nivel de gestión de calidad de las MYPE	48
Figura 9	Nivel de percepción de la planificación de la calidad	49
Figura 10	Nivel de percepción del control de la calidad	50
Figura 11	Nivel de percepción del mejoramiento de la calidad	51
Figura 12	Nivel de percepción de la variable atención al cliente	52
Figura 13	Nivel de percepción de la dimensión elementos tangibles	53
Figura 14	Nivel de percepción de la dimensión capacidad de respuesta	54
Figura 15	Nivel de percepción de la dimensión trato amable	55

## **I. Introducción**

Las bodegas se constituyen en uno de los negocios más comunes para los peruanos porque no requiere demasiados requisitos técnicos ni profesionales para implementarlo. En tal sentido, estos negocios son fáciles de implementar y son una gran cantidad a nivel nacional. En el Perú existen 414,000 bodegas y de ellas el 60% y el 41% de las bodegas fueron emprendimientos de personas que no lograron obtener trabajo con facilidad, como una forma de autogenerarse empleo (Asociación de Bodegueros del Perú, 2018).

Siendo empresas pequeñas también el presupuesto es limitado, pues el que tienen lo emplean para ampliar su mercadería, incluso las personas que atienden en estas bodegas en su mayoría son los mismos familiares, otra de las características es que se desarrollan en un espacio de la misma casa del propietario, entre otras limitaciones que presentan las bodegas.

En el tema de la gestión de calidad, también cuentan con limitaciones al respecto, aunque en estas bodegas los procesos que realizan también son limitados y simples, se deben normalizar aspectos como formas de pago, atención, registro de compras y de ventas. Del mismo modo, la atención al cliente en estos negocios se realiza con conocimiento básico de sus propietarios.

Es por ello que el estudio relacionado a la gestión de calidad con enfoque en atención al cliente es importante para este tipo de negocios. Este estudio se realizará en la Asociación Ancieta en el distrito de El Agustino, en el cual se han identificado 10 bodegas entre formales e informales.

Por lo mencionado anteriormente el problema, el enunciado es lo siguiente

¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018?

El objetivo general es: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.

El objetivo general se ha desagregado en cuatro objetivos específicos que a continuación se mencionan:

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.

Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.

Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.

Determinar las características de la atención al cliente en el micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.

Esta investigación se justifica porque aportará al conocimiento existente sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de bodegas, cuyos resultados podrán sistematizarse y presentar

como una propuesta de mejora e incorporarse a las prácticas de las bodegas para su beneficio y aplicación práctica.

Esta investigación se justifica de manera práctica por la necesidad existente de mejorar el nivel de desempeño de las bodegas en la Asociación Ancieta en el distrito de El Agustino, en el tema de gestión de calidad y atención al cliente, debido a que las bodegas de esta parte del distrito iniciaron actividades sin tener en cuenta los temas mencionados y del cual adolecen.

La propuesta de mejora planteada en esta investigación podrá ser de utilidad para otras bodegas que requieran mejorar sus capacidades en la gestión de calidad y atención al cliente. Así también podrán ser empleados por otros tipos de negocios, al aplicar los criterios, recomendaciones y sugerencias del plan de mejora que se planteará.

## **II. Revisión de literatura**

### **2.1 Antecedentes**

A continuación en esta investigación se presentarán antecedentes internacionales, nacionales y locales.

#### **Antecedentes internacionales**

Hernández y Ulibarri (2015), para obtener su maestría presentó una tesis titulada “La relación de la calidad en el servicio y las ventas en las tiendas de abarrotes de la colonia Santa Rosa del Sur de la ciudad de Mérida, Yucatán”, cuyo objetivo fue la relación entre la calidad del servicio y las ventas en las tiendas de abarrotes en el área de estudio. La tesis presentó una metodología correlacional, no experimental y transversal. Las conclusiones presentadas por los autores fueron: la calidad en el servicio en la mayor parte de las dimensiones fue insatisfactoria. La capacidad de respuesta fue la dimensión más resaltante entre todas por resultar positiva en los resultados. Las tiendas deben mejorar su infraestructura, transmitir confianza en su servicio y mejorar aspectos relacionados a la atención personalizada.

Borja y Jijón (2014), terminó su maestría y presentó la siguiente tesis “Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la Norma Internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes La Rebaja”. Cuyo objetivo fue proponer un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la Norma Internacional ISO 9001: 2008, en las empresas de este estudio. Se empleó como metodología la descriptiva, no experimental y transversal. Las conclusiones presentadas fueron: Los productos que venden la empresa la empresa son variados y son de primera necesidad. Las empresas presentan deficiencias en una buena atención al cliente. También es deficiente en los

procesos, porque no los tienen estandarizados. Por lo que la imagen de las empresas no es la más adecuada. Finalmente, los autores recomiendan que las empresas deben obtener una certificación de calidad, para mejorar su servicio y sus procesos.

Celada (2014), presentó una tesis para obtener el título de licenciado en administración titulada “Servicio al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotes en el Municipio de Retalhuleu”. El objetivo de esta investigación fue determinar la ventaja competitiva en las empresas de este estudio como producto de su servicio. La metodología empleada fue descriptiva, experimental y transversal. De tal manera que las conclusiones fueron: se determinó que el servicio de atención al cliente puede convertirse en una ventaja competitiva. Las empresas de este estudio tienen como deficiencia precisamente el servicio de atención al cliente que a su vez puede convertirse en una ventaja competitiva. La capacitación a la empresa COMICEN S.A. mejoró el servicio de atención al cliente.

### **Antecedentes nacionales**

Montenegro (2017), para obtener el título de licenciado en administración presentó la tesis “Gestión del control de la calidad de los productos perecibles para reducirlos desmedros de Metro Cencosud Retail Perú S.A. – Santa Elena Chichayo, 2013 – 2016”. A si también presentó como objetivo. En cuanto a la metodología fue descriptiva correlacional, transversal y con estudio de caso. En cuanto a las conclusiones estas fueron: la gestión del control de calidad de la empresa Cencosud ha influido en los desmedros de los productos de la empresa. Los procedimientos de control de calidad son inadecuados, pues se han identificado factores internos deficientes. No se emplean herramientas básicas estadísticas para mejorar la gestión de calidad de los productos en la empresa.

Fernández y Ramírez (2017), para obtener el título profesional de ingeniero industrial presentó una tesis cuyo nombre fue “Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A & B. El objetivo de esta investigación fue presentar una propuesta de mejoras en el área de procesos para la empresa en estudio. La metodología fue descriptiva, cuantitativa, no experimental y transversal. En cuanto a los resultados se tiene que el 53% de los clientes encuestados respondieron que la calidad del producto no es ni buena ni mala. El 43% está poco satisfecho con la atención brindada. Por lo que concluye que la propuesta de mejoras le será de mucha utilidad a la empresa.

Pinto (2017), presentó una tesis denominada “La Calidad del Servicio en la Bodega Santa Elena del Distrito de Pocollay en el Año 2017, a Través del Modelo Servqual”. Cuyo objetivo fue presentar un modelo de atención al cliente denominado Servqual con la intención de mejorar el trato al cliente. La metodología fue descriptiva, cuantitativa, no experimental y transeccional. En el desarrollo de la investigación el autor presentó los siguientes resultados: el 55.0% de las personas encuestadas fueron mujeres. El 46.25% son personas entre 36 a 45 años de edad. 39.0% tienen educación secundaria. El 82.0% de los encuestados están satisfechos con los aspectos tangibles de la tienda. El 92.5% están de acuerdo con la apariencia de los empleados. 92.50% afirma que los empleados resuelven problemas de los clientes relacionados a la atención. 95.0% afirma que la tienda tiene un servicio oportuno. 92.5% afirma que brinda información adecuada a los clientes. Por lo cual concluye que el servicio que brinda la Bodega Santa Elena es de calidad en cuanto a producto, imagen y atención al cliente de acuerdo a la percepción de los clientes.

Gonza y Quiroz (2016), elaboró una tesis para obtener el título de licenciado en administración titulada: “Propuesta de un modelo de gestión por procesos para el Minimarket Sandrita en la ciudad de Éten”. El objetivo de esta investigación fue proponer un modelo de gestión que integre todos los procesos de gestión y mejorar el servicio que se ofrece a los clientes. La metodología fue descriptivo y transversal. Los resultados obtenidos fueron: el minmarket cuenta con fortalezas suficientes para alcanzar los objetivos planificados. Se implementarán 10 estrategias de mejora continua. Los procesos dentro de la tienda no estaban identificados.

Morocho (2015), para titularse como licenciado en administración elaboró la siguiente tesis “Calidad de atención y satisfacción de los clientes en las MYPE comerciales, rubro de abarrotes en el distrito 26 de octubre de Piura, período 2012”. Tuvo como objetivo determinar las características de la calidad de atención y satisfacción de los clientes de las bodegas de abarrotes de la zona de estudio. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. Los resultados presentados por el autor fueron: el 50% de las empresas afirma que su mejor estrategia implementada es la rapidez de atención. El 100% emplea publicidad y tecnología como medio de información hacia sus clientes. El 100% conoce el concepto de calidad de atención al cliente. El 100% de las tiendas conoce a sus clientes y sus necesidades. El 88% del personal de atención conoce sus funciones. El 29% y el 26% mencionan que la forma de satisfacer al cliente es a través del buen servicio y productos de calidad, respectivamente. 77% tienen personal calificado para la atención. El 54% cuenta con accesibilidad geográfica a su establecimiento. 90% de las tiendas brinda seguridad y confianza a sus clientes. 82% del personal de atención es amable en la atención al cliente.

### **Antecedentes locales**

Solis (2017), en su tesis titulada: “Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017”. Esta investigación tuvo como objetivo principal presentar alternativas de mejora para la calidad del servicio de la empresa en estudio. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. Las conclusiones presentadas fueron: se presentó un plan de mejora de la calidad de los servicios de la empresa haciendo uso del ciclo de Deming. En dicha propuesta se presentó un manual de calidad, donde se recomiendan actividades de mejora para solucionar la problemática actual.

Salazar (2016), para obtener su título de licenciado en administración presentó la siguiente tesis: “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del distrito de Huaraz, 2016”. Cuyo objetivo fue determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las bodegas de la zona de estudio. Así también empleó como metodología la descriptiva, no experimental y transversal. Presentó los siguientes resultados: 78% de las bodegas nunca realiza publicidad para promocionar su negocio. 77% de las empresas no cuentan con programas de incentivos para sus clientes. Finalmente la autora con que no se evidenció compromiso por parte de los gerentes de las empresas.

Quito (2015), para obtener su título de licenciado en administración presentó una tesis titulada “Caracterización de la calidad del servicio bajo el modelo de fidelización del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio-Rubro otras ventas al por menor (Bodegas) en el distrito de Huaraz, 2015”. Tuvo como

objetivo determinar las características de la calidad del servicio bajo el modelo de fidelización del cliente en las micro y pequeñas empresas de las empresas en estudio. La metodología que se empleó fue descriptiva, no experimental, cualitativa y transversal. Los resultados presentados por el autor fueron: 53% de los clientes se sienten satisfechos con el servicio de la bodega, es decir con la atención que brindan y con los productos que distribuyen. El 45% de las empresas manifiestan que cuentan con la infraestructura de la bodega para la atención al cliente.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Gestión de calidad**

La gestión de calidad es una de las tendencias actuales que ha mejorado la competitividad de las empresas de todos los rubros, sean estas de producción o de servicio. Del mismo modo, sean estas grandes o pequeñas, los principios de la gestión de calidad son aplicables a todo tipo de organización. En el caso de las bodegas estas son aplicables a su servicio y en todo proceso que se identifique en estos pequeños negocios.

De acuerdo al concepto de Juran (1990), “La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer y cumplir la planificación de la calidad, los objetivos de calidad y la mejora de la calidad por toda la empresa” (p. 169).

#### **2.2.1.1 Trilogía de Juran**

Joseph Juran (1990), menciona que existe tres fases para que la calidad se desarrolle en una organización, estas son: la planificación de la calidad, el control de la calidad y la mejora de la calidad:

**Planificación de la calidad.** Es el conjunto de pasos que se efectúan para satisfacer las necesidades del usuario o cliente, dentro de estos pasos se encuentran la fijación de

los objetivos de calidad, ello significa que la empresa debe estandarizar o plantear objetivos que deben ser cumplidos por toda la empresa. Como segundo paso se tiene la identificación de los clientes, este paso se refiere a que las empresas deben conocer a sus clientes para poder identificar y determinar las necesidades del mismo, que es el siguiente paso, aquí la empresa define detalladamente las características de dichas necesidad para ser transformadas posteriormente en un producto o servicio que satisfaga esas necesidades. El siguiente paso es determinar los procesos adecuados para producir los productos o elaborar el servicio, de tal manera que sean adaptados para cumplir el objetivo. Finalmente se establecen controles enfocados en la mejora continua del proceso.

**Control de la calidad.** Esta fase abarca la evaluación del comportamiento real de la calidad, es decir el desempeño del producto o servicio. Posteriormente comparar los resultados obtenidos con los objetivos planteados y finalmente poner manos a la obra sobre las diferencias encontradas en el paso anterior.

**Mejora de la calidad.** Para poder efectuar esta fase es necesario que la organización invierta recursos tanto económicos y humanos, defina la infraestructura para asegurar la calidad, para ello debe conformar un equipo especializado para poder realizar los cambios o mejoras y finalmente deben sistematizar la experiencia para que otros empleados también puedan aplicar las mejoras.

### **2.2.2 Enfoque de atención al cliente**

En el entorno de la competitividad de las empresas, la atención al cliente como parte de la calidad en el servicio se torna uno de los criterios para calificar a una empresa como competitiva en un mercado.

Para hablar acerca de la atención al cliente es necesario definir en primer lugar la calidad del servicio al cliente. Para Zeithaml (1988) citado por Setó (2004, p. 17), “la calidad del servicio percibida por el cliente es definida por la valoración que éste hace de la excelencia o superioridad del servicio”.

Sin embargo es necesario mencionar que los clientes tienen más dificultad de evaluar la calidad del servicio que evaluar la calidad de un producto. Debido a que la primera requiere mayores criterios para ser evaluado en los resultados obtenidos, los cuales son comparados con las expectativas que tiene el cliente con respecto a la satisfacción de sus necesidades.

De acuerdo a Pérez (2006), la atención al cliente es el “conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe” (p. 6).

### **2.2.2.1 El ciclo Deming**

William Edward Deming fue conocido en su época y hasta hoy como el propulsor de la calidad total en Japón, producto de su investigación elaboró cuatro fases para la implementación de la calidad el cual le llamó ciclo PHVA por las iniciales de cada fase, es decir planificar, hacer, verificar y actuar. Es así que con este aporte que él hizo pudo revolucionar en su época la calidad que en ese momento en el Japón se encuentra decaída debido a su debacle en segunda guerra mundial. A continuación se explicará el ciclo Deming o ciclo PHVA. De acuerdo a Mora (2003), el ciclo Deming se presenta de la siguiente manera:

**Planificar.** Este es el primer paso del proceso de implementación de la calidad, aquí la bodega define los objetivos de calidad, identifica al cliente y también sus necesidades, determina cuáles son los procesos que hay en la organización e inicia las

actividades que se deben hacer durante el proceso, identificando tiempos y responsables los cuales plasma en un cronograma de actividades.

**Hacer.** En este punto la bodega implementa todo lo planificado, identifica los puntos de control y organiza todo lo necesario para implementar los objetivos. También verifica que todo lo que se está implementando esté de acuerdo a lo planificado. En esta fase se determinan los estándares e indicadores.

**Verificar.** Una vez puesto en práctica lo planificado, la bodega debe verificar los procesos e identificar oportunidades de mejora. Definiendo aquello que se ha realizado hasta el momento y comparando con los estándares que previamente se han determinado en la fase “hacer”. En caso de encontrar deficiencias inmediatamente son analizadas y estudiadas para poder mejorar o cambiar lo planificado.

**Actuar.** Una vez identificado los puntos de mejora se realiza el afinamiento en esta parte, aquí ya se ha analizado e identificado las causas del problema y planteado una alternativa de solución. En tal sentido, lo que se hace es implementar las mejoras, teniendo en cuenta siempre el ciclo PHVA.

#### **2.2.2.2 La norma de Calidad ISO 9001: 2015**

De acuerdo a la Norma ISO 9001: 2015 (2015), la adopción de un sistema de gestión de la calidad “es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible” (p. vii).

La Norma ISO 9001, menciona cuatro potenciales beneficios que esta Norma proporciona a las bodegas que deciden implementar dicho sistema. a) Capacidad para proporcionar de forma sostenible productos y servicios acorde a las necesidades del cliente y cumpliendo el reglamento establecido de acuerdo a ley; b) Proporcionar

oportunidades para que la organización aumente la satisfacción del cliente, “c) Abordar los riesgos y oportunidades asociados con su contexto y objetivos y d) capacidad para demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados” (Norma ISO 9001, 2015, p. vii).

En esta norma se establecen 07 principios que encaminan hacia la calidad:

**Enfoque al cliente.** Se enfoca todos los esfuerzos de la bodega a la satisfacción plena del cliente, para ello implica el compromiso de los gerentes y directivos de la bodega, adecuando las políticas y objetivos para dicho propósito, considerando siempre la mejora continua en la satisfacción del cliente.

**Liderazgo.** Se refiere a que la alta dirección, la administración o la gerencia, dependiendo del tipo de bodega, deben mostrar compromiso para la implementación del sistema, para ello deben establecer políticas adecuadas para el cumplimiento de la calidad y también objetivos coherentes a lo que se busca.

**Compromiso de las personas.** Así como se requiere el compromiso de los directivos de la bodega, también es importante tener el compromiso de las personas o trabajadores de la organización. Siendo ellos el capital humano de la bodega, ellos deben estar convencidos y colaborar con el proceso, porque son ellos los que están directamente involucrados con cada proceso en la bodega.

**Enfoque a procesos.** Todas las organizaciones tienen un conjunto de procesos los cuales son estudiados, analizados, definidos y mejorados con la implementación de la Norma ISO. Para ello identifican los procesos y las oportunidades de mejora para que junten, eliminen o propongan mejoras a los procesos.

**Mejora.** “La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente” (Norma ISO 9001, 2015, p. 19).

**Toma de decisiones basada en la evidencia.** La toma de decisiones en un bodega en un proceso continuo, todas las organizaciones toman decisiones porque dependiendo de ellas será el éxito de la organización. Para ello, es importante que los directivos y todos aquellos que se involucran en el proceso de decisión deben contar con información puntual, veraz y confiable, porque ello implicará que una decisión sea acertada y oportuna en la organización.

**Gestión de las relaciones.** Este principio se refiere tanto a las relaciones internas como externas de la organización. En el primer caso trata acerca de las relaciones de los directivos con los trabajadores la cual debe ser cordial y asertiva, el personal merece un trato agradable pero firme. Así también en el segundo caso se refiere a las relaciones con los clientes y los proveedores, en el tema de los clientes está muy claro que esta relación debe ser la más cordial ya agradable. En el caso de los proveedores, debe ser muy estrecha pues depende de ello también la calidad de los productos y servicios, en ese proceso se deben hacer alianzas para mejorar también los procesos.

### **2.2.2.3 Técnicas de gestión de calidad**

Las técnicas o herramientas que emplea la gestión de calidad son muchas, algunas son más complicadas que otras. Sin embargo en este estudio se tendrá en cuenta aquellas que son más útiles pero también son posibles de ser usadas por cualquier persona con conocimientos básicos de estadística.

Para González et al (2013), las técnicas para obtener y preservar la calidad son siete, que se pueden aplicar en todo el proceso de mejora.

**Hoja de recopilación de datos.** Con esta herramienta el trabajador recoge la información acerca del proceso que está analizando. Este es un formato pre establecido que consiste en recoger información para ser procesada con otra herramienta complementaria. En ese sentido se puede recoger información como el número de veces que se para una máquina, o número de veces que registra fallas un producto, así también valorar el costo de un material cuando hay merma, entre otros aspectos que se pueden registrar.

**Diagrama de causa y efecto.** Esta es una herramienta propuesta por Kaoru Ishikawa, muy útil para identificar causa y el efecto de un problema. Con esta herramienta se solicita la participación de todos los integrantes del equipo, de tal manera que cada aporte es valioso o se suma a otro para poder clasificarlo en un grupo de causas. La elaboración y empleo de esta herramienta es simple y en su desarrollo se asemeja a la espina de un pescado. Esta herramienta es muy útil cuando se hace participativa con otras personas que aportan ideas sobre el tema a tratar, porque la reunión y la solución se vuelven más sólida con el aporte de todos.

**Histograma.** Esta herramienta muestra la distribución de una variable partiendo de un conjunto de datos agrupados cuyo insumo se plasma en una tabla de frecuencia. Es muy útil porque su empleo permite visualizar de forma gráfica las desviaciones de los elementos que se están controlando, de tal forma que permite plantear mejores alternativas de solución, también sirve de insumo para enlazarlo con otras herramientas de manera complementaria.

**Estratificación.** Consiste en recoger la parte o elementos más importantes de una serie de datos. Es una herramienta complementaria a las anteriormente citadas.

**Diagrama de Pareto.** Es conocido como 80/20 fue proporcionada por el Ing. Pareto, la cual especifica que el 80% de los problemas que suceden en un proceso o en cualquier situación son provocados por el 20% de las causas. Es muy útil para discriminar problemas que no son importantes o causas que no revierte mucha relevancia.

**Flujo gramas.** El flujograma se emplea para representar los pasos de un proceso, mediante ello se pueden identificar los puntos de mejora, identificar cuellos de botella y funciona como un plano donde se puede visualizar en detalle cada elemento, mediante esta herramienta se pueden plantear alternativas de mejora para solucionar problemas.

**Gráficos de control.** “es una herramienta que se utiliza para analizar, gestionar y evaluar la estabilidad de un proceso a lo largo del tiempo, en función de la evolución del valor de una o de varias de las variables claves que la originan” ( González y Domingo, 2013, 299). Esta herramienta da la facilidad de comparar gráficamente y de manera cronológica. Con ello se consigue obtener evidencias o pruebas de las variaciones existentes en un proceso.

#### **2.2.2.4 Dimensiones de la calidad del servicio**

Cuando el cliente valora la calidad del servicio de una organización tiene en cuenta algunos factores, criterios o dimensiones que considera pertinentes para determinar si un servicio es de calidad o no.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) citado por Setó (2004, p. 21-22), luego de realizar una investigación al respecto, determinaron que existen diez elementos que determinan la calidad. Dichos elementos o dimensiones se explican a continuación:

**Elementos tangibles.** Se refiere al conjunto de características que tiene la infraestructura donde se realiza el servicio. Así también en ello se debe tener en cuenta los equipos, las maquinarias, mueble, entre otros aspectos tangibles de la empresa.

**Fiabilidad.** Se trata de cumplir con lo ofrecido al cliente, de tal manera que el cliente considere el servicio confiable por que la empresa cumple con su ofrecimiento.

**Capacidad de respuesta.** Se trata de la disposición que tienen los empleados para dar una respuesta rápida a las solicitudes del cliente.

**Profesionalidad.** Se refiere al conjunto de habilidades, capacidad y conocimientos que deben poseer los empleados para atender las necesidades del cliente.

**Cortesía.** Se refiere a la atención, la amabilidad que tienen los empleados cuando atienden a los clientes.

**Credibilidad.** Se trata de la “veracidad, creencia y honestidad sobre el servicio que se ofrece” (Setó, 2004, p.22).

**Seguridad.** Se refiere a los riesgos que el cliente percibe en relación a su proveedor, como es el caso de la confidencialidad de la información que ambos comparten.

**Accesibilidad.** Se trata de la facilidad que tenga el cliente para poder acceder a los servicios de los proveedores como horario, accesibilidad al lugar, acceso a tratar con las personas indicadas, etc.

**Comunicaciones.** Se refiere al nivel de información que el proveedor proporciona al cliente, si le mantiene informado de todos los aspectos que debe tener en cuenta el cliente.

**Comprensión del cliente.** Se trata de “esforzarse por conocer a los clientes y comprender sus necesidades” (Setó, 2004, p.22).

### **2.2.3 Las micro bodegas (MYPE)**

Las micro y pequeñas bodegas reconocidas por su acrónimo MYPE son unidades de negocio que realizan las mismas actividades de una gran bodega. En ese sentido se encuentran en todos los rubros bodegas como el servicio, comercio, producción, extracción, etc. Sin embargo ellas tienen ciertas peculiaridades que las distinguen pero también que la ponen en desventaja, aspectos como financiamiento, capacidad de producción, calidad y sobre todo formalización, son los problemas que presentan estas unidades de negocio. En tal sentido, a continuación se presentan las características que presentan estas bodegas de acuerdo a la clasificación que hace la ley 30056 (El Peruano, 2013).

Micro bodega. Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias.

Pequeña bodega. Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Mediana bodega. Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

#### **2.2.3.1 Importancia de las MYPE**

Las MYPE son las unidades que producen en pocas cantidades, que se mueven rápido con los cambios pero también que encierran muchos problemas que muchos de ellos son productos del sistema de un país. Sin embargo ello no desmerece la importancia que tienen estas organizaciones en la economía del Perú. Es por ello, que de acuerdo al Portal La voz de los emprendedores (2018), menciona algunos motivos porque la MYPE debe considerarse importante:

Aportan al PBI. Las MYPES aportan el 40% del PBI al país, es por ello que se les considera grandes aportadores al crecimiento económico del país.

Ayudan a la generación de empleo. Las MYPE dan empleo a muchas personas a nivel nacional. De acuerdo a la Asociación de Emprendedores del Perú (2018) citado por Portal La voz de los emprendedores (2018, párr. 4), “las MYPE representan el 47% del empleo en América Latina”.

Motor de desarrollo. En el Perú las MYPE son alrededor del 98%, una cantidad bastante elevada y sin considerar aquellas que son parte de la informalidad, es por ello que son polo de desarrollo y fuente de trabajo para muchas bodegas. Así también es necesario mencionar que anualmente abren más MYPE en los diferentes rubros.

Mujeres emprendedoras. De acuerdo a PRODUCE (2017), citado por Portal La voz de los emprendedores (2018, párr. 7), en el año 2017, el Perú albergaba un millón 270.000 micro bodegas lideradas por mujeres. De esa cantidad el 80% están en el interior del país y el 20% se encuentra en Lima. Mayormente las regiones donde se ha identificado son Puno, Piura, La Libertad, Cusco y Junín.

Créditos MYPES. Las MYPE son un importante grupo apetecible para las entidades financieras. Tal es el caso que las “Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) colocaron S/ 11,831 millones a las MYPE al mes de enero de 2018. El monto representa un crecimiento de 13.7% respecto a los S/ 10,406 millones que alcanzaron durante el mismo período del 2017” (La voz de los emprendedores, 2018, párr. 8).

#### **2.2.4 Las bodegas en el Perú**

Actualmente las bodegas de abarrotes en el Perú son 414 mil unidades y de ellas más del 60% son administradas por mujeres, de esa cantidad también el 41% fueron

emprendidas a consecuencia de la escasez de trabajo (Asociación de bodegueros del Perú, 2018, citado por La voz del emprendedor, 2018, párr. 1).

De acuerdo a Choquehuanca (2017), las bodegas “son aquellos negocios forjados entre familiares que operan como micro y pequeñas bodegas (MYPE), por su nivel de operaciones y conforman en conjunto el sector más importante de comercio minorista, por tanto de las MYPES y la generación de empleo” (p. 6).

Para Alcorta et al (2012), “son negocios que normalmente compran grandes volúmenes de alimentos frescos y procesados, así como otros artículos para el hogar, y revenden sus productos a clientes individuales” (p. 1).

Según los conceptos mencionados las bodegas de abarrotes son aquellas organizaciones que abastecen de productos de primera necesidad a los clientes de una determinada geografía que por lo general es pequeña, abastecen en pequeñas cantidades a las personas para satisfacer necesidades inmediatas.

### **2.2.5 Características de las bodegas**

Las bodegas de abastecimiento de productos de primera necesidad son importantes porque resuelven necesidades inmediatas de los clientes.

En tal sentido son negocios que realizan sus actividades en pequeños espacios por lo general y donde se encuentran productos como lácteos, artículos de tocador, de higiene y limpieza, golosinas entre otros. Cuya finalidad es satisfacer necesidades inmediatas para las personas cercanas a dicho negocio.

En su gran mayoría son negocios que se inician por lo general por satisfacer una necesidad de trabajo, debido a que las personas que lo emprenden no pueden obtener un trabajo fácilmente. Y quienes laboran en estos negocios son los mismos familiares. Así lo afirma también la Asociación de bodegueros del Perú (2018), citado

por La voz del emprendedor (2018, párr. 1), que además agrega que las bodegas son en el Perú “414 mil unidades y de ellas más del 60% son administradas por mujeres, de esa cantidad también el 41% fueron emprendidas a consecuencia de la escasez de trabajo”.

Otra de las características de estos negocios es el capital limitado que emplean en su gran mayoría, trabajan con crédito de proveedores y en la mayor parte de las veces son autofinanciadas. Las familias las emplean como caja chica, muchas de ellas tienen un crecimiento limitado y pocas de ellas son las que se convierten en empresas más grandes.

#### **2.2.6 Tipo de bodegas**

Las bodegas de barrio. Estas bodegas son aquellas que trabajan en espacios pequeños, con poco capital, son autofinanciadas y por lo general son administradas por los mismos familiares quienes se turnan de acuerdo al horario que tienen disponible. Abastecen a la población cercana en pocas cantidades y venden productos de primera necesidad.

Las tiendas virtuales. Carbajal y Vargas (2006), afirman que “es un sistema que permite a los clientes de un comercio realizar pedidos en línea desde cualquier lugar del planeta a través del internet” (p. 3). Estas tiendas son usadas en actualidad aprovechando la tendencia de las redes, existen muchas empresas que venden solo por este medio y les resulta muy rentables, los pagos se realizan con tarjeta de crédito y otros tipos de pago como depósito en cuenta, es de mucha facilidad para grandes grupos de personas.

Los Minimarket. Son bodegas cuyo formato es diferente con las bodegas de barrio, están mejores organizados y tienen gran variedad de productos. De acuerdo a

Ideas de negocio (2013), “los minimarket o tiendas de conveniencia son negocios dedicados a la venta de productos de consumo inmediato ubicados regularmente en las cercanías a zonas residenciales o ejecutivas” (párr. 1). Dentro de la variedad de productos que venden se encuentran las bebidas, abarrotes, cigarrillos, productos de limpieza e higiene, golosinas, granos y también medicamentos que son vendidos sin receta médica. Otra de las características es que los clientes pueden ingresar para escoger la mercadería que desean y acercarse a la caja para poder pagar, son negocios rentables y tienen un administrador y trabajadores.

### **2.3 Marco Conceptual**

Abarrotes. “son negocios que normalmente compran grandes volúmenes de alimentos frescos y procesados, así como otros artículos para el hogar, y revenden sus productos a clientes individuales” (Alcorta, Dufour y Hinman, 2012, p. 1).

Bodegas. “Son aquellos negocios forjados entre familiares que operan como micro y pequeñas bodegas (MYPE), por su nivel de operaciones y conforman en conjunto el sector más importante de comercio minorista, por tanto de las MYPES y la generación de empleo” (Choquehuanca, 2017, p. 6).

Atención al cliente. Es el “conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe” (Pérez, 2006, p. 6).

Cliente. “Es la razón de existir del negocio, en otras palabras es la persona que paga por recibir a cambio un producto o servicio”. (Pérez, 2006, p. 2).

Gestión de calidad. “La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer y cumplir los objetivos de calidad por toda la bodega” (Juran, 1990, p. 169).

ISO 9000. “Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario proporciona una referencia esencial para la comprensión e implementación adecuadas de esta Norma Internacional” (Norma ISO 9001, 2015, p. 25).

Mejora. “La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente” (Norma ISO 9001, 2015, p. 19).

UIT. Unidad Impositiva Tributaria. “Es la herramienta para tener un valor de referencia que determina las escala de multas e impuestos en el Perú es fijada por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)” (Ruiz, 2018, párr. 1). Para el 2018, la UIT es de 4,150 soles.

### **III. Metodología**

#### **3.1 Diseño de la investigación.**

Será de diseño no experimental y transversal. Será no experimental porque los resultados no serán manipulados voluntariamente. Al respecto, Hernández et al (2014), “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152).

Así también este estudio es transversal porque recoge la información en un solo momento. Hernández et al (2014), menciona que los “diseños transaccionales (transversales), son investigaciones que recopilan datos en un momento único” (p. 154).

#### **3.2 Población y muestra.**

##### **3.2.1 Población**

En la Asociación Ancieta en el distrito de El Agustino existen 10 bodegas de venta de abarrotos. Para Hernández et al (2014), “la población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

##### **3.2.2 Muestra**

Siendo la población pequeña para este estudio se tomará la totalidad de la población, es decir 10 bodegas de abarrotos de la Asociación Ancieta en el distrito de El Agustino.

Para Hernández (2014), “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p. 175).

### 3.3 Definición y Operacionalización de las Variables y los Indicadores

Tabla 1

*Operacionalización de las variables*

Variable		Definición operacional			Escala /medición
Denominación	Definición conceptual	DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	INDICADOR	
Gestión de calidad	“La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer, cumplir y planificar la calidad, los objetivos de calidad y la mejora de la calidad por toda la bodega” (Juran, 1990, p. 169).	Planificar la calidad	Conjunto de actividades para cumplir con objetivos de calidad.	Objetivos	Cuestionario con Escala de Likert
		Control de la calidad		Supervisión del cumplimiento de objetivos.	
		Mejora de la calidad	Poner en práctica las mejoras y las diferencias halladas.	Políticas	
				Resultados reales	
				Diferencias entre lo real y el plan	
				Recursos	
Atención al cliente	Es el “conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe” (Pérez, 2006, p. 6).	Elementos tangibles	Se refiere a la infraestructura para la calidad en la bodega.	Infraestructura, equipos, maquinarias y muebles	Cuestionario con Escala de Likert
		Capacidad de respuesta	Es la respuesta rápida del personal de la organización.	Tiempo de respuesta	
		Trato amable	Ser amable y atento con el cliente.	Conocimiento del producto	
				Asesoramiento al cliente	
				Imagen del personal de atención	
			Cortesía hacia el cliente		

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

#### **Técnica**

Para recabar la información de las MYPES se empleará como técnica la encuesta. De acuerdo Grasso (2006), “la encuesta es un procedimiento que ayuda a recolectar información de un grupo de personas previamente definidas. A través de ella se obtiene información de manera sistemática (p. 13).

#### **Instrumento**

El cuestionario será un instrumento con escala de lickert que contendrán las variables de investigación de la tesis. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), el cuestionario “es el conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (p. 217).

### **3.5 Plan de análisis.**

Para analizar esta investigación se procederá bajo el siguiente plan de análisis: a) Confeccionar el instrumento con las preguntas a realizar; b) Contactar con los empresarios que se encuestarán; c) Diseñar una ruta para hacer el recorrido, d) Recabar los datos requeridos mediante el cuestionario, e) Clasificar los datos en una hoja de Excel, mediante tablas, f) Procesar dicha información en una hoja de SPSS - 24 y finalmente g) Analizar la información.

.

### 3.6 Matriz de consistencia

Tabla 2

*Matriz de consistencia*

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y procedimientos
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018?	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.</p> <p>Determinar las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018.</p>	<p><b>Variables:</b></p> <p><b>Variable</b></p> <p>Gestión de calidad</p> <p><b>Variable</b></p> <p>Atención al cliente.</p>	<p><b>Población:</b> 10 bodegas</p> <p><b>Muestra:</b> 10 bodegas</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Cuantitativa</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptiva</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental - transversal</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

### **3.7 Principios éticos**

De acuerdo al código de ética para la investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, en la investigación se tienen en cuenta algunos principios que rigen la actividad investigadora, los cuales tienen como “propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad” (Uladech, 2016, p. 2). A continuación, se explican los principios de ética.

**Protección a las personas.** Teniendo en cuenta que en una investigación se trabaja con personas, se tiene en cuenta en ello el respeto a la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Esto implica que las personas involucradas en la investigación participen voluntariamente teniendo en cuenta el respeto de sus derechos fundamentales y en especial su protección si en caso se encuentren en una situación de vulnerabilidad.

**Beneficencia y no maleficencia.** Se debe proteger el bienestar de las personas involucradas en la investigación. En tal sentido, el investigador debe cumplir con las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir las posibilidades de efectos adversos y maximizar los beneficios.

**Justicia.** El investigador debe aplicar un juicio razonable, ponderable y tener criterio para tomar decisiones que no sean sesgadas hacia un propósito particular. Del mismo modo el tratamiento para todas las personas involucradas en la investigación debe ser equitativo, igualitario y justo.

**Integridad científica.** El investigador debe ser una persona íntegra en todos los aspectos de su vida profesional y personal. Avizorando en todo momento cualquier daño o perjuicio que pueda ocasionar la investigación y comunicando de manera correcta y a

tiempo dichos riesgos. Del mismo modo el investigador debe declarar los conflictos de interés que puedan afectar el curso de la investigación en la publicación de resultados.

**Consentimiento informado y expreso.** La información vertida en la investigación y que debe ser publicada debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica de las personas e instituciones involucradas en la investigación.

## IV. Resultados

### 4.1 Resultados

Sobre las características de los representantes de las MYPE

Tabla 3  
*Edad del representante de la MYPE*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
31 a 40 años	2	20.00%	20.0%	20.0%
Válido Más de 40 años	8	80.00%	80.0%	100.0%
Total	10	100.00%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

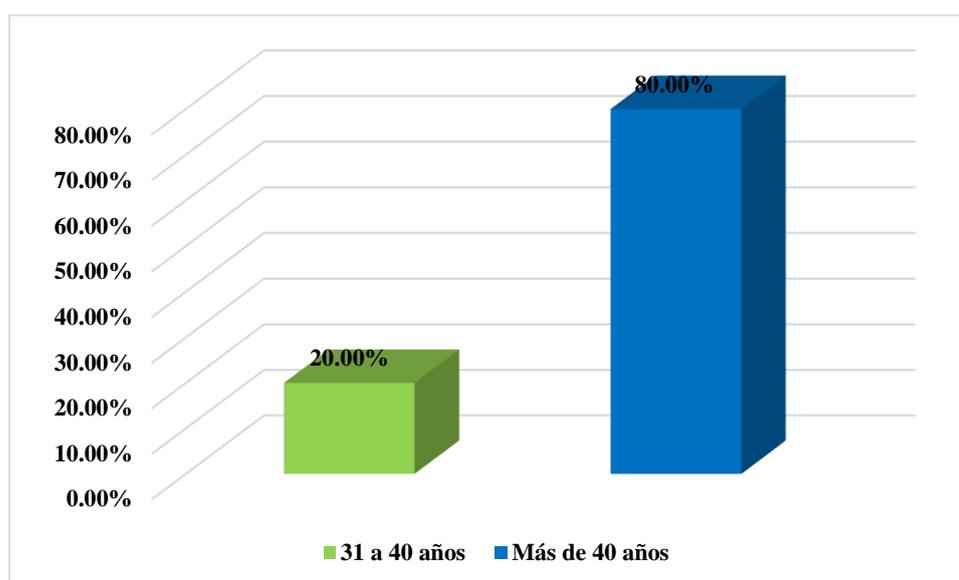


Figura 1. Edad del representante de la MYPE

#### Interpretación

Se reporta que solo 20.0% de bodegueros tienen una edad que oscilan entre 31 a 40 y en este caso el mayor porcentaje que corresponde al 80.0% su edad está por encima del rango de 40.

Tabla 4

*Género del representante de la MYPE*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	8	80.0%	80.0%	80.0%
VálidoMasculino	2	20.0%	20.0%	100.0%
Total	10	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

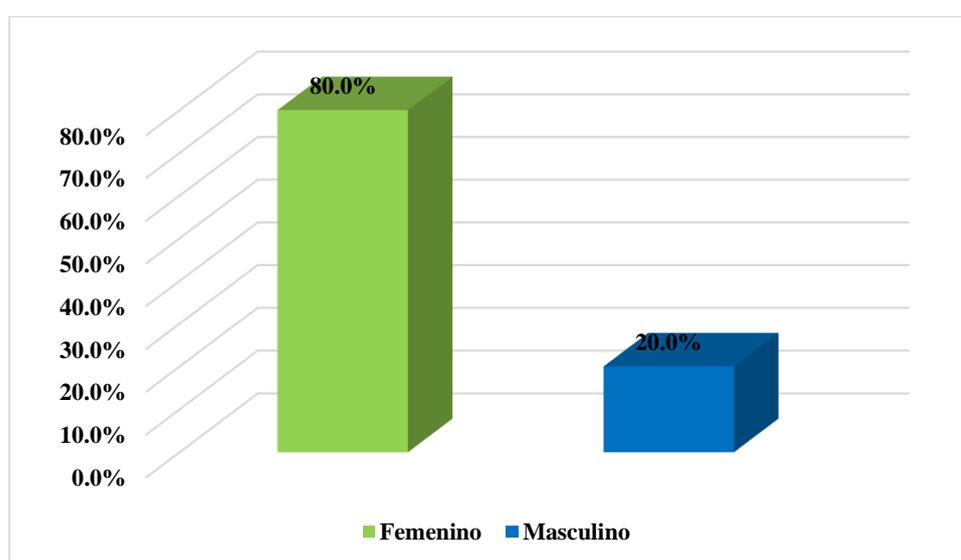


Figura 2. Género del representante de la MYPE

Interpretación

El 80.0% de los representantes de las bodegas son mujeres y el 20.0% de las personas a cargo de la tienda son varones.

Tabla 5

*Grado de instrucción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	10	100.0%	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

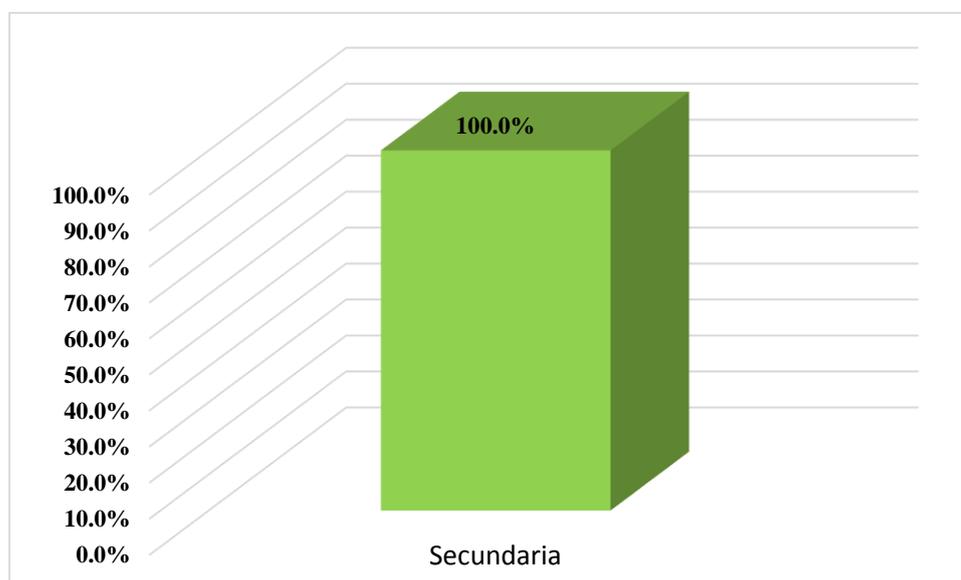


Figura 3. Grado de instrucción

Interpretación

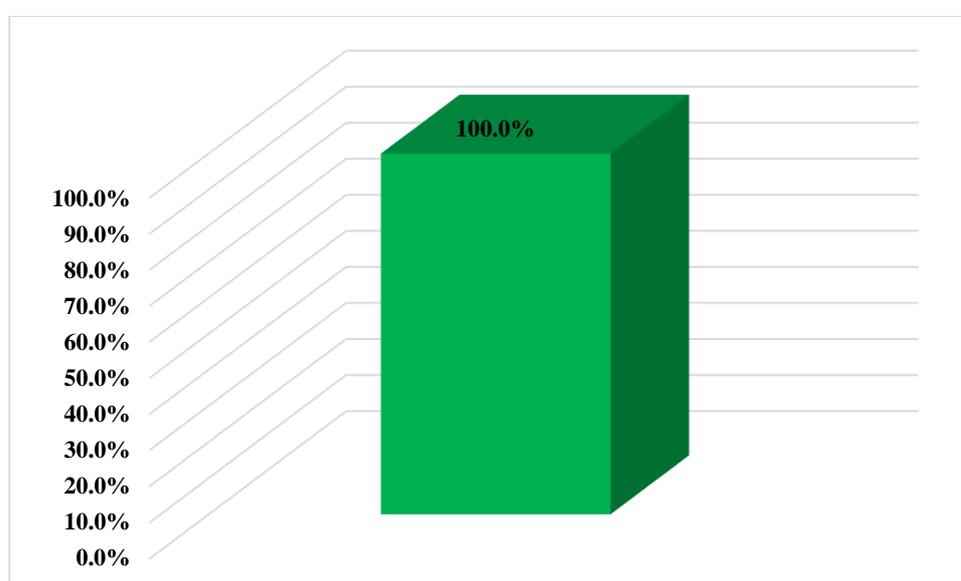
El 100.0% de los representantes tienen preparación secundaria.

Tabla 6

*Cargo en la MYPE*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	10	100.0%	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019



*Figura 4. Cargo en la MYPE*

Interpretación

Se registra que todos los representantes (100.0%) dirigen su propia empresa.

## Características de las MYPE

Tabla 7

*Tiempo en el mercado*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
6 a 10 años	7	70.0%	70.0%	70.0%
Válido 11 años a más	3	30.0%	30.0%	100.0%
Total	10	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

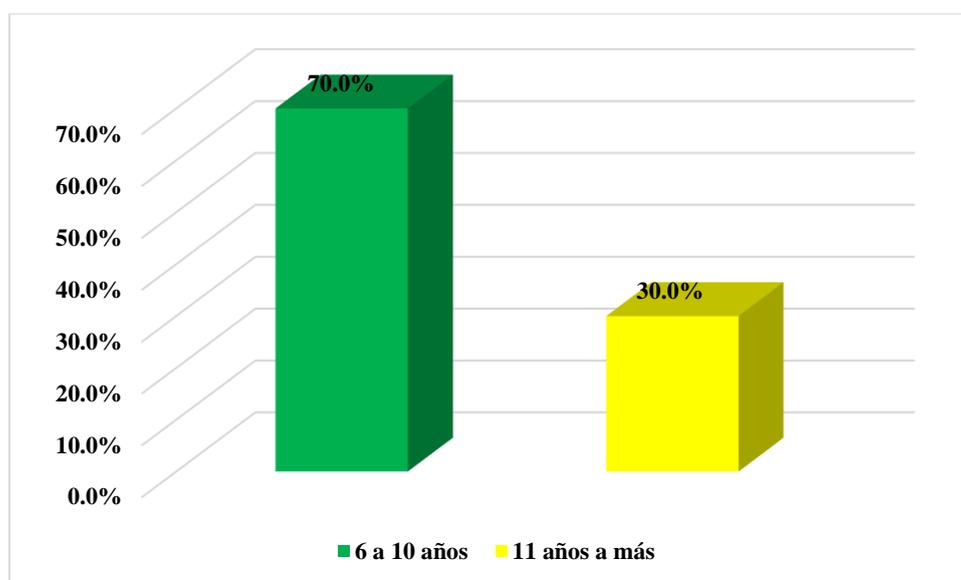


Figura 5. Tiempo en el mercado

### Interpretación

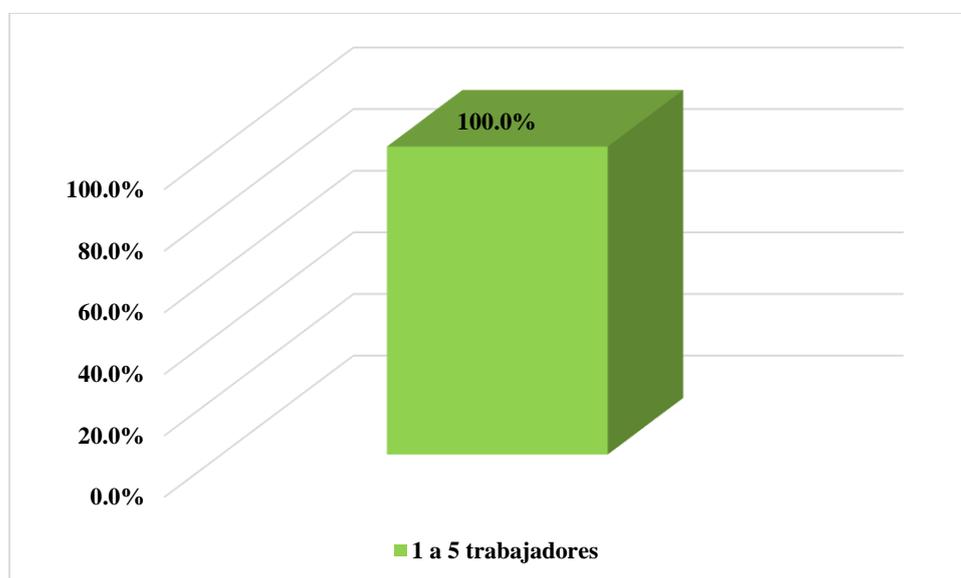
Se pudo evidenciar que 70.0% de los negocios encuestados a la actualidad cuentan entre 6 a 10 años de presencia en el mercado y 30.0% de ellos están más de 11 años.

Tabla 8

*Número de trabajadores*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5 trabajadores	10	100.0%	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019



*Figura 6. Número de trabajadores*

Interpretación

La totalidad de las MYPE (100.0%) cuenta con trabajadores en una cantidad de 1 a 5.

Tabla 9

*Formalización de la empresa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	40.0%	40.0%	40.0%
	No	6	60.0%	60.0%	100.0%
	Total	10	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

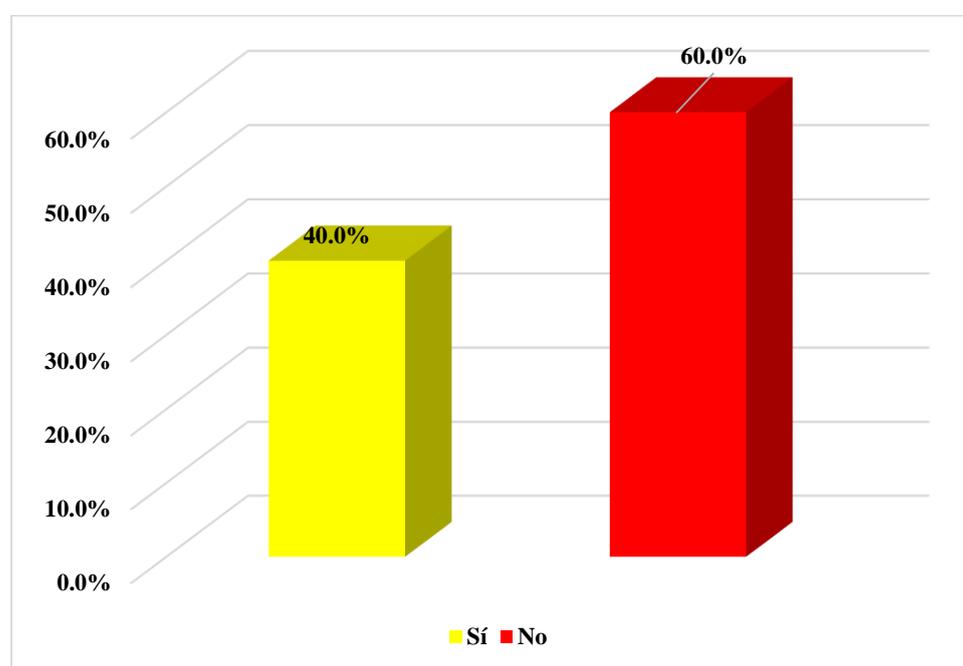


Figura 7. Formalización de la empresa

Interpretación

El 40.0% de las MYPE se encuentran formalizadas y el 60.0% es informal.

## Sobre la gestión de calidad de las MYPE

Tabla 10

*Nivel de gestión de calidad de las MYPE*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	3	30.0%	30.0%	30.0%
Medio	5	50.0%	50.0%	80.0%
Alto	2	20.0%	20.0%	100.0%
Total	10	100.0%	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

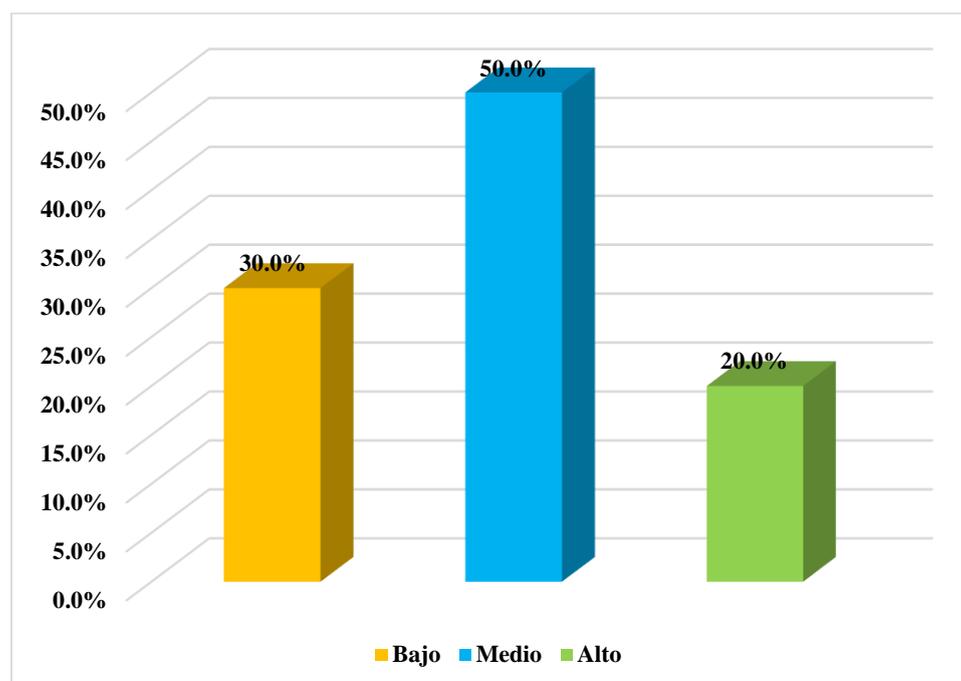


Figura 8. Nivel de gestión de calidad de las MYPE

### Interpretación

El 30.0% de las MYPE perciben que la gestión de calidad de la MYPE es de nivel bajo, el 50.0% es de nivel medio y el 20.0% es de nivel alto.

Tabla 11

*Nivel de percepción de la planificación de la calidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	30.0%	30.0%
	Medio	7	70.0%	100.0%
	Total	10	100.0%	

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

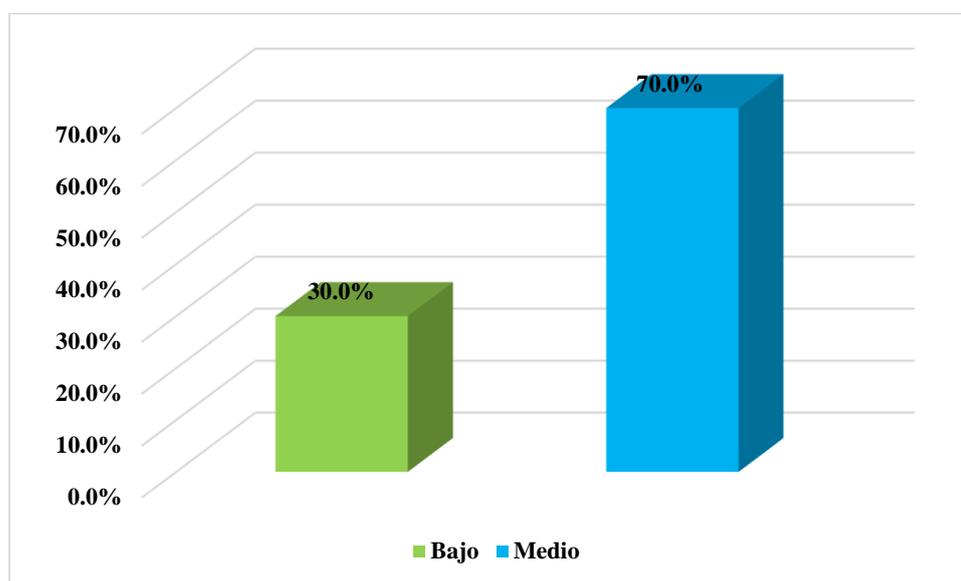


Figura 9. Nivel de percepción de la planificación de la calidad

Interpretación

Siendo la planificación importante en toda organización, en el caso de las bodegas se reporta que el 30.0% es de nivel bajo y el 70.0% es de nivel medio, no llegando a un nivel favorable o alto de planificación.

Tabla 12

*Nivel de percepción del control de la calidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	20.0%	20.0%
	Medio	5	50.0%	70.0%
	Alto	3	30.0%	100.0%
	Total	10	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

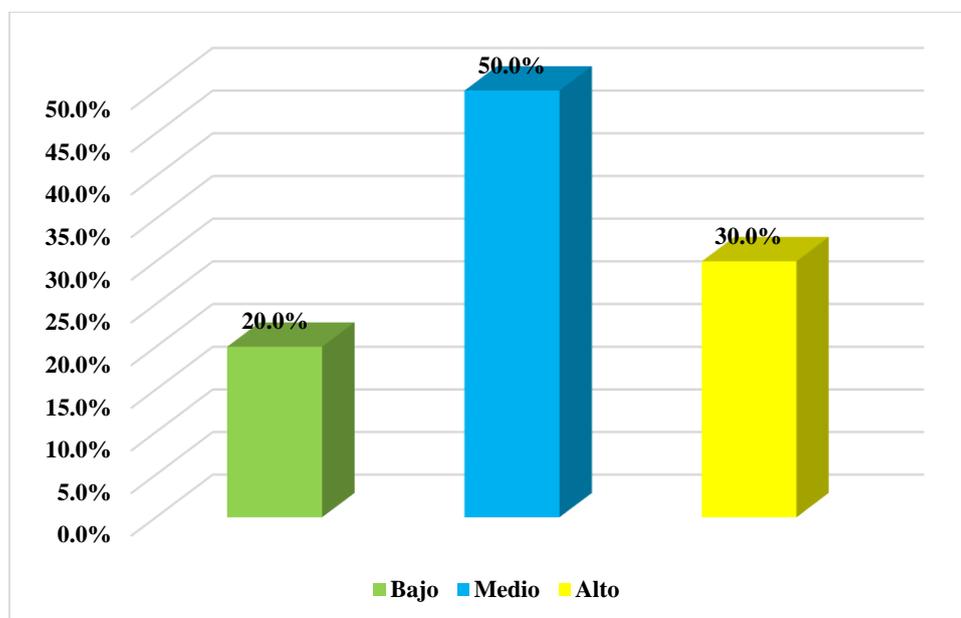


Figura 10. Nivel de percepción del control de la calidad

Interpretación

En cuanto a la percepción que tienen los dueños de las bodegas acerca del control de la calidad, se tienen que el 20.0% reporta que es de nivel bajo, 50.0% considera que es de nivel medio y el 30.0% considera que es de nivel alto.

Tabla 13

*Nivel de percepción del mejoramiento de la calidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	30.0%	30.0%
	Medio	5	50.0%	80.0%
	Alto	2	20.0%	100.0%
	Total	10	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

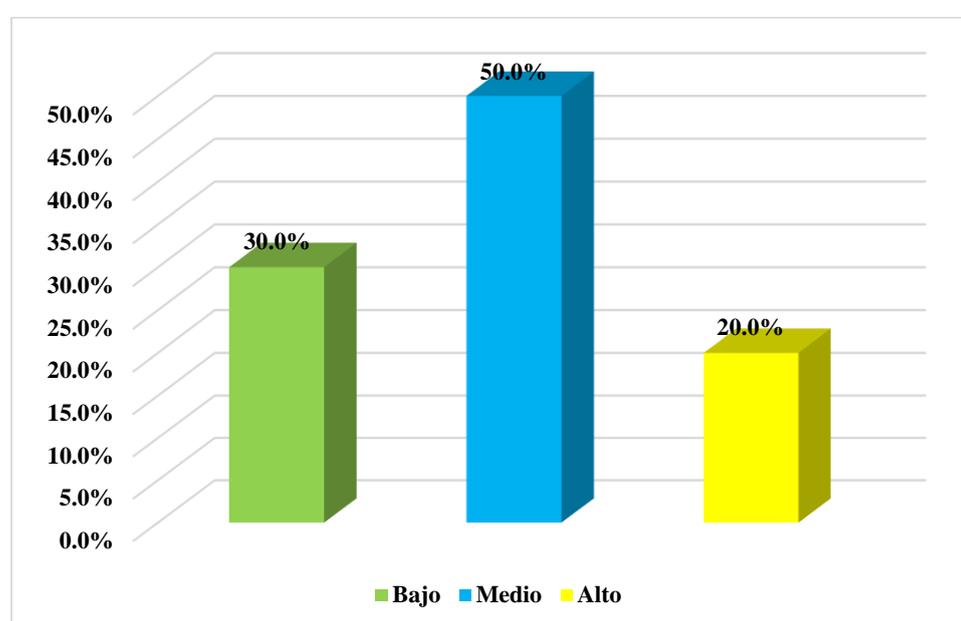


Figura 11. Nivel de percepción del mejoramiento de la calidad

Interpretación

En cuanto a la mejora de la calidad que practican los representantes en sus bodegas se reporta que el 30.0% es de nivel bajo, el 50.0% es de nivel medio y el 20.0% es de nivel alto.

Tabla 14

*Nivel de percepción de la variable atención al cliente*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	20.0%	20.0%
	Medio	6	60.0%	80.0%
	Alto	2	20.0%	100.0%
	Total	10	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

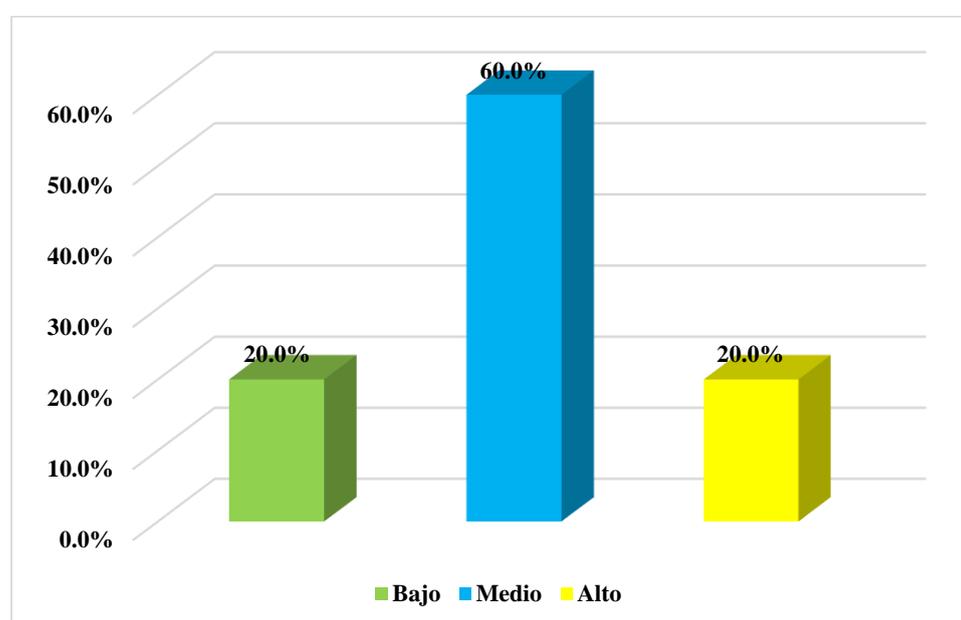


Figura 12. Nivel de percepción de la variable atención al cliente

Interpretación

La atención de calidad en las empresas que dan cara al público es importante, en los resultados reportados por los mismos representantes, respondieron que su percepción con respecto a este tema es de 20.0% de nivel bajo, 60.0% de nivel medio y 20.0% de nivel alto.

Tabla 15

*Nivel de percepción de la dimensión elementos tangibles*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	30.0%	30.0%
	Medio	5	50.0%	80.0%
	Alto	2	20.0%	100.0%
	Total	10	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

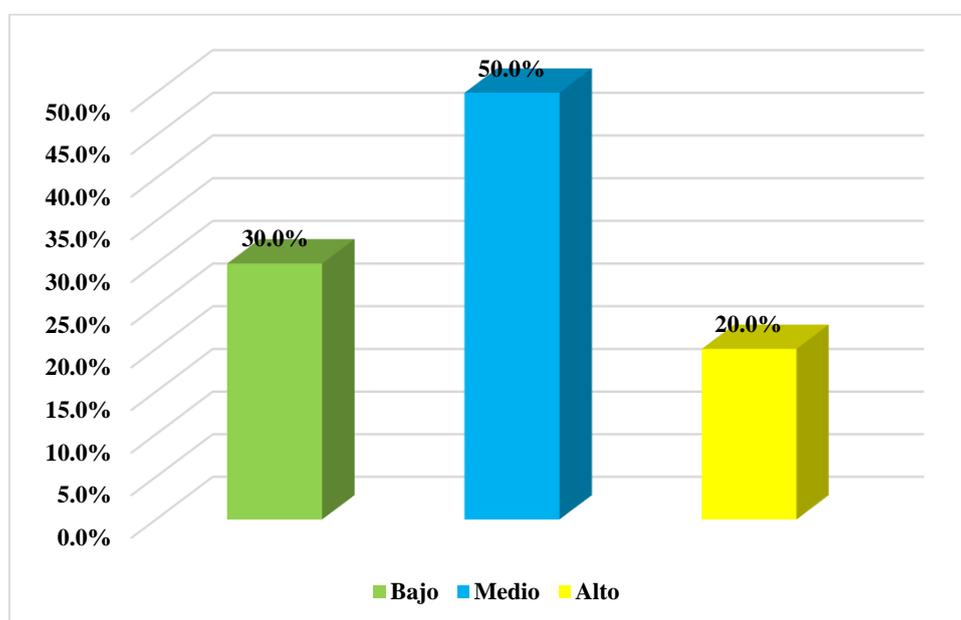


Figura 13. Nivel de percepción de la dimensión elementos tangibles

Interpretación

En cuanto a los elementos tangibles de las tiendas referidas a los estantes y equipos que posee, lo califican que es de nivel bajo en el 30.0%, 50.0% en el nivel medio y 20.0% en el nivel alto.

Tabla 16

*Nivel de percepción de la dimensión capacidad de respuesta*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	10.0%	10.0%
	Medio	7	70.0%	80.0%
	Alto	2	20.0%	100.0%
	Total	10	100.00%	100.00%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

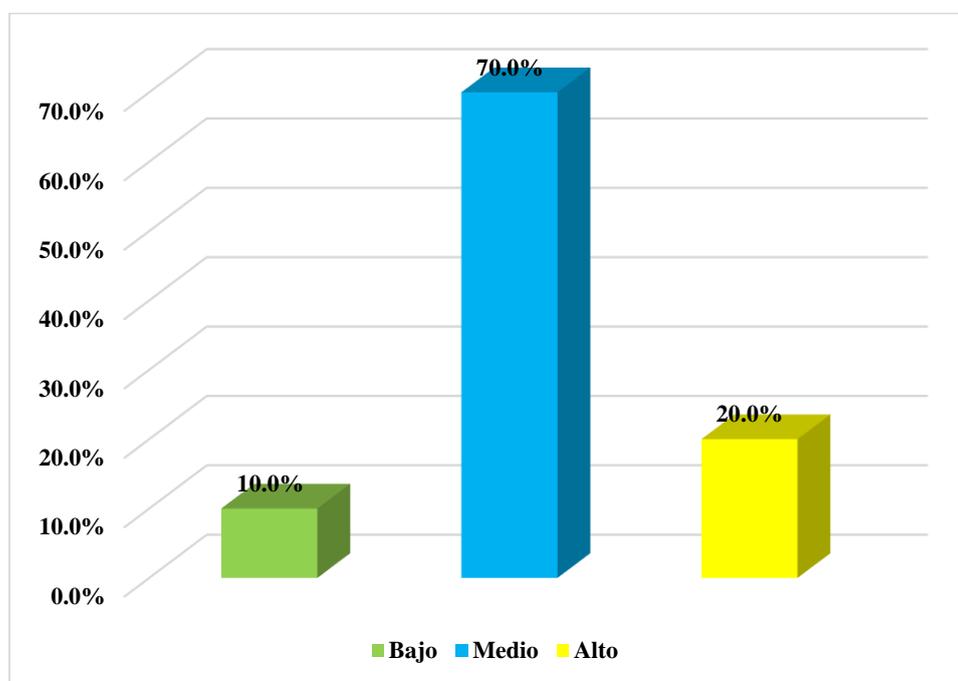


Figura 14. Nivel de percepción de la dimensión capacidad de respuesta

Interpretación

Con respecto al nivel de percepción de la capacidad de respuesta de las bodegas con respecto a la atención al cliente, se tiene que el 10.0% percibe que es bajo, el 70.0% percibe que es de nivel medio y el 20.0% percibe que es de nivel alto.

Tabla 17

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	10.0%	10.0%
	Medio	7	70.0%	80.0%
	Alto	2	20.0%	100.0%
	Total	10	100.00%	100.00%

Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE 2019

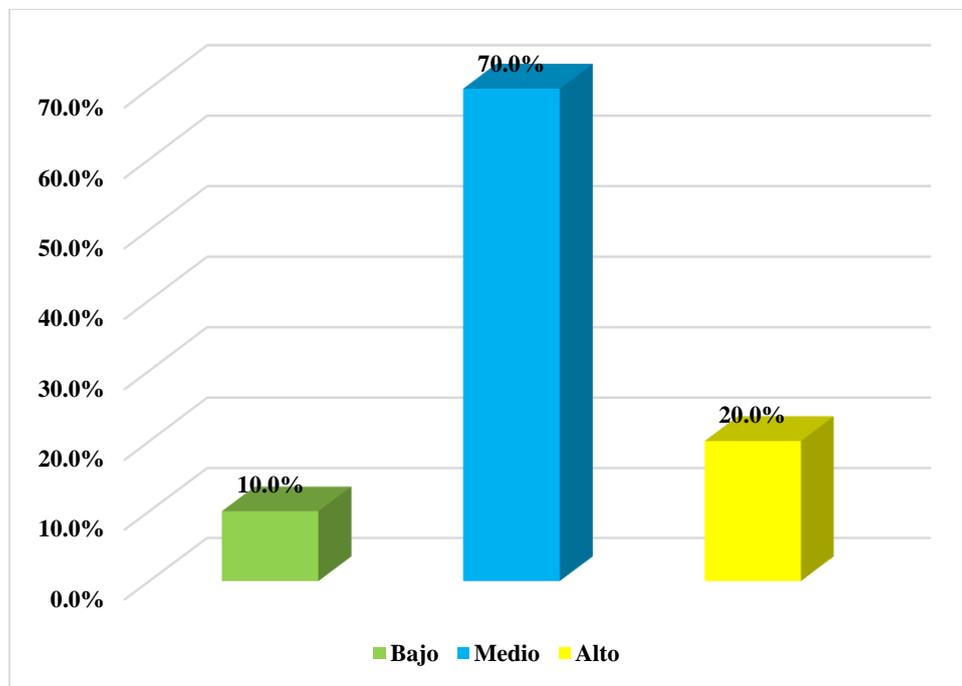


Figura 15. Nivel de percepción de la dimensión trato amable

#### Interpretación

De acuerdo al trato amable que brindan las bodegas se observa que el 10.0% percibe que es de nivel bajo, el 70.0% percibe que es de nivel medio y el 20.0% es de nivel alto.

## **4.2 Análisis de resultados**

### **Sobre las características de los representantes de la MYPE**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se tiene que el 80.0% de los representantes están en una edad promedio de más de 40 años. Con lo que se puede inferir que son personas que tienen clara las metas con respecto a lo que quieren alcanzar y tienen una familia por la que deben trabajar y responder. Al respecto se tiene la tesis de Pinto (2017), quien presentó en su investigación que el 46.25% son personas entre 36 a 45 años de edad.

Acerca del género de los representantes de las bodegas, se confirmó que el 80.0% de ellos es de sexo femenino. Mayormente ello se da porque son hogares en el que la mujer queda al cuidado de los hijos y una forma de contribuir con la economía de la familia es ayudarse mediante un negocio como éste. Sobre estos resultados Pinto (2017), presentó unos resultados similares en su investigación, determinando que el 55.0% de las personas encuestadas son de género femenino.

Sobre el nivel de educación que tienen los representantes se puede apreciar en los resultados que el 100.0% de ellas tienen solo educación secundaria. Por lo que se infiere que siendo personas que tienen una preparación básica una forma de ayudar a la economía familiar es instalar una bodega en sus hogares, pues en el mercado tienen pocas oportunidades de ganar un sueldo adecuado que sustente la economía de la familia. Pinto (2017), obtuvo un resultado diferente y menor del porcentaje obtenido al reportar que sólo el 39.0% tienen educación secundaria. Esta diferencia se puede deber a las diferencias de status económico y procedencia.

Se puede evidenciar que el 100.0% de los encuestados también son dueños de las bodegas, ello es porque a través de los años han obtenido este negocio que han sabido mantener a través del tiempo.

### **Sobre los resultados de las características de las MYPE**

En cuanto a una de las características de la MYPE, se tiene que el 70.0% de ellas tienen un tiempo que oscila entre 6 a 10 años y el 30.0% manifestó que tienen más de 11 años de funcionamiento en el mercado. Esta respuesta es congruente con las características de los representantes, pues está alineado a la edad y al tiempo que se encuentran como dueños de la MYPE.

Sobre el número de trabajadores se registró que el 100% de las bodegas en el área de estudio tienen entre 1 a 5 trabajadores, esta cantidad es usual en este tipo de negocios porque los espacios son reducidos y los negocios son pequeños, pero además hay que agregar que quienes conforman la fuerza laboral no con trabajadores sino los mismo familiares que se turnan para poder atender la bodega. También es necesario mencionar que este negocio es de tipo supervivencia.

Se identificó que el 60% de las bodegas es informal, es decir no emiten boleta de venta y solo el 40% contaba con licencia de funcionamiento. A pesar que la mayoría tienen más de 11 años en el mercado, aun no cuentan con la formalidad debida y eso es porque de parte de la municipalidad no hay una fiscalización activa y contundente.

### **Sobre las características de la gestión de calidad de las MYPE**

Se reporta que el 50.0% de las bodegas del presente estudio reportan que el nivel de gestión de calidad de las MYPE es medio. Las razones se deben a que la mayoría de ellas no planifica sus actividades, esta actividad lo realiza día a día, no controla lo que entra y tampoco lo que sale en cuanto a mercadería y finalmente no realiza mejoras al servicio,

todo ello lo hace esporádicamente. Sobre este aspecto Montenegro (2017), presentó un resultado similar al mencionar que los procedimientos de control de calidad son inadecuados en su investigación, pues él identificó factores internos deficientes. No se emplean herramientas básicas estadísticas para mejorar la gestión de calidad de los productos en la empresa.

El 70.0% de los representantes de las bodegas manifestaron que su nivel de planificación es medio, debido a que éste no es exhaustivo, por el mismo hecho que son bodegas pequeñas, pero también responde a que no la gestionan de manera desorganizada sin la idea de crecimiento empresarial posterior. Al contrario de Gonza y Quiroz (2016), quien reporta que el minimarket de su investigación cuenta con fortalezas suficientes para alcanzar los objetivos planificados. Morocho (2015), también afirma que el 100% de las tiendas de su estudio conoce a sus clientes y necesidades.

En cuanto a lo referente al control de la calidad que realizan las bodegas, se tiene que el 50.0% refiere que no realiza un control exhaustivo de su mercadería, por lo que se infiere que no cuenta con registros de compra ni de venta, ello demuestra desorganización en su gestión. Montenegro (2017), también encuentra en su estudio que los procedimientos de control de calidad son inadecuados o simplemente no lo aplican en el momento que deben hacerlo.

El mejoramiento de la calidad es indispensable en una organización para que esta pueda mantenerse en el mercado siendo elegida una y otra vez por sus clientes. En esta investigación se determinó que el 50.0% de las MYPE no realiza mejoras en su negocio, razón por la cual tampoco han experimentado crecimiento durante los más 11 años que se mantienen en el mercado. Por el contrario Gonza y Quiroz (2016), manifiesta que en su investigación la empresa estudiada implementará 10 estrategias de mejora continua.

## **Sobre las características de la atención al cliente**

Sobre el servicio de atención al cliente se puede afirmar que en aquellos negocios que tienen atención directa al público tienen mayor responsabilidad de atender de mejor forma. En el caso de las bodegas del estudio se tiene que el 60.0% tiene un atención al cliente media que se podría equiparar a decir que es regular. Ello porque sus representantes no se preocupan por mejorar como se evidenció en las respuesta referidas a la gestión de calidad, recordando que el primer principio para el crecimiento es que el enfoque del negocio sea hacia el cliente. Borja y Jijón (2014), también muestra resultados similares al reportar que el servicio en las tiendas de su estudio es deficiente en los procesos, porque no los tienen estandarizados. Por lo que la imagen de las empresas no es la más adecuada. Finalmente los autores recomiendan que las empresas deben obtener una certificación de calidad, para mejorar su servicio y sus procesos. Celada (2014), también reporta un resultado similar y afirma que las de este estudio tienen como deficiencia precisamente el servicio de atención al cliente que a su vez puede convertirse en una ventaja competitiva.

Los elementos tangibles son todo aquello que el cliente puede ver, apreciar y emitir una opinión al respecto. Sobre este tema el 50.0% de las bodegas manifestó que cuenta con los implementos básicos para tener un buen servicio. Sin embargo, al parecer ello no es suficiente porque se pudo evidenciar cierta desorganización en la disposición de los artículos que estaban a la venta. Del mismo modo, Hernández y Ulibarri (2015), también manifiesta en su investigación que las tiendas de su estudio deben mejorar su infraestructura, transmitir confianza en su servicio y mejorar aspectos relacionados a la atención personalizada. En el caso de Pinto (2017), el resultado fue superior, pues los clientes se encontraban satisfechos en el 82.0% de los clientes encuestados.

La capacidad de respuesta hacia los clientes de parte de las organizaciones es preponderante y muy valorado por los cliente, porque estos últimos en el caso del perfil del cliente peruano son exigentes y desean siempre ser atendidos con premura. Es así que en el caso de las bodegas del estudio se obtuvo como resultado que el 70.0% tiene un nivel medio en cuanto a la capacidad de respuesta, ello se debe a dos factores, el primero es que la tienda es pequeña y el contacto con el cliente es próximo y el otro factor es la cantidad de clientes a atender, razón por la cual el servicio se da más rápido. Esta respuesta es distinta a la obtenida por Hernández y Ulibarri (2015), quien registra en su investigación que la capacidad de respuesta fue la dimensión más resaltante entre todas por resultar positiva en los resultados. Por el contrario Morocho (2015), reporta en su investigación que la mejor estrategia implementada en la empresa es la rapidez de atención al cliente. También Pinto (2017), reporta satisfacción del 95.0% de los clientes de la tienda.

Otro de los aspectos que resalta en el servicio al cliente y que este valore por encima de otros factores es el trato que da el dueño del negocio al cliente, es el 70% el cual de acuerdo a las respuestas es de nivel medio. Ello supone que entre el cliente y el dueño existe un trato más familiar, estrecho y amical porque los clientes por lo general son del barrio donde se ubica la bodega. Borja y Jijón (2014), también registra un resultado similar, porque en su estudio las empresas presentan deficiencias en una buena atención al cliente. Morocho (2015), reporta un resultado diferente a la investigación al afirmar que el 82% del personal de atención es amable en la atención al cliente.

## **CONCLUSIONES**

### **Sobre las características de los representantes de las MYPE**

Después de la investigación efectuada a los representantes de las bodegas se concluye que la mayoría de ellos tienen más de 40 años de edad, son de sexo femenino. También se registró que la totalidad tienen educación secundaria completa y finalmente son dueños de la bodega.

### **Sobre las características de las MYPE**

Se concluye que la mayoría de las bodegas de este estudio tienen entre 6 a 10 años de funcionamiento en el mercado. La totalidad de ellas tienen entre 1 a 5 trabajadores y sólo el 40% están formalizadas.

### **Sobre las características de la gestión de calidad de las MYPE**

Se concluye que la mayoría de las bodegas tienen un nivel medio de gestión de calidad, es decir que las dimensiones que la componen no alcanzan estándares altos de cumplimiento en la planificación de la calidad, los controles no son extremos y tampoco realizan mejoras como parte de su política de calidad. También tienen un nivel medio en la dimensión planificación de la calidad porque no se plantean políticas de calidad y tan sólo se plantean objetivos a corto o mediano plazo y no se implementan indicadores. En cuanto al control de la calidad, sus niveles son medios porque los controles implementados en las empresas no son exigentes y tampoco comprueban los resultados con los indicadores y en cuanto a la mejora de la calidad, es de nivel medio, porque sí en la planificación no definen las políticas de calidad, entonces tampoco se puede pretender que realicen de manera continua.

### **Sobre las características de la atención al cliente en las MYPE**

Se concluye que la variable atención al cliente en la MYPE según la percepción de los encuestados es medio, ello se debe a que las dimensiones que la conforman también llegan a niveles que no superan los rangos que la contienen. Dichas dimensiones referidas a elementos tangibles, solo alcanzan a satisfacer las necesidades más urgentes para que el cliente se sienta a gusto más no complacido en el ambiente. En cuanto a la capacidad de respuesta, esta tiene una demora promedio, no llegan a ser totalmente rápidos pero hacen el esfuerzo de hacerlo y trato amable en su totalidad son de niveles medios, ello es porque como toda persona no siempre se encuentran en un estado de ánimo que les permita ser amables todo el día, en ello influye el cansancio o algún cliente difícil.

## **Recomendaciones**

1. Se recomienda que los dueños de las bodegas mejoren sus capacidades en atención al cliente.
2. Se recomienda que la totalidad de las bodegas deben formalizarse ante la Municipalidad del distrito.
3. Se recomienda que las bodegas mejoren el servicio de atención al cliente en cuanto a atención rápida, amabilidad en la atención y mejoramiento de la infraestructura.
4. Se recomienda que los bodegueros surtan su tienda para que los clientes encuentren lo que buscan siempre.

## Referencias bibliográficas

- Alcorta, M.; Dufour, R. y Hinman, T. (2012). *Consejos para vender a tiendas de abarrotes*. National Center for Appropriate Technology—NCAT. Recuperada de <file:///C:/Users/HALION/Downloads/spangrocerytipsheet.pdf>
- Asociación de Bodegueros del Perú (2018, agosto, 18). Existen 414 mil bodegas en Perú y más del 60% son administradas por mujeres. *Economía*. Recuperado de <https://www.pqs.pe/economia/bodegas-en-peru-mujeres>
- Borja Doudebés, S. (2014). *Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la Norma Internacional ISO 9001: 2008, en bodegas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes La Rebaja*. (Tesis de pregrado) Universidad Internacional del Ecuador. Recuperada de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>
- Carbajal Amador, M. y Vargas Cruz, M. (2006). *Tiendas de abarrotes virtual* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México. Recuperada de <https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icbi/licenciatura/documentos/Tienda%20de%20abarrotes%20virtual.pdf>
- Choquehuanca de Villanueva, A. (2017, febrero, 28). Proyecto de Ley General de Bodegas. *Congreso de la República*. Recuperado de [http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016\\_2021/Proyectos\\_de\\_Ley\\_y\\_de\\_Resoluciones\\_Legislativas/PL0099020170228.pdf](http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0099020170228.pdf)
- El peruano (2013). Normas Legales, Ley N° 30056. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

- Fernández Cabrera, A. y Ramírez Olascoaga, L. (2017). *Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A & B.* (Tesis de pregrado). Universidad de Sipán. Chiclayo. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4068/TESIS%20FINAL%2002-08-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gonza Berru, A. y Quiroz Angeles, S. (2016). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos para el Minimarket Sandrita en la ciudad de Etén* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Recuperado de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/793/1/TL\\_GonzaBerruAnia\\_QuirozAngelesSandra.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/793/1/TL_GonzaBerruAnia_QuirozAngelesSandra.pdf)
- González Caya, C.; Domingo Navas, R. y Sebastián Pérez, M. (2013). *Técnicas de mejora de la calidad* (Tesis de pregrado) Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid, España. Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8436266412>
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis.* Córdoba. Encuentro Grupo Editor. Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9872302235>
- Hernández Cuevas, F. y Ulibarri Benítez, H. (2015). *La relación de la calidad en el servicio y las ventas en las tiendas de abarrotes de la colonia Santa Rosa del Sur de la ciudad de Mérida, Yucatán* (Tesis de Maestría). Instituto Tecnológico de Mérida. Venezuela. Recuperada de [https://www.researchgate.net/publication/327866994\\_La\\_relacion\\_entre\\_la\\_Calidad\\_en\\_el\\_Servicio\\_y\\_las\\_ventas\\_de\\_las](https://www.researchgate.net/publication/327866994_La_relacion_entre_la_Calidad_en_el_Servicio_y_las_ventas_de_las)

tiendas\_de\_abarrotes\_de\_la\_colonia\_Santa\_Rosa\_del\_Sur\_de\_la\_ciudad\_de\_Merida\_Yucatan

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. 6° Edición. México. Editorial Mc Graw Hill.

Ideas de negocio (2013). *Plan de Negocio: Minimarket, Minisúper o Tienda de Conveniencia*. Recuperado de <https://www.1000ideasdenegocios.com/2012/02/plan-de-negocio-minimarket-minisuper-o.html>

INEI (2017). Estadísticas Municipales 2016. Registro Nacional de Municipalidades Ley N° 27563. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaes/Est/Lib1417/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1417/libro.pdf)

Juran, J.M. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad*. Ediciones Díaz de Santos. Madrid, España. Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?isbn=848718944X>

La República (2016, mayo, 06). *Bodegas son más afectadas por la Sunat, municipios y Defensa Civil*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/936987-bodegas-son-mas-afectadas-por-la-sunat-municipios-y-defensa-civil>

La voz de los emprendedores (2018). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*. Recuperado <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>

La voz de los emprendedores (2018). *Existen 414 mil bodegas en Perú y más del 60% son administradas por mujeres*. Recuperado <https://www.pqs.pe/economia/bodegas-en-peru-mujeres>

- Montenegro Palacios, L. (2017). *Gestión del control de la calidad de los productos perecibles para reducirlos desmedros de Metro Cencosud Retail Perú S.A. – Santa Elena Chichayo, 2013 – 2016* (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres. Chiclayo. Recuperado de [file:///C:/Users/HALION/Downloads/montenegro\\_pla%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HALION/Downloads/montenegro_pla%20(1).pdf)
- Morocho Ríos, J. (2015). *Calidad de atención y satisfacción de los clientes en las MYPE comerciales, rubro de abarrotes en el distrito 26 de octubre de Piura, período 2012* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú. Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6050/CALIDAD\\_DE\\_ATENCION\\_SATISFACCION\\_DE\\_LOS\\_CLIENTES\\_MOROCHO\\_RIOS\\_JORGE\\_LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6050/CALIDAD_DE_ATENCION_SATISFACCION_DE_LOS_CLIENTES_MOROCHO_RIOS_JORGE_LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Norma ISO 9001 (2015). *Norma Internacional ISO 9001*. Quinta edición. Recuperado de <https://www.bps.gub.uy/bps/file/13060/1/normativa-internacional-iso-9001.2015.pdf>
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E. y Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Ediciones de la U. Colombia. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9587625714>
- Pérez Torres, P. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideas propias Editorial. España. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8498393566>
- Pinto Llosa, J. (2017). *La Calidad del Servicio en la Bodega Santa Elena del Distrito de Pocollay en el Año 2017, a Través del Modelo Servqual* (Tesis de Maestría). Universidad Privada de Tacna. Perú. Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/312>

- Quito Rojas, D. (2015). *Caracterización de la calidad del servicio bajo el modelo de fidelización del cliente en las micro y pequeñas bodegas del sector Comercio-Rubro otras ventas al por menor (Bodegas) en el distrito de Huaraz, 2015*. (Tesis de pregrado). Huaraz, Perú. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038641>
- Ruiz, M. (2018, agosto, 08). ¿Qué es y para qué sirve una Unidad Impositiva Tributaria (UIT)?. *Perú 21*. Recuperada de <https://peru21.pe/economia/sirve-unidad-impositiva-tributaria-uit-402068>
- Salazar Santillán, D. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas bodegas del sector comercio – rubro venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) del distrito de Huaraz, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz, Perú.
- Setó Pamies, D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. ESIC. Madrid. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8473563719>
- Solis Rivera, H. (2017). *Mejora de la Calidad de servicio en una bodega de alimentos, Los Olivos 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Norbert Wiener. Lima. Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/913/TITULO%20-%20Sol%C3%ADs%20Rivera%2C%20Haydee.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**ANEXOS**  
**Anexo N° 1. Cuestionario**



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Encuesta de tesis**

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, Asociación Ancieta, del Distrito, El Agustino, 2018.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “La Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro bodegas, Asociación Ancieta, El Agustino, Lima 2018”.

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestado (a):..... Fecha: ...../...../.....

Instrucciones: Marque solo una de las siguientes alternativas por cada interrogante de acuerdo a su opinión. Según la leyenda

Escala Valorativa		Categoría	Valor numérico
	S	Siempre	5
	CS	Casi siempre	4
	AV	A veces	3
	CN	Casi nunca	2
	N	Nunca	1

1	Edad del bodeguero	20 - 30	31- 40	Más de 40 años	
2	Estado civil	Soltero	Casado	Conviviente	
3	Género	Femenino		Masculino	
4	Grado de instrucción	Primaria	Secundaria	Técnica	Superior
5	Cargo en la bodega	Dueño		Administrador	

### Características del bodeguero

### Características de las MYPE

6	Tiempo en el mercado	1 a 5 años	6 a 10 años	11 a más	
7	Número de trabajadores	1 a 5		6 a 10	
8	Formalización	Sí		No	

### Características de la gestión de calidad

Gestión de la calidad		S	CS	AV	N	CS
<b>Dimensión 1: Planificación de la calidad</b>						
9	La bodega fija los objetivos de la calidad.					
10	La bodega conoce las preferencias de sus clientes.					
11	La bodega establece políticas para la calidad en la bodega					

	<b>Dimensión 1: Control de la calidad</b>					
12	La bodega evalúa el servicio que brinda					
13	La bodega corrige los errores con relación a la calidad del servicio					
	<b>Dimensión 1: Mejora de la calidad</b>					
14	La bodega proporciona los recursos necesarios para la mejora del servicio.					
15	La bodega mejora su servicio constantemente					

### Características del enfoque de atención al cliente

N°	Enfoque de atención al cliente	S	CS	AV	N	CS
	<b>Dimensión 1: Elementos tangibles</b>					
16	La bodega cuenta con la infraestructura adecuada para dar una buena atención					
17	La bodega cuenta con equipos para conservar los productos predecibles					
18	La bodega cuenta con estantes y muebles para exhibir los productos					
	<b>Dimensión 2: Capacidad de respuesta</b>					
19	El tiempo de respuesta en la atención es rápida					
20	Los clientes se quejan constantemente de la atención					
21	El personal de atención conoce los productos					
	<b>Dimensión 3: Trato amable</b>					
22	El personal de atención asesora a los clientes en sus compras					
23	El personal de atención viste adecuadamente para la atención					
24	El personal de atención es cortés con el cliente					