



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA  
FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR  
COMERCIO - RUBRO BODEGAS, DEL  
MERCADO VALLE SAGRADO, DISTRITO DE  
SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.**

**AUTORA:**

FLOR KATHERINE AQUINO HINOSTROZA

**ASESOR:**

MG. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

## Hoja de firma de jurado y asesor

-----  
Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

**Presidente**

-----  
Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoya

**Miembro**

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

**Miembro**

-----  
Mg. Simón Poma Anccasi

**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

**A Dios,** Agradezco infinitamente por protegerme cuidarme y guiarme durante todo mi camino de vida y darme muchas fuerzas para superar momentos de dificultad y obstáculos a lo largo de toda mi vida.

**A mis Padres** por su apoyo y deseos de superación y el amor que me brindan cada día en que han sabido guiar mi vida con esfuerzo y sacrificio a fin de ofrecerme un mañana mejor.

Agradezco a la **Universidad Católica los Ángeles De Chimbote,** A nuestros docentes y a nuestro Estimado Lic. Adm Roberto cuipal Velaysosa y Asesor de tesis Mg. Simón Poma Anccasi por su Dedicación y apoyo en nuestra carrera universitaria.

## DEDICATORIA

La presente Tesis dedico principalmente a **DIOS** por ser el inspirador y darnos fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos que es la titulación para el desarrollo como profesionales.

**A mis padres**, Pablo Aquino y Paulina Hinostroza por ser mis pilares fundamentales gracias por todo su cariño fraternal, comprensión apoyo y confianza que me dan día a día para salir adelante y a mis tíos Jesús y Donata por su cariño y estima personal.

Con mucho Amor y cariño a mis difuntos abuelos Ramon de la cruz y Abuela Maria lobo por bendecirme y cuidarme desde el cielo.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio rubro bodegas del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2018.

Del mismo modo, la investigación fue de tipo cualitativa, no experimental, descriptiva y transversal. Para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 20 bodegas del Mercado Valle Sagrado, a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas relacionadas a las variables de investigación. Los resultados obtenidos fueron: 70% de los empresarios tienen más de 40 años de edad, el 55% son casados, 55% son de sexo masculino, 65% tienen nivel de instrucción secundaria y 100% son dueños de la empresa. 70% de las empresas tienen entre 6 a 10 años en el mercado y 100% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Sobre la gestión de calidad, 65% considera la gestión de calidad de nivel medio. 45% de las empresas fija objetivos de calidad, 100% identifica las necesidades de los clientes, 75% establece controles, 100% evalúa el comportamiento real de la calidad, 50% erradica diferencias de la calidad con los objetivos. 30% cuenta con una infraestructura adecuada. Sobre la formalización, 100% de las empresas está formalizada tributariamente en el RUS, 100% cuenta con licencia de funcionamiento y certificado de defensa civil, 100% no tienen a sus trabajadores con contrato de ningún tipo y tampoco tiene sistema de seguridad de salud y seguridad ocupacional. 100% de las bodegas son persona natural con empresa.

Palabras Claves: Gestión de Calidad, Formalización, MYPE.

## **ABSTRAC**

The main objective of this research work was to determine the main characteristics of quality management and the formalization of the MYPES of the trade sector, the wineries of the Sacred Valley market, district of San Juan de Lurigancho 2018.

In the same way, the research was qualitative, not experimental, descriptive and transversal. To carry it out, a population sample of 20 wineries of the Sacred Valley Market was chosen, to which a questionnaire of 32 questions related to the research variables was applied. The results obtained were: 70% of employers are over 40 years of age, 55% are married, 55% are male, 65% have secondary education and 100% are owners of the company. 70% of companies have between 6 to 10 years in the market and 100% have between 1 to 5 workers. Regarding quality management, 65% consider medium quality management. 45% of the companies set quality objectives, 100% identify the needs of the customers, 75% establish controls, 100% evaluate the real behavior of the quality, 50% eradicate quality differences with the objectives. 30% have an adequate infrastructure. On formalization, 100% of the companies are taxed in the RUS, 100% have an operating license and a civil defense certificate, 100% do not have their workers with a contract of any kind and they do not have a health safety system either. occupational security. 100% of the wineries are natural persons with companies.

Key words: Quality Management, Formalization, MYPE.

## CONTENIDO

Hoja de firma de jurado y asesor .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRAC .....	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1    Antecedentes .....	6
2.2    Bases teóricas de la investigación .....	11
2.3    Marco conceptual .....	31
III.    METODOLOGÍA.....	34
3.1    Diseño de la investigación.....	34
3.2    Población y muestra.....	35
3.3    Operacionalización de las variables.....	36
3.4    Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
3.5    Plan de análisis.....	38
3.6    Matriz de Consistencia.....	39
3.7    Principios éticos .....	40
IV.    RESULTADOS.....	42
4.1    Resultados .....	42
4.2    Análisis de resultados .....	76
V.    CONCLUSIONES .....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
ANEXOS.....	93
Anexo 1. Lista de empresas.....	93
Anexo 2. Encuesta .....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1	Características de los representantes	34
Tabla 2	Características de las MYPE	34
Tabla 3	Operacionalización de las variables	35
Tabla 4	Matriz de consistencia	37
Tabla 5	Edad de los representantes de las MYPE	40
Tabla 6	Estado civil de los representantes de las MYPE	41
Tabla 7	Género de los representantes de las MYPE	42
Tabla 8	Grado de instrucción de los representantes de las MYPE	43
Tabla 9	Cargo en la empresa de los representantes de las MYPE	44
Tabla 10	Tiempo en el mercado	45
Tabla 11	Número de trabajadores	46
Tabla 12	Valoración porcentual de los niveles de la variable gestión de calidad	47
Tabla 13	Fijación de objetivos de calidad	48
Tabla 14	Identifica los posibles clientes	49
Tabla 15	Identifica las necesidades de los clientes	50
Tabla 16	Elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes	51
Tabla 17	Establecimiento de controles en los procesos	52
Tabla 18	Evalúa el comportamiento de la calidad real	53
Tabla 19	Comparación del comportamiento real con los objetivos de calidad	54
Tabla 20	Erradicación de las diferencias entre lo real y los objetivos	55
Tabla 21	Infraestructura para asegurar la calidad	56
Tabla 22	Adecuación del servicio a las necesidades específicas del cliente	57
Tabla 23	Asignación de equipo especializado para concretar las mejoras	58
Tabla 24	La empresa proporciona recursos para la mejora	59
Tabla 25	La empresa motiva a los empleados para emprender mejoras	60
Tabla 26	La empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos	61
Tabla 27	Valoración de la variable formalización de acuerdo a niveles	62
Tabla 28	Régimen único simplificado	63
Tabla 29	Régimen especial de renta	64
Tabla 30	Régimen general de renta	65
Tabla 31	La bodega cuenta con licencia de funcionamiento	66

Tabla 32	La bodega cuenta con certificado de defensa civil	67
Tabla 33	Los trabajadores cuentan con carné de sanidad	68
Tabla 34	Trabajadores bajo el régimen de locación de servicios	69
Tabla 35	Trabajadores bajo el régimen de contrato fijo	70
Tabla 36	Sistema de seguridad y salud ocupacional	71
Tabla 37	Persona natural	72
Tabla 38	Persona jurídica	73

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Edad de los representantes de las MYPE	40
Figura 2	Estado civil de los representantes de las MYPE	41
Figura 3	Género de los representantes de las MYPE	42
Figura 4	Grado de instrucción de los representantes de las MYPE	43
Figura 5	Cargo en la empresa de los representantes de las MYPE	44
Figura 6	Tiempo en el mercado	45
Figura 7	Número de trabajadores	46
Figura 8	Valoración porcentual de los niveles de la variable gestión de calidad	47
Figura 9	Fijación de objetivos de calidad	48
Figura 10	Identifica los posibles clientes	49
Figura 11	Identifica las necesidades de los clientes	50
Figura 12	Elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes	51
Figura 13	Establecimiento de controles en los procesos	52
Figura 14	Evalúa el comportamiento de la calidad real	53
Figura 15	Comparación del comportamiento real con los objetivos de calidad	54
Figura 16	Erradicación de las diferencias entre lo real y los objetivos	55
Figura 17	Infraestructura para asegurar la calidad	56
Figura 18	Adecuación del servicio a las necesidades específicas del cliente	57
Figura 19	Asignación de equipo especializado para concretar las mejoras	58
Figura 20	La empresa proporciona recursos para la mejora	59
Figura 21	La empresa motiva a los empleados para emprender mejoras	60
Figura 22	La empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos	61
Figura 23	Valoración de la variable formalización de acuerdo a niveles	62
Figura 24	Régimen único simplificado	63
Figura 25	Régimen especial de renta	64
Figura 26	Régimen general de renta	65
Figura 27	La bodega cuenta con licencia de funcionamiento	66
Figura 28	La bodega cuenta con certificado de defensa civil	67
Figura 29	Los trabajadores cuentan con carné de sanidad	68
Figura 30	Trabajadores bajo el régimen de locación de servicios	69
Figura 31	Trabajadores bajo el régimen de contrato fijo	70
Figura 32	Sistema de seguridad y salud ocupacional	71
Figura 33	Persona natural	72
Figura 34	Persona jurídica	73

## I. INTRODUCCIÓN

La presente tesis, tiene como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio rubro bodegas del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2018.

En este mercado se encuentran 20 bodegas de venta de abarrotes al por menor y al por mayor, por lo general muchas bodegas en el Perú no se encuentran formalizadas y ello se evidencia por las fiscalizaciones realizadas por SUNAT y Municipalidades, quienes reportan que se han fiscalizado en “Lima Centro (46,7%), Lima Este (43,3%) y las de Lima Centro (40%) son las más afectadas por algún tipo de sanción” (La República, 2016, párr. 4).

Así también, muchas de ellas tienen problemas con el tema de gestión de calidad, la cual demuestran en una atención inadecuada a sus clientes. Es por ello que en esta investigación trata acerca de la gestión de calidad y formalización de las MYPE del área de estudio.

Este estudio se justificó porque determinó la cantidad de bodegas en el mercado Valle Sagrado en el distrito de San Juan de Lurigancho que estaban formalizados y que aplican los principios de gestión de calidad en sus negocios.

La metodología que se empleó fue descriptiva, cualitativa, no experimental y transversal Teniendo en cuenta que el análisis se realizó haciendo uso del programa Excel y posteriormente el programa estadístico SPSS – 24.

En el primer capítulo se tratará acerca de la caracterización de la problemática, donde se formuló la pregunta de investigación, el objetivo general y los secundarios que dieron respuesta luego del estudio a la pregunta de investigación

En el segundo capítulo, se trató acerca del marco teórico y en el primer punto se citó investigaciones relacionadas a la variable de investigación, así también las teorías que sustenten las variables. En el tercer capítulo se define la metodología de la investigación la cual fue descriptiva tal como se ha detallado líneas arriba. Para finalizar se citaron las referencias bibliográficas sobre los documentos libros y fuentes empleadas para esta investigación

### **Planteamiento del problema**

Los países mueven su economía gracias a las actividades industriales y comerciales que realizan las empresas. Dentro de esta masa de empresas cuya actividad genera muchos puestos de trabajo se encuentran las micro y pequeñas empresas, entidades con las mismas características de las grandes pero cuyos volúmenes de venta es inferior. En el Perú las micro y pequeñas empresas representan el 96.2% del total de las empresas formales, 3.2% pequeñas empresas y 0.1% las medianas empresas (Ministerio de la Producción, 2018).

El presente estudio está referido a las bodegas y su gestión de calidad y formalidad, actualmente en el Perú existen alrededor de 414 mil bodegas y en la ciudad de Lima son 113 mil unidades (Asociación de bodegueros del Perú, citado por Publímetro, 2018). En muchas de ellas abunda la informalidad y la falta de atención adecuada. En el mercado de Valle Sagrado en el distrito de San Juan de Lurigancho existen 20 bodegas dedicadas a la venta de abarrotes, que reúnen las características de

una MYPE para ser estudiadas. Las micro y pequeñas empresas generan un gran porcentaje de puestos de trabajo y autoempleo. Es así que el de acuerdo al Ministerio de la Producción (2018), las “Mipyme generan alrededor del 60% de la PEA ocupada, considerándose como la fuente generadora del empleo. Asimismo, 10 de cada 100 personas de la PEA ocupada son conductoras de una Mipyme formal” (párr. 2). Es por ello la gran importancia que les da el Estado y sus esfuerzos por formalizarlas, porque un gran porcentaje de ellas se encuentra sumida en la informalidad, evadiendo el pago de impuestos y perjudicando a los trabajadores que laboran en ella.

### **Enunciado del problema**

La problemática descrita líneas arriba se traduce en la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018?

### **Objetivo general**

Del mismo modo, el objetivo general de esta investigación fue: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.

### **Objetivos específicos**

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

- ✓ Determinar las principales características de los representantes de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan

de Lurigancho, 2018.

- ✓ Determinar las principales características de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.
- ✓ Determinar las principales características de la gestión de la calidad en las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.
- ✓ Determinar las principales características de la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.

## **Justificación de la investigación**

### **Justificación teórica**

Esta investigación se justificó teóricamente porque sustentará las variables de investigación, las cuales son la gestión de calidad en la cual se ha tenido en cuenta al autor Vásquez (2015) y en la variable formalización se ha considerado en cuanto a las dimensiones de esta variable al Ministerio de Producción.

### **Justificación práctica**

La investigación se justificó de manera práctica porque los conductores de las MYPE conocerán los beneficios de cómo aplicar los principios de gestión de calidad y el nivel de formalización que deben tener de acuerdo al tipo de negocio que tienen. Aspecto que les ayudará a ser más competitivos.

### **Justificación metodológica**

Esta investigación se justificó metodológicamente porque empleará un enfoque cualitativo, fue descriptiva porque sólo registrará los hechos tal como los encuentra en la realidad, también fue no experimental porque no manipulará voluntariamente las variables y finalmente la información se recogerá en un solo momento, es decir fue transversal.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA.**

### **2.1 Antecedentes**

En cuanto a los antecedentes, ellos fueron de orden internacional, nacional, regional y local y estarán ligados a las variables de investigación

#### **Antecedentes Internacionales.**

Arenas (2015), presenta una tesis de pregrado denominada “Determinantes de la informalidad en Colombia: 2001 – 2014”, cuyo objetivo fue determinar los factores de la informalidad en Colombia durante el período 2001 al 2014. Así mismo la autora empleo como metodología descriptiva y transversal. Es así que llega a las siguientes conclusiones: la mayoría de los establecimientos informales se encuentran en el sector comercio y cuentan entre una a cinco trabajadores, estos establecimientos no acceden al crédito por falta de conocimiento o simplemente no cuentan con las garantías solicitadas, así tampoco cumplen con ninguno de los requisitos que evidencien que son formales.

Hernández y Ulibarri (2015), presentan una tesis de maestría denominada “Calidad en el servicio y competitividad en tiendas de abarrotes”, cuyo objetivo fue determinar la calidad del servicio y competitividad en tiendas de abarrotes en el área de estudio. La tesis presentó una metodología descriptiva, no experimental y transversal. Las conclusiones presentadas por los autores fueron: las tiendas de abarrotes en la fortaleza que tienen de ser pequeñas, pueden tener un acercamiento más cordial con sus clientes, donde ellos se sientan como privilegiados por la atención que reciben. Las tiendas de abarrotes por lo general realizan actividades en espacios reducidos, inapropiados e improvisados, aspectos que no ayudan en la

mejora de la calidad del servicio. La calidad en el servicio ofrece ventajas competitivas en dos aspectos: en el corto plazo, en que la calidad superior permite incrementar los beneficios por la vía del aumento de precios, y en el largo plazo, en que esta, en términos relativos, constituye tanto una expansión de los mercados como una mayor participación en ellos.

Borja y Jijón (2014), presenta una tesis de pregrado denominada “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”. El objetivo de esta investigación fue la de proponer 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. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversa. Los autores llegaron a las siguientes conclusiones: “Almacenes La Rebaja” cuenta con productos de calidad y variedad, a precios accesibles y sus tiendas se encuentran en lugares accesibles. La empresa muestra poca preocupación por esmerarse en dar una atención adecuada a sus clientes, no cuenta con personal que brinda buena atención, tampoco cuenta con procesos estandarizados y tiene poco cuidado con la imagen de la empresa. Se estima que la aplicación del sistema de calidad permitirá que sus procesos mejoren, al igual que sus ventas, atención al cliente y rentabilidad.

### **Nacionales**

Meza (2018), presenta una tesis denominada “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017”, cuyo propósito fue determinar las características de la gestión de calidad

bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. El autor llega a los siguientes resultados: la edad de los encuestados oscila entre 30 a 44 años al 50% de ellos. 80% son mujeres. 70% tienen grado de instrucción secundaria. Sobre las MYPE se tiene que: 50% de las empresas tienen más de 6 años en el mercado. 90% tienen entre 1 a 4 trabajadores. 90% no tienen a sus trabajadores en planilla. 80% no conoce acerca de los alcances de la gestión de calidad. 100% se interesa por mejorar su servicio. 80% no tiene un organigrama de su empresa. 80% no capacita a su personal para mejorar su atención al cliente. 90% de las empresas tienen adecuadas su infraestructura para dar una buena atención al cliente. 90% tiene sus productos bien distribuidos. 90% cumple con lo ofrecido al cliente. 100% de las empresas transmiten confianza y son amables con los clientes. 90% de las empresas tienen respuestas precisas, adecuadas y confiables para responder a las dudas de los clientes. 100% de las empresas afirman que cuenta con un servicio rápido de atención.

Salazar (2017), en su tesis denominada “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”, esta investigación presenta como objetivo determinar las características 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. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal. El autor llega a los siguientes resultados: 54% de los encuestados son de

sexo femenino. 42% tiene entre 31 a 40 años de edad. 50% tienen educación secundaria. 77% de las empresas nunca ha hecho publicidad en su negocio. 88% de las empresas no muestra una imagen de involucrarse con las necesidades de sus clientes.

Rodríguez (2017), en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la urbanización Los Granados del distrito de Trujillo, año 2016. Tesis de pregrado (En línea). Trujillo, Perú”. El objetivo de esta investigación fue determinar las características de gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas del área de estudio. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental, cualitativa y transversal. Los resultados fueron los siguientes: 60% de los empresarios tiene entre 31 a 43 años de edad. 60% son de sexo femenino. 70% tienen educación secundaria. 70% de las MYPE es formal. 80% tienen entre 1 a 3 años de funcionamiento en el mercado. 100% tienen entre 1 a 3 trabajadores. 100% de las MYPE tienen un enfoque hacia el cliente. 70% conoce casi a la totalidad de los clientes. 50% casi siempre satisface las necesidades de los clientes. 70% de las MYPE afirma que algunas veces el personal se identifica con las necesidades de los clientes. 70% toma decisiones teniendo en cuenta información confiable. 70% cumple a veces los objetivos de calidad.

### **Antecedentes locales**

García (2016), presenta una tesis denominada “La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas, de la avenida ruiseñores cuadra 5 A la 9, del distrito de Santa Anita, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015”. El objetivo de esta tesis fue determinar la competitividad del área de estudio. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental, cualitativa y

transversal. Los resultados fueron los siguientes: 55.6% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años de edad. 55.6% son de sexo femenino. 55.56% tienen educación técnica. 55.56% son convivientes. 67% de las MYPE tienen entre 6 a 10 años de funcionamiento en el mercado. 100% de las MYPE son formales. 100% tienen entre 1 a 2 trabajadores. 78% piensa que su servicio mejoraría si implementara tecnología. 66.67% considera que su infraestructura es adecuada para dar una buena atención al cliente.

Castillón (2016), presenta una tesis denominada “La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas, de la avenida Próceres de la Independencia, cuadra 10 a la 27, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015”. El objetivo fue determinar las características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas en el área de estudio. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental, cualitativa y transversal. Los resultados fueron los siguientes: 46.7% tiene más de 51 años de edad. 66.7% son casados. 60.0% tienen educación secundaria. 73.3% son empresas formales. 53.3% tienen más de cinco años en el mercado. 93.3% de las MYPE conocen el término competitividad. 60.0% ha implementado nuevas tecnologías para dar un mejor servicio al cliente. 73.3% considera que su servicio mejorará con la capacitación. 64.3% mide la satisfacción del cliente.

Quito (2015), en su investigación denominada “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 por objetivo determinar las características 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 en el área de estudio. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental, cualitativa y transversal. Los resultados fueron los siguientes: 61% de los encuestados es de sexo femenino. 52.42% tienen de educación superior. 59.41% son casados. 53% de los clientes se sienten satisfechos con el servicio de la bodega. 45% están de acuerdo con la infraestructura de la bodega.

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

La nueva tendencia de las empresas es adecuarse a los estándares de calidad que exigen sus clientes y que muchas empresas ya lo tienen. Es por ello que la gestión de calidad ayuda a las MYPE adecuarse para poder mantenerse en el mercado activo y puedan tener sostenibilidad en el mercado. Sobre todo, lo más importante que es obtener rentabilidad de su inversión. En este capítulo se tratará acerca de las teorías de las variables de esta investigación

### **2.2.1 Gestión de calidad**

Según Aldana de Vega, y otros, (2010) definen la gestión de la calidad como el “conjunto de actividades de la función general de dirección que determina la política de calidad, sus objetivos, procesos e indicadores, con las responsabilidades correspondientes”. El fondo del asunto es la satisfacción de las necesidades de los clientes, externos e internos que son importantes para alcanzar los objetivos.

Finalmente, de acuerdo a Udaondo (1992), asegura que la gestión de calidad se entiende como “el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, incorporándolo por tanto al proceso de gestión. En tal sentido, sería el modo en que la

dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente” (p. 5).

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

Cada uno de los conceptos mencionados hacer referencia a un proceso o un conjunto de pasos que se deben llevar acabo de manera exhaustiva pero disciplinada para alcanzar el objetivo de mejorar la calidad de los productos o servicios y finalmente obtener la rentabilidad.

#### **2.2.1.1 Principios de gestión de calidad**

La norma ISO 9001: 2015, propone 8 principios de gestión de calidad, los cuales se mencionan a continuación.

**Enfoque al cliente:** La tendencia actual apunta hacia una adecuada atención al cliente, la cual debe ser esmerada, en otras palabras, se trata de engreír al cliente con un trato agradable, satisfaciendo sus necesidades para que éste regrese a realizar sus compras de nuevo y recomiende a otros clientes.

**Liderazgo:** El liderazgo es importante en una organización, pues depende de ellos para llevar a una organización a la cima del éxito. El liderazgo en una empresa la debe asumir el dueño o administrador, quien debe asumir un estilo de liderazgo adecuado para poder obtener lo mejor de sus empleados y poder cumplir las metas.

**Participación del personal:** Así como la dirección se compromete en obtener mejores resultados mediante una atención adecuada al cliente y hacer las cosas bien mejorando los procesos. Todos los empleados deben involucrarse, por supuesto que esto es un

proceso de concientización del trabajador para que adopte la nueva filosofía e incluya los principios incluso en su vida personal.

**Enfoque basado en procesos:** teniendo en cuenta que un proceso es una secuencia lógica de pasos que conllevan a concretar un objetivo, las empresas contienen procesos, estos pueden ser productivos y buenos, pero otros no ayudan a mejorar la productividad. Es por ello que cuando se aplica la gestión de la calidad, se analizan cada proceso de la organización para mejorarlo.

**Enfoque de sistema para la gestión:** Una adecuada gestión hace que la empresa pueda concretar sus objetivos. En ese sentido la organización debe concientizar que la empresa es un sistema abierto que debe relacionarse con su entorno y esa relación que tiene con ellos debe llevarse de la mejor manera, tratando de coordinar de manera eficiente entre las áreas de la organización.

**Mejora continua:** La mejora continua es un proceso y es un efecto del cumplimiento de ciertos pasos para la mejora. Sin embargo, cuando se aplica la gestión de calidad, mejorar un proceso no es el fin, sino que es el comienzo de otro estudio para seguir mejorando.

**Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** la toma de decisiones es una práctica común de los empresarios y es importante contar con información confiable para que pueda tomar decisiones acertadas. Es por ello que la gestión de la calidad hace que solo se tenga información precisa, necesaria y confiable que servirá de insumo para tomar decisiones acertadas.

**Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** dentro de la cadena de valor, el proveedor es uno de los eslabones más neurálgicos, pues depende de ellos

también la calidad de nuestro producto y nuestro cumplimiento. En la actualidad los clientes hacen alianzas con los proveedores para realizar mejoras conjuntas en el producto y en la materia prima. Es por ello que la gestión de calidad ayuda a despojarse de las telas de arañas que obstruyen tener una visión más abierta al respecto.

### **2.2.1.2 Dimensiones de gestión de calidad**

La gestión de calidad cuenta con un conjunto de requisitos la cual se les denomina dimensiones y que pueden ayudar a que una empresa común y corriente se convierte en una empresa de excelencia si adopta la filosofía de mejora continua a través de la gestión de calidad.

Para Miranda, Chamorro, y Rubio (2007, p.46), las dimensiones de la gestión de calidad son las siguientes:

**Orientación al cliente.** La orientación al cliente debería ser una actitud permanente en las organizaciones con la intención de satisfacer las necesidades de los clientes y ello se refiere tanto a los clientes internos (empleados) y los externos. Para ello las personas encargadas de atención al cliente deben desarrollar ciertas cualidades que permitan darle una adecuada atención al cliente. En ese sentido, unas de las habilidades es la empatía con el cliente para poder interpretar muchas veces lo que el cliente desea y que no lo expresa en palabras. Así también los empleados deben conocer el producto o el servicio para dar una adecuada información. Dentro de una adecuada orientación al cliente se debe contemplar los siguientes aspectos: accesibilidad, capacidad de respuesta, empatía, coherencia y agilidad.

**Liderazgo y compromiso en la dirección.** El liderazgo en este aspecto es crucial para que la organización adopte la filosofía de la gestión de calidad. Los estilos de liderazgo

que debe adoptar la organización debe ser acorde al perfil de cada trabajador para obtener la colaboración de ellos.

**Dirección de políticas.** Para que el proceso de implementación sea eficiente la organización debe adoptar políticas que los trabajadores puedan tener conocimiento y puedan seguir. Teniendo en cuenta que esta es un conjunto de lineamientos que ayudan a tomar mejores decisiones.

**Orientación a procesos.** La mejora de procesos en una organización cuando se implementa la gestión de calidades una ventaja importante, porque permite analizar cada paso que se da en la organización para mejorar el producto o servicio.

**Formación.** La capacitación orientada a la mejora de los procesos con la intención de atender mejor al cliente, es uno de los aspectos que la empresa debe contemplar. Es decir, debe considerar que el cliente interno se le debe capacitar para brindar un servicio de calidad.

**Trabajo en equipo.** Se dice que el trabajo cooperativo es más efectivo que el trabajo individual, es por ello que en la gestión de calidad se fomenta el trabajo en equipo. En otras palabras, la sinergia puede conseguir más objetivos que cuando el trabajo se realiza aisladamente.

**Sistema de medición y control de objetivos.** Los objetivos que la empresa se plantea no deben dejarse a la deriva, sino que estos deben ser medidos mediante indicadores que le anuncien si es que hay diferencias entre lo planeado y lo ejecutado

**Mejora continua y reingeniería de procesos.** Al respecto la mejora continua es un paso constante en la empresa una vez que ha alcanzado las metas. Es por ello que la mejora no acaba cuando la empresa alcanza ser competitiva y ha incrementado su

rentabilidad, sino que siempre está vigilante y viendo nuevas tendencias y nuevos procesos con la intención de ser cada vez más eficientes.

**Nueva estructura organizativa.** La estructura de una empresa cuando se aplica el sistema de calidad suele variar para mejor, debe estar adecuada para solucionar problemas rápidamente. Es así que también se crean nuevos comités, se implementan manuales, los objetivos se alcanzan con disciplina, las estructuras son horizontales y los niveles jerárquicos son menores.

**Cooperación con proveedores y clientes.** En la actualidad es una práctica normal y cotidiana que los clientes se asocien o hagan alianzas para tener un producto de mejor calidad. En tal sentido, las empresas comienzan a compartir experiencias que enriquezcan a ambas, esto se hace con la intención de obtener una posición en el mercado y mantenerse a través del tiempo.

### **2.2.1.3 Trilogía de Juran**

La gestión de calidad puede ser considerada como la interrelación del conjunto de medios por los cuales se logra la calidad (Gonzales, s.f., p. 5).

En esa misma línea, de acuerdo a Juran (1992), la gestión de la calidad se realiza bajo tres procesos: planificación de la calidad, control y mejora de la calidad.

De acuerdo a la teoría de la administración, existe el proceso administrativo, el cual empieza con la planificación de actividades antes de realizar cualquier emprendimiento, en este aspecto se consideran todas las variables e incluso se realizan las simulaciones en diferentes escenarios, para posteriormente organizar dichas actividades teniendo en cuenta los recursos que dispone la organización. Seguidamente también el liderazgo es importante y el líder debe identificar qué tipo de liderazgo debe

aplicar el administrador. Luego se controla y supervisa las actividades para saber si estas están de acuerdo con lo planificado y si hay algunos aspectos que hay que adecuar en cuanto se identifiquen distorsiones.

**Planificación de la calidad.** “Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes” (Juran, 1992, p. 16). Es el proceso de identificar qué es lo que se va hacer, cómo se va hacer, quién lo va hacer y cuándo lo hará. En el caso de la gestión de calidad, aquí se establecen los objetivos establecidos en la planificación, teniendo en cuenta lo siguientes: a) que los productos o servicios satisfagan las necesidades de los clientes, c), minimizar los sentimientos de insatisfacción del cliente, c) evitar defectos costosos y d) optimizar el desempeño de la empresa. Una vez planteados estos objetivos puede definirse la planificación de la calidad como la actividad a determinar cuál es la actividad o bien para satisfacer las necesidades del cliente. A continuación, la secuencia de pasos para planificar la calidad:

- a) Identificación de las necesidades de los clientes.
- b) Determinar las necesidades de los clientes.
- c) Traducción de las necesidades al lenguaje del productor.
- d) Desarrollar características del producto que respondan a las necesidades de los clientes.
- e) Establecer controles de procesos y
- f) Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.

En ese sentido, el inicio del proceso de dirección de la calidad se inicia con la identificación de los clientes y la determinación de sus necesidades.

**Control de calidad.** Posteriormente a la planificación de la calidad, el siguiente paso es el control de la calidad, este siempre va ligado al otro. “El control de la calidad se realiza como si fuera algo separado de planificación alguna, lo que por ende no conduce a ningún proceso integral de mejora” (González, s.f. p. 6). Sin embargo, en la actualidad la mejora en las empresas constituye una de las fuentes de ventajas competitivas. En el control lo que se hace es comparar lo planificado con lo alcanzado en la realidad. En tal sentido, el control es un proceso de retroalimentación, en el cual el mecanismo sensor, permite reflejar el comportamiento real de las actividades, el mecanismo comparador, tiene como función compara lo planeado con lo alcanzado y el mecanismo corrector, se encarga de hacer los cambios necesarios luego de identificar las diferencias.

**Mejora de la calidad.** “Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes (avances)” (Juran, 1992, p. 16).

Cuando los productos se fabrican por lo general no se consigue que se elaboren al 100% bien. En la fabricación siempre ocurren desviaciones, las cuales se deben plantear mejoras, pero estas mejoras no son solo para dar solución a una desviación que ocurre en el instante, sino que debe ser constante. A continuación, se presentan los pasos que se deben considerar:

- a) Establecer la infraestructura necesaria para asegurar la mejora anual de la calidad.
- b) Identificar las necesidades específicas para mejorar.
- c) Crear, para cada proyecto un equipo que tenga la responsabilidad clara de dirigir el proyecto hacia un fin satisfactorio.

- d) Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesarias para que los equipos: diagnostiquen las causas, fomenten el establecimiento de remedios, establezcan controles para que perduren los logros.

### **2.2.2 Ciclo de Deming**

Para Mora (2003), el ciclo Deming, es un proceso que tiene cuatro fases: Planificar, Hacer, Control, Acción. Esta es una herramienta poderosa para poder alcanzar la mejora continua en las organizaciones.

Mora (2003), define la planificación como aquella fase que analiza los antecedentes de la empresa, verifica sus procesos para poder identificar los cuellos de botellas o lugares donde la producción se paraliza o realiza mal algo, y partiendo de ello realiza nuevos objetivos que les permita mejorar.

En la fase Hacer, es posterior a la planificación es aquí donde se implementa todo lo realizado en la fase anterior, tomando nota y verificando que todo ande como lo planificado, en esta fase también se identifican aspectos de mejora.

La fase de control, se comparan las metas con los indicadores y los resultados alcanzados hasta el momento y si es necesario algún ajuste se vuelven a plantear objetivos con la intención de mejorar el proceso.

La fase de ajustar, se realizan los ajustes del proceso donde se han identificado las fallas, este proceso del ciclo de Deming es constante.

### **2.2.3 Técnicas de gestión de calidad**

A continuación se presenta 7 técnicas efectivas para ser usadas en la gestión de gestión de calidad y obtener un producto o servicio en esa misma línea. Estas técnicas son apropiadas para alcanzar el objetivo de mejorar los procesos en una organización y se

pueden aplicar en todo tipo de empresas y de cualquier tamaño, una de las ventajas que tienen estas herramientas es que son fáciles de emplear sin necesidad de ser un experto en estadística, tan solo con tener conocimientos básicos del mismo.

Kaoru Ishikawa, autor e impulsor de los círculos de calidad adiestró a sus colaboradores en estas herramientas para mejorar la calidad, los cuales se describirán a continuación. González, Domingo y Sebastián (2013), explican estas técnicas de gestión de calidad de la siguiente manera:

**Hoja de recopilación de datos.** Se refiere a un documento impreso para recabar información importante y de forma ordenada para posteriormente ser analizados por otro tipo de herramienta de calidad. En este documento pueden registrarse por ejemplo:

- a) Número de veces que sucede una determinada actividad o suceso;
- b) Tiempo que se emplea en realizar una actividad en un proceso;
- c) Valorización económica de una actividad de acuerdo al tiempo empleado;
- d) Frecuencia de ocurrencia de un suceso y
- e) Impacto de una tarea o acción en el proceso durante un lapso de tiempo.

Los datos recabados son necesarios para representarlos gráficamente, para ello la representación de los datos pueden ser variados y se pueden emplear diagramas de forma poligonal, gráfico de torta y gráfico de barras, diagramas polares o de telas de araña, ello depende de la forma como el autor desea representarlo y nos da un panorama de forma rápida y sencilla de analizar el problema de estudio.

**Diagrama de causa y efecto.** Esta herramienta también se le conoce como diagrama de espina de pescado por la forma que adopta para representar los problemas y su efecto y poder analizarlos. “Su aplicación permite identificar las posibles causas asociadas a un problema o que están detrás del efecto de un problema” (Fariña y González, 1996, p. 296). Esta herramienta nos permite identificar de forma detallada

todas las causas que flotan y que no han sido identificadas por otras herramientas, la facilidad que nos da esta herramienta es que podemos expresar hasta la más insignificante causa y poder analizarlas para posteriormente identificar con precisión el origen del problema y darle una solución inmediata y eficaz. La mejor forma de emplear esta herramienta es en equipo, tal como lo empleaba su autor Ishikawa en los círculos de calidad propuestos, cuando se trabaja esta herramienta en equipo se logra obtener mayor cantidad de ideas, aunque también se puede emplear de forma individual.

**Histograma.** Para Fariña y Gonzáles (1998), “el histograma es un gráfico que muestra la distribución de una variable a partir de los datos agrupados recogidos en una tabla de frecuencias. Las variables a representar pueden ser discretas o continuas pero agrupados sus valores en clases” (p. 294). Previamente a su preparación es necesario recoger los datos en una hoja de verificación, determinar los datos como la frecuencia, la clase, las marcas de clase y lo necesario para poder representarlos en tablas de frecuencia. Se pueden emplear diferentes formas de histogramas y todo ello dependerá del nivel de detalle, el gusto del autor y la forma como él lo entienda mejor. Sin embargo, el objetivo de esta herramienta es identificar y “comprobar si se satisfacen las especificaciones de los límites establecidos en los resultados de los procesos” (fariña y Gonzáles, 1996, p. 294). Ello conlleva también a emplearlos para poder determinar la efectividad de las mejoras planteadas, representándolas en histogramas con los resultados del antes y el después.

**Estratificación.** Esta herramienta es importante usarla con las distintas herramientas anteriores que se han usado cuando los datos puedan tener orígenes distintos. Para

Fariña y Gonzáles (1998), “una correcta estratificación nos permitirá obtener una información de gran importancia que, de otra forma, quedaría oculta” (p. 299).

**Diagrama de Pareto.** Para Fariña y Gonzáles (1998), “es un método gráfico de análisis con forma de diagrama de barras en el que se representa de forma sencilla, cualitativa y cualitativamente, los factores que intervienen en un problema” (p. 195). En este gráfico las abscisas o eje horizontal representan las causas del problema que se va a estudiar y en el eje de las ordenadas o eje vertical se representan las frecuencias de las causas citadas. Este diagrama fue propuesto por Pareto, según este investigador “aunque un gran número de factores individuales contribuyan a un efecto, relativamente pocos de ellos ocasionan la mayor parte del efecto” (citado por Fariña y Gonzáles, 1998, 295). En otras palabras, el 20% de las causas identificadas, generan el 80% de los problemas identificados. Este diagrama se emplea para determinar los factores clave de una situación, identificando aquellos factores de mayor importancia y realizar proyecciones con ellas.

**Flujogramas.** Esta es una herramienta básica para poder representar procesos y poderlos analizar. Para Fariña y Gonzáles (1998), los flujogramas “constituyen una descripción gráfica del funcionamiento de un determinado proceso” (p. 301). Para tal efecto, se emplean símbolos previamente establecidos y estandarizados, que representan cada actividad que se quiere graficar, es una herramienta simple y útil en el análisis de los procesos.

**Gráficos de control.** De acuerdo a Fariña y Gonzáles (1998), “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” (299). Este gráfico permite hacer las comparaciones gráficas y

cronológicas, evidenciando las fluctuaciones a lo largo del tiempo de los procesos y/o producción y compararlos con los límites de control estadísticos establecidos. Al respecto se pueden aplicar gráficos de variables, gráficos de atributos y otros como control por número de defectos, control de recepción, etc.

### **2.2.3.1 Beneficios de la gestión de calidad**

Los beneficios que la empresa puede obtener con la aplicación de los principios de gestión de calidad pueden ser diversos. Pero los que más les interesa a las empresas es la satisfacción de cliente y la obtención de rentabilidad en sus empresas. Es así que de acuerdo a BSI (s.f.), las Normas ISO 9001: 2015 mencionan algunos beneficios de la aplicación de estos principios:

- a) Le permitirá convertirse en un competidor más consistente en el mercado.
- b) Mejorará la Gestión de la Calidad que le ayudará a satisfacer las necesidades de sus clientes.
- c) Tendrá métodos más eficaces de trabajo que le ahorrarán tiempo, dinero y recursos.
- d) Mejorará su desempeño operativo, lo cual reducirá errores y aumentará los beneficios.
- e) Motivará y aumentará el nivel de compromiso del personal a través de procesos internos más eficientes.
- f) Aumentará el número de clientes valiosos a través de un mejor servicio de atención al cliente.
- g) Ampliará las oportunidades de negocio demostrando conformidad con las normas.

#### **2.2.4 Teoría de la formalización**

La formalización es uno de los aspectos que el Estado Peruano lucha por erradicar y en sus esfuerzos da una serie de facilidades al comerciante que muchas veces no desea hacerlo. Sobre este tema se presentan algunos conceptos ligados a esta variable. Para Silupú (2012), emite una definición acerca del tema y menciona que la “formalización implica, simplemente, realizar operaciones comerciales de manera transparente y bajo el amparo de las normas establecidas en el Perú”.

Según Arbaiza (2011), la formalización son las reglas y procedimientos diseñados para mejorar las contingencias que enfrentan las organizaciones.

Así mismo Romero (2014), nos dice que formalizar una empresa significa acreditar el negocio ante distintas organizaciones estatales de un determinado país, conseguir identidad jurídica ante el estado, contar con derechos y con deberes tanto comerciales como mercantiles.

##### **2.2.4.1 Dimensiones de la formalización**

El Ministerio de la producción menciona cinco formas en las cuales la empresa debe estar formalizada. A continuación, se mencionan cada una de ellas:

##### **Formalización tributaria.**

Se refiere a la formalización que la empresa debe realizar ante la Superintendencia Nacional de Administración tributaria – SUNAT. Esta se efectúa mediante el registro único de contribuyente, el cual significa como el carnet de identificación de la empresa. En la cual el Estado puede saber la dirección de la empresa, en qué régimen se encuentra y otras características que solo le interesa al Estado. En la actualidad existen tres tipos de regímenes: el nuevo régimen único simplificado, el régimen

especial de renta y el régimen general de renta. Cualquier tipo de los regímenes que escoja la empresa, estas se adecúan a las necesidades de la misma.

### **Formalización municipal.**

Mediante la formalización municipal de la MYPE, esta obtiene una licencia de funcionamiento conjuntamente con el certificado de defensa civil, este último es requisito para obtener el primero. Dependiendo de cada municipalidad, esta exige los requisitos que las empresas deben cumplir para obtener la licencia, teniendo en cuenta la zonificación y una tasa que debe pagar la empresa.

### **Formalización empresarial.**

Esta formalización se refiere a los tipos de persona que adoptan las organizaciones, en este caso pueden ser Persona Natural con Empresa o Persona Jurídica. De cualquier forma, las MYPE deben tener en cuenta antes de elegir el tipo de persona, las necesidades que tienen, qué producto van a vender y quiénes serán sus clientes. De acuerdo a lo mencionado, la empresa elige el tipo de persona.

### **Formalización laboral.**

Este tipo de formalización se realiza en el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo y es el proceso por el cual la MYPE se inscribe en primer lugar en el REMYPE, que es un registro donde las MYPE se inscriben para percibir una serie de asesorías y beneficios por parte del Estado. Para ello la empresa debe definir qué tipo de contrato va adoptar para contratar al personal de su empresa. Mediante este proceso no solamente la empresa se beneficia sino también los trabajadores.

### **Formalización sectorial.**

Este tipo de formalización sólo se da en algunos tipos de negocios que requieren de un permiso especial para funcionar. Es el caso de las bodegas que solicitan permiso en la DIRESA del Ministerio de Salud, los colegios o instituciones de enseñanza que solicitan permiso en la UGEL de sus distritos, estas son representantes del Ministerio de Educación. Cuando se va a manipular pólvora o se va vender armamento se requiere el permiso de DISCAMED y para los restaurantes, se requiere la asesoría del Ministerio de Turismo, aunque este requisito no es obligatorio.

#### **2.2.4.2 Las bodegas de barrio**

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

Para Alcorta, Dufour y Hinman (2012), las bodegas o tiendas de 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” (p. 1). Con todo lo manifestado línea arriba, estos negocios son micro empresas que abastecen de manera simple y al por menor a los vecinos de una localidad.

En este tipo de espacios, la modalidad de pago son a través del dinero efectivo y en ocasiones al crédito con el denominado “fiado”, término que se ha ido manejando en estos espacios comerciales con los vecinos de la zona donde desarrolla actividades comerciales la bodega. Y esto se debía a la confianza que el bodeguero tenía con el

cliente o vecino del barrio. Sin embargo, a la actualidad se ha ido perdiendo esta práctica por las condiciones del contexto que recurren a este sistema y que en la mayoría de las ocasiones no cumplen con el pago establecido o simplemente ya no pagan.

### **2.2.4.3 Características de las bodegas**

Las bodegas son pequeñas locaciones donde se expenden productos de primera necesidad en pequeñas cantidades. Estos establecimientos cuentan con algunas características peculiares, las cuales se mencionan a continuación.

De acuerdo a la Asociación de Bodegueros del Perú (citado por Choquehuanca, 2017, p. 7), “el 96.68% de las bodegas son microempresas; el 91.5% tienen un nivel de ventas anuales de 70 UIT y el 54.7% tienen un nivel de ventas anuales por debajo de 15 UIT”.

Por lo general son negocios conducidos por mujeres, personas con algún tipo de discapacidad o por personas de la tercera edad, según clasificación de SUNAT.

Por lo general el perfil y de acuerdo al nivel “socioeconómico del bodeguero más del 50% cuentan con educación básica y más de, 30% tienen educación superior” (Choquehuanca, 2017, p. 7), estos últimos se encuentran principalmente en Lima Metropolitana.

Los bodegueros, ubican sus negocios en lugares altamente transitados (60%), el 50% porque cuenta con una infraestructura propia y otro 50% porque identificó un lugar adecuado y privilegiado para realizar sus actividades.

En su mayoría son negocios familiares y establecidos dentro de los domicilios de quienes lo dirigen. De acuerdo a Choquehuanca (2017), 60% de ellos se encuentran

ubicados en los propios establecimientos de los comerciantes y 38% se constituyen en locales alquilados.

#### **2.2.4.4 Tipos de bodegas**

**Las bodegas de barrio.** Son aquellas bodegas administradas por sus propios propietarios y que realizan el comercio de productos en bajo volúmenes de venta pero que cuentan con productos de primer a necesidad. Las características de este tipo de bodegas se expuso líneas arriba, donde se puede apreciar algunas características peculiares al respecto.

**Las tiendas virtuales.** Actualmente el internet es una poderosa herramienta para poder comercializar los productos y servicios a través de una red inalámbrica, una de sus peculiaridades es que no tiene una plataforma tangible y se pueden encontrar al otro lado del mundo. Para Carbajal y Vargas (2006), la tienda virtual “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).

**Características de una tienda virtual:** las tiendas virtuales tienen características diferentes a las reales, debido a que todo es intangible.

**El local.** Este elemento se reemplaza por una o varias páginas web, las cuales están al alcance de cualquier persona que desee ingresar a ver los productos de la tienda. Esta página puede alojarse en un local propio o dominio de internet o también dentro de una galería de tiendas virtuales.

**El escaparate.** Las páginas web son el escaparate y las vitrinas y mostradores de las tiendas para el cliente, es por ello que se debe poner especial cuidado con los espacios, información y colores que se muestran, sobre todo los

productos. En otras palabras, la presentación que se le dé al producto en la tienda.

**Los productos.** Estos se muestran mediante un catálogo de figuras que muestran los productos que vende la tienda virtual. Es necesario que esta sea llamativa porque son como las vitrinas de una tienda real, se recomienda que las figuras en estas páginas para la exhibición de los productos sean estáticas, de tal manera que el cliente los pueda observar con detenimiento.

**El proceso de venta.** La página debe guiar al cliente de forma sutil y llevarlo a mostrar todos los productos conjuntamente con la información que el cliente requiere.

**El carrito de compra.** De acuerdo a Carbajal y Vargas (2006), “es un software que asiste al cliente en su recorrido virtual por la tienda, anotando los productos que él va indicando, calculando su importe final e incluso permitiéndole devolver productos a las estanterías” (p. 5).

Posteriormente a todo lo mencionado, viene el medio de pago que también se realiza de forma virtual, aunque algunas tiendas permiten hacer depósito a través de otros medios como el Banco. Posteriormente a ello también existe un servicio post venta y el servicio en general de la tienda.

Clasificación de las bodegas. De acuerdo al Proyecto de Ley General de Bodegueros presentado por la congresista Choquehuanca (2017), clasifica a las bodegas de la siguiente manera:

- a) Bodegas conducidas por personas de la tercera edad.
- b) Bodegas conducidas por mujeres.

- c) Bodegas conducidas por personas que sufren algún tipo de discapacidad.
- d) Resto de bodegas.

#### **2.2.4.5 Importancia de las bodegas**

Las bodegas en el Perú han sido y son negocios de gran impacto en la población, que sería de la economía peruana sin su existencia, sobre todo que sería de los vecinos sino hubiera una bodega en el barrio, tal vez se tendrían que trasladar grandes distancias para adquirir algún tipo de producto.

Las bodegas han sido fuente de empleo para muchas personas que no tienen oportunidades laborales en el mercado como madres solteras, personas con discapacidad, adultos mayores, entre otros.

Además, las bodegas son importantes porque el trato que tiene el comerciante con el vecino es más cercano y cortés, con gran tinte de confianza por ser vecinos. De acuerdo al Registro Nacional de Municipalidades en el 2014, se emitieron alrededor de 93,000 licencias de funcionamiento en Lima Metropolitana, de las cuales 21,360 correspondieron a bodegas, pero hay que tener en cuenta que esta cifra corresponde a aquellas bodegas que pasan de la informalidad a la formalidad (Perú Retail, 2014).

Y aunque con la aparición de los grandes supermercados muchas de estos pequeños negocios han desaparecido, gran parte de ellos, han sobrevivido o se han reubicado buscando de esta manera una ubicación privilegiada para poder seguir satisfaciendo las necesidades inmediatas de los vecinos del barrio.

### 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 empresas (MYPE), por su nivel de operaciones y conforman en conjunto el sector más importante de comercio minorista, por tanto, de las MYPE y la generación de empleo” (Choquehuanca, 2017, p. 6).

**Calidad.** Se refiere a “la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas”. (Carro y González, s.f. p. 1).

**Comercio.** “La palabra comercio proveniente del latín commercium. Ésta se descompone en cum, que significa con, y merx o mercis, que significa mercancía” (Rodríguez y López, s.f. p. 1).

**Estadística.** “La estadística es una ciencia aplicada de las matemáticas y es una valiosa herramienta para la toma de decisiones. Permite el estudio de fenómenos mediante la descripción del mismo a través de inferencias mediante distribuciones probabilísticas” (Mendiburu, s.f. p. 1).

**Gestión de Calidad.** Udaondo (1992), asegura que la gestión de calidad se entiende como “el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, incorporándolo por tanto al proceso de gestión. En tal sentido, sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente” (p. 5).

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

**Herramientas de gestión de la calidad.** Se refiere al conjunto de técnicas básicas de estadística que se emplean para analizar y mejorar los procesos en una organización.

**Formalización.** Romero (2014), nos dice que formalizar una empresa significa acreditar el negocio ante distintas organizaciones estatales de un determinado país, conseguir identidad jurídica ante el estado, contar con derechos y con deberes tanto comerciales como mercantiles.

**Régimen tributario.** “Son las categorías bajo las cuales una Persona Natural o Persona Jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT. El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio. A partir de enero del año 2017 hay cuatro regímenes tributarios Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG)” (Gob.pe, s.f. párr.1).

**SUNAT.** “Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT, de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa” (SUNAT, s.f. párr. 1).

**UIT.** “Es la herramienta para tener un valor de referencia que determina las escalas 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.**

Para este estudio el diseño de investigación fue no experimental – transversal – descriptivo- cualitativo.

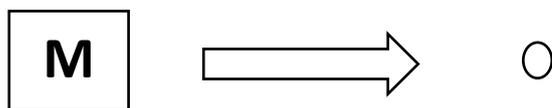
Esta tesis fue no experimental porque las variables se mantuvieron intactas sin realizar ningún tipo de manipulación. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014), “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152).

La tesis se le llama transversal porque la información se recogió a través de una encuesta en un tiempo determinado. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), los “diseños transaccionales (transversales), son investigaciones que recopilan datos en un momento único” (p. 154).

La tesis fue descriptiva porque se registró tal como se encontró los hechos en la realidad. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación descriptiva “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p 98).

Finalmente fue cualitativo porque estudio la realidad en su contexto natural y se interpreto tal como de acuerdo a la percepcion. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación cualitativo “Utiliza la recolección y analisis de datos para afinar las preguntas de investigacion o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretacion” (p. 7).

El diseño de la investigación mostrada de forma gráfica se presentó de la siguiente manera:



Donde:

M : Representa la muestra

O : Representa lo que observamos

### **3.2 Población y muestra.**

#### **3.2.1 Población**

La población para este estudio fue de 20 bodegas que se encuentran en el Mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “la población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

#### **3.2.2 Muestra**

La muestra fue de 20 bodegas del Mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, estas representan el 100% de la población. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (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 Operacionalización de las variables

Tabla 1.

*Características de los representantes*

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Item
Perfil de los empresarios	Es el conjunto de características de los empresarios de las MYPE en estudio.	Edad	Razón: <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 20 a 30 años</li> <li>• De 31 a 40 años</li> <li>• Más de 40 años</li> </ul>
		Estado civil	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soltero</li> <li>• Casado</li> <li>• Conviviente</li> </ul>
		Género	Nominal <ul style="list-style-type: none"> <li>• Femenino</li> <li>• Masculino</li> </ul>
		Grado de instrucción	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> <li>• Técnica</li> <li>• Universitaria</li> </ul>
		Cargo en la empresa	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dueño</li> <li>• Administrador</li> </ul>

Tabla 2.

*Características de las MYPE*

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Item
Perfil de las MYPE	Algunas características de las MYPE	Tiempo de funcionamiento en el mercado	Razón: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 a 5 años</li> <li>• 6 a 10 años</li> <li>• 11 a más</li> </ul>
		Cantidad de trabajadores	Razón: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 a 5</li> <li>• 6 a 10</li> </ul>

Tabla 3.

*Operacionalización de las variables*

Variable		Definición operacional			Escala /medición		
		DIMENSIÓN		INDICADOR			
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación			
Gestión de calidad	“La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer y cumplir las fases de la trilogía denominados: planificación de los objetivos de calidad, control de la calidad y mejora de la calidad de la empresa” (Juran, 1990, p. 169).	Planificación de la calidad	Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes.	Fija objetivos de calidad	Escala de Likert		
				Identifica clientes			
				Necesidades de clientes			
				Producto			
		Control de la calidad	Comprende el proceso de evaluar y compara el comportamiento de la calidad y actuar sobre las diferencias.	Mejora de la calidad		Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes.	Establece controles
							Evaluación
							Comparación
		Mejora de la calidad	Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes.	Mejora de la calidad		Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes.	Actuar
							Infraestructura
							Necesidades específicas
							Equipo de trabajo
							Recursos
Formalización	“La formalización es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal, referidas a la formalización Tributaria, Municipal, Laboral Y Legal” (OIT, 2017, p. 1).	Tributaria	Es la obtención del registro único de contribuyente.	Motivación	Escala de Likert		
				Formación			
				Nuevo RUS			
		Municipal	Es la obtención de licencia municipal y certificado de defensa civil.	Laboral		Es la inscripción en el REMYPE y determinar un tipo de contrato con el trabajador.	Régimen Especial
							Régimen General
		Legal	Es la elección del tipo de persona empresarial.	Legal		Es la elección del tipo de persona empresarial.	Licencia Municipal
							Contrato de locación de servicios
							Certificado Defensa Civil
Legal	Es la elección del tipo de persona empresarial.	Legal	Es la elección del tipo de persona empresarial.	Carné de Sanidad			
				Contrato de trabajo			
				Seguridad y Salud Ocupacional			
Legal	Es la elección del tipo de persona empresarial.	Legal	Es la elección del tipo de persona empresarial.	Persona natural			
				Persona jurídica			

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

#### **Técnica**

Para la recolección de la información se recurrió a la técnica de la encuesta. Para 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**

Se elaboró un cuestionario de 32 preguntas que contendrán las variables de investigación de la tesis. Según 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.**

Luego de recabar los datos mediante el cuestionario, se ingresó a una base de datos en el programa Excel para luego ser procesadas en el programa estadístico SPSS-24.

Los resultados se presentaron en Tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales con sus respectivos gráficos estadísticos, lo cual permitirá realizar un análisis descriptivo de las variables en estudio.

### 3.6 Matriz de Consistencia

Tabla 4.

*Matriz de consistencia*

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y procedimientos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018?</p>	<p>Determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar las principales características de los representantes de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.</p> <p>Determinar las principales características de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de la calidad en las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.</p> <p>Determinar las principales características de la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.</p>	<p>Gestión de calidad Y</p> <p>Formalización</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>20 bodegas</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>20 bodegas</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Cualitativa</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Descriptiva</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>Descriptivo, No experimental, Transversal.</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>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

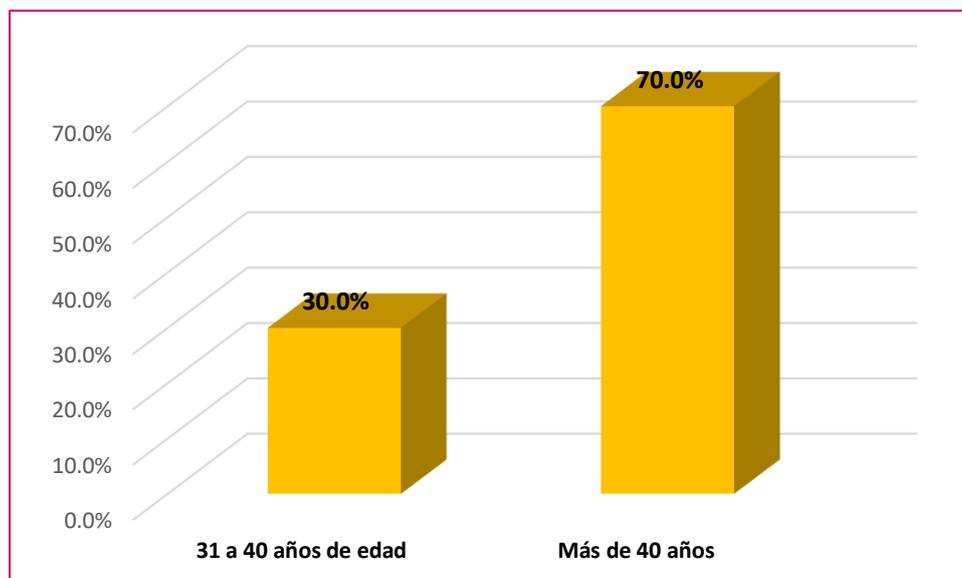
### 4.1 Resultados

Sobre las características de los representantes de las MYPE

Tabla 5.

*Edad de los representantes de las MYPE*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
31 a 40 años de edad	6	30.0%	30.0%	30.0%
Más de 40 años	14	70.0%	70.0%	100.0%
Total	20	100.0%	100.0%	



*Figura 1.* Edad del empresario

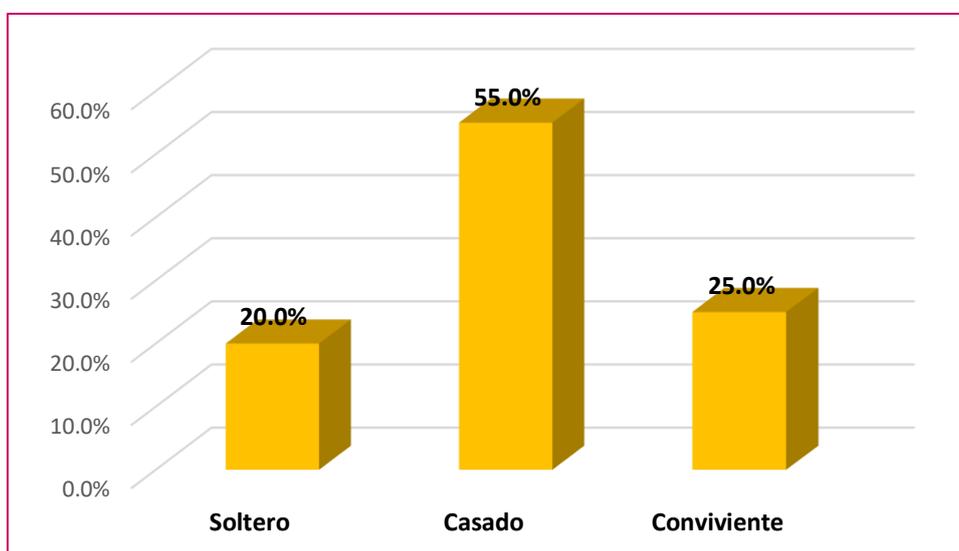
Interpretación

El 30.0% de los representantes tienen entre 31 a 40 años de edad y el 70.0% tienen más de 40 años de edad.

Tabla 6.

*Estado civil de los representantes de las MYPE*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	4	20.0%	20.0%
	Casado	11	55.0%	75.0%
	Conviviente	5	25.0%	100.0%
	Total	20	100.0%	100.0%



*Figura 2.* Estado civil

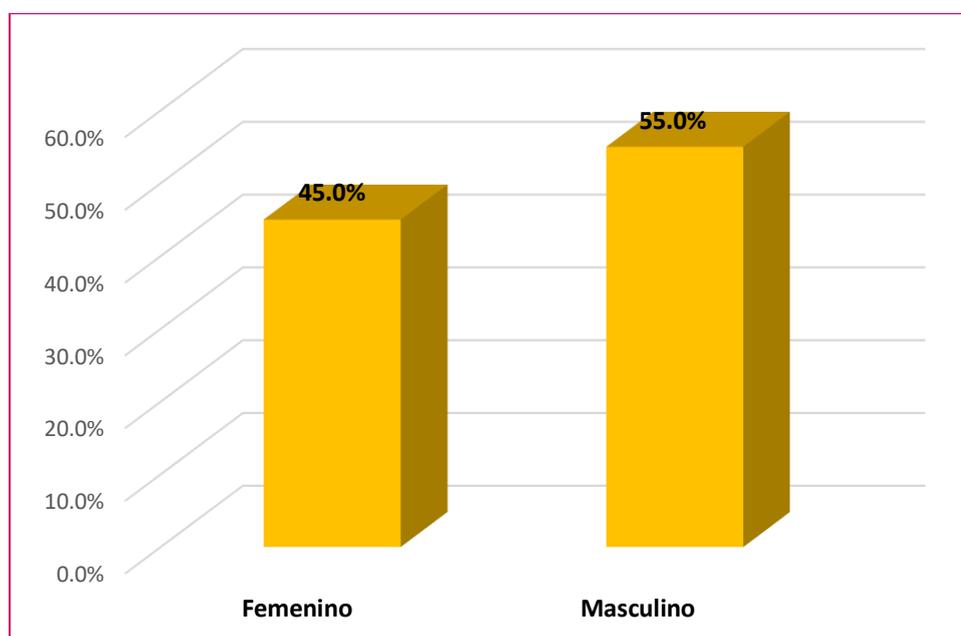
Interpretación

El 20.0% de los representantes tienen como estado civil solteros, el 55.0% son casados y el 25.0% son convivientes.

Tabla 7.

*Género de los representantes de las MYPE*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	9	45.0%	45.0%	45.0%
	Masculino	11	55.0%	55.0%	100.0%
	Total	20	100.0%	100.0%	



*Figura 3. Género del representante*

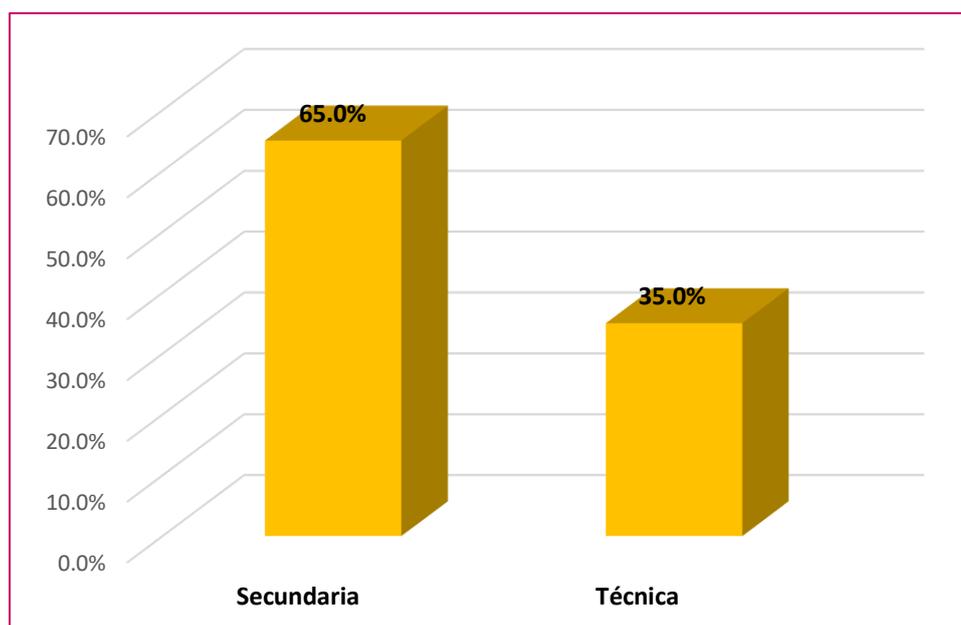
Interpretación

El 45.0% los representantes son femenino y el 55.0% masculino.

Tabla 8.

*Grado de instrucción de los representantes de las MYPE*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	13	65.0%	65.0%	65.0%
	Técnica	7	35.0%	35.0%	100.0%
	Total	20	100.0%	100.0%	



*Figura 4. Grado de instrucción*

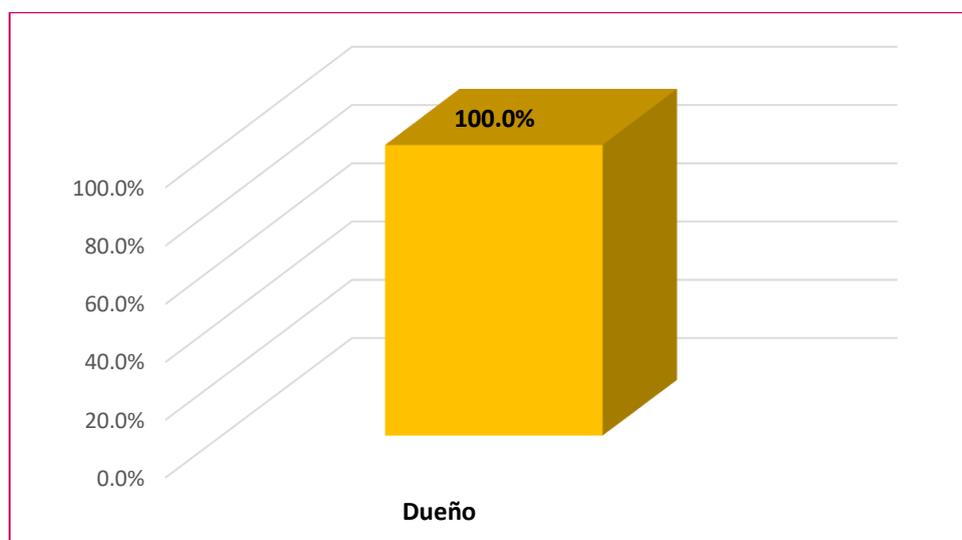
Interpretación

El 65.0% de los representantes su nivel de instrucción es secundaria y el 35.0% tiene grado de instrucción técnica.

Tabla 9.

*Cargo en la empresa de los representantes de las MYPE*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 5. Cargo de la empresa*

Interpretación

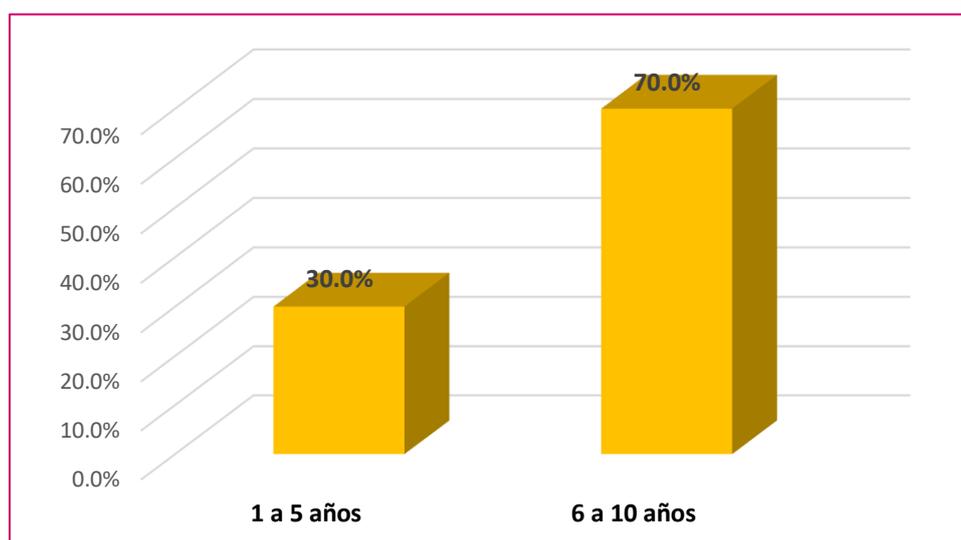
El 100.0% de la empresa está a cargo del dueño.

## Sobre las características de las MYPE

Tabla 10.

*Tiempo de funcionamiento en el mercado de la MYPE*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5 años	6	30.0%	30.0%
	6 a 10 años	14	70.0%	100.0%
	Total	20	100.0%	



*Figura 6. Tiempo en el mercado*

### Interpretación

El 30.0% de las empresas de este estudio tienen un tiempo en el mercado de 1 a 5 años, y el 70.0% tiene de 6 a 10 años.

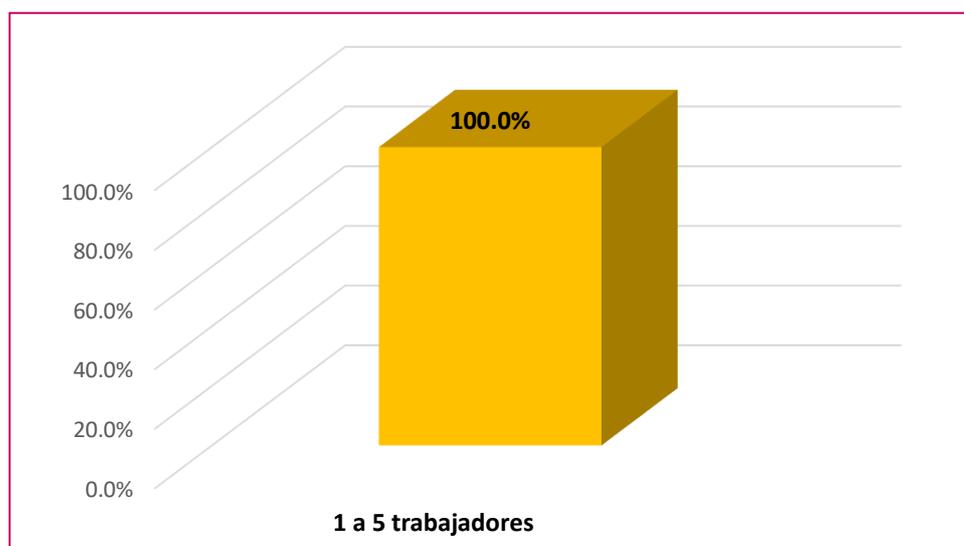
Tabla 11.

*Cantidad de los trabajadores de la MYPE*

---

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5 trabajadores	20	100.0%	100.0%	100.0%

---



*Figura 7* Número de trabajadores

Interpretación

El 100.0% de las empresas de este estudio tienen de 1 a 5 trabajadores.

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

Tabla 12.

Valor porcentual de los niveles de la variable gestión de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Medio	13	65.0%	65.0%	65.0%
Alto	7	35.0%	35.0%	100.0%
Total	20	100.0%	100.0%	

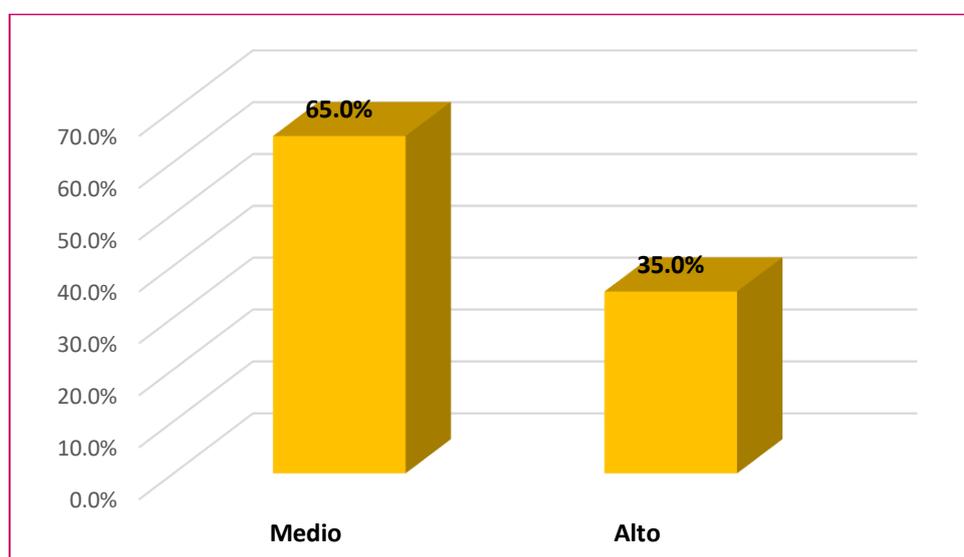


Figura 8. Representación gráfica de los niveles de la variable gestión de calidad

### Interpretación

El 65.0% de las empresas de este estudio percibe que el nivel de gestión de calidad es medio y el 35.0% lo considera de nivel alto.

## Dimensión planificación

Tabla 13.

### *Fijación de objetivos de calidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
De acuerdo	9	45.0%	45.0%	45.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	30.0%	30.0%	75.0%
En desacuerdo	5	25.0%	25.0%	100.0%
Total	20	100.0%	100.0%	

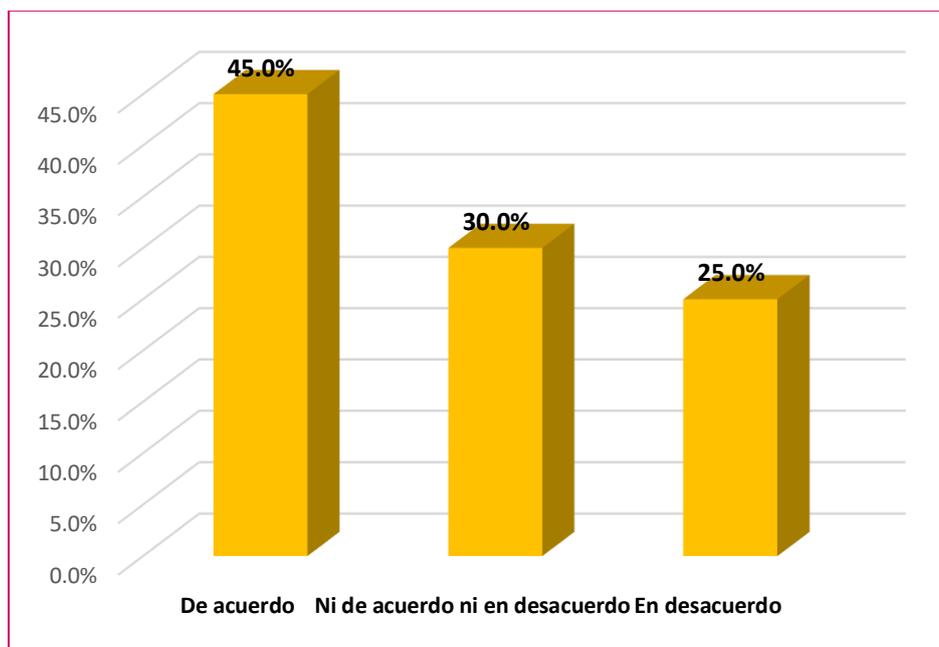


Figura 9. Fijación de objetivos de calidad

### Interpretación.

El 45.0% de las MYPE está de acuerdo con la fijación de los objetivos de calidad de la empresa, el 30.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 25.0% está en desacuerdo.

Tabla 14.

*Identifica los posibles clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	13	65.0%	65.0%	65.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	35.0%	35.0%	100.0%
Total		20	100.0%	100.0%	

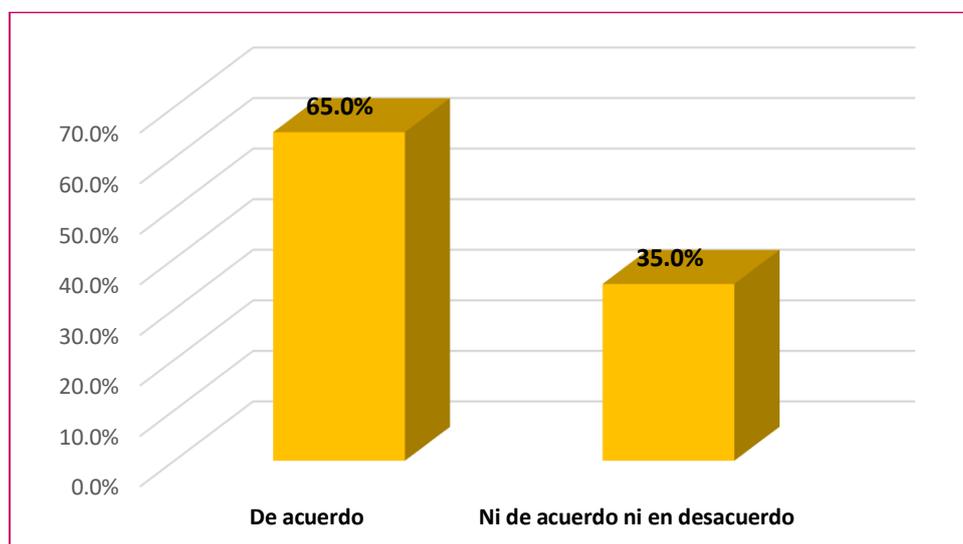


Figura 10. Identifica los posibles clientes

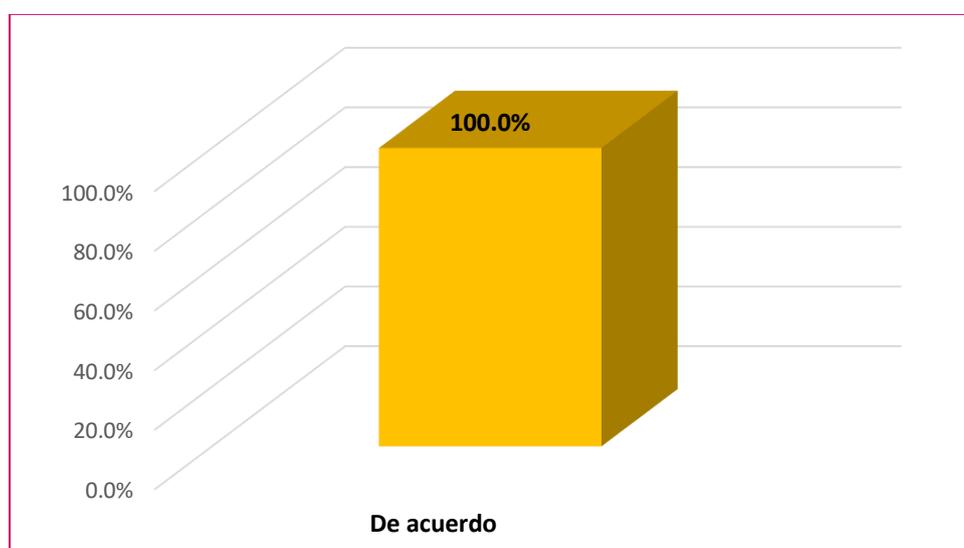
Interpretación.

El 65.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa identifica los posibles clientes en el proceso de planificación y el 35.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 15.

*Identifica las necesidades de los clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 11. Identifica las necesidades de los clientes*

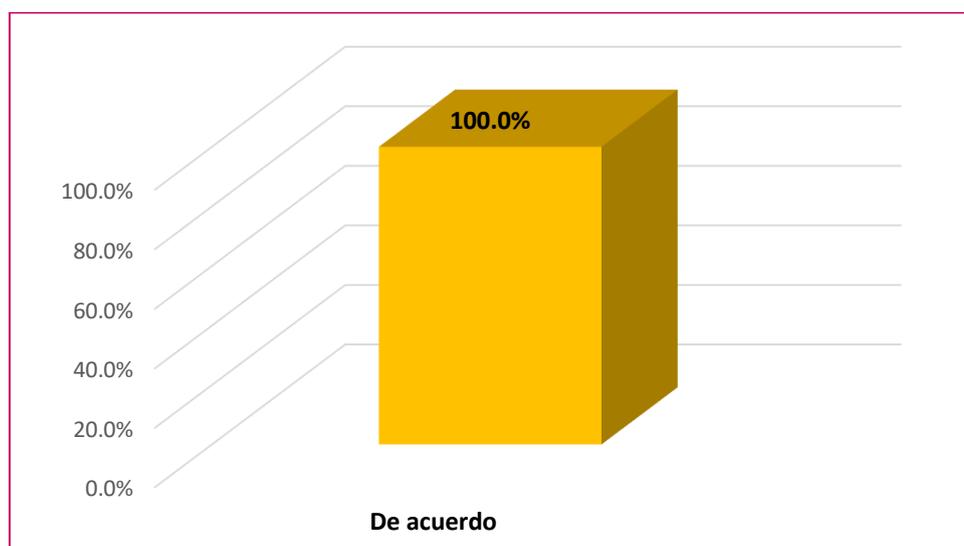
Interpretación.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa identifica las necesidades de los clientes en el proceso de planificación.

Tabla 16.

*Elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 12. Elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes*

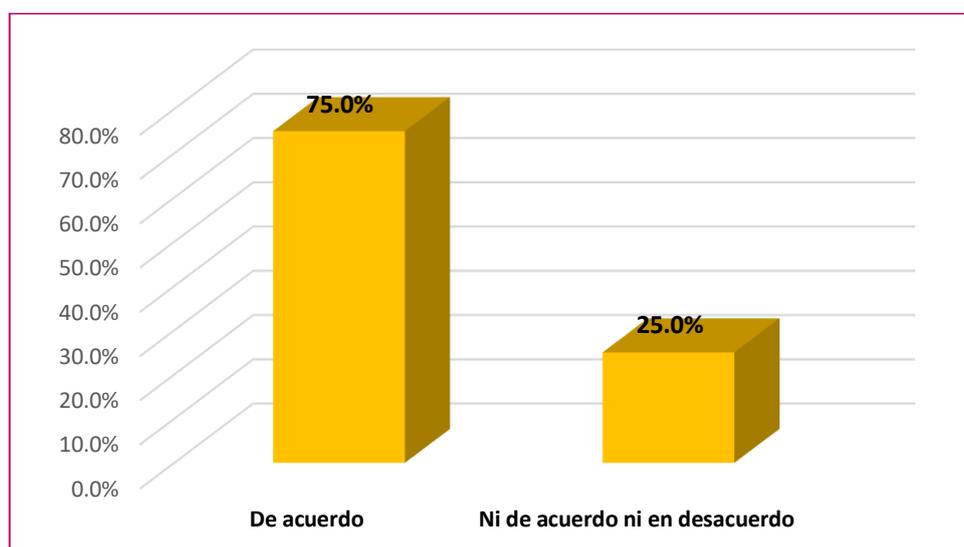
Interpretación.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes en el proceso de planificación.

Tabla 17.

*Establecimiento de controles en los procesos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	15	75.0%	75.0%	75.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	25.0%	25.0%	100.0%
Total		20	100.0%	100.0%	



*Figura 13.* Establecimiento de controles en los procesos

Interpretación.

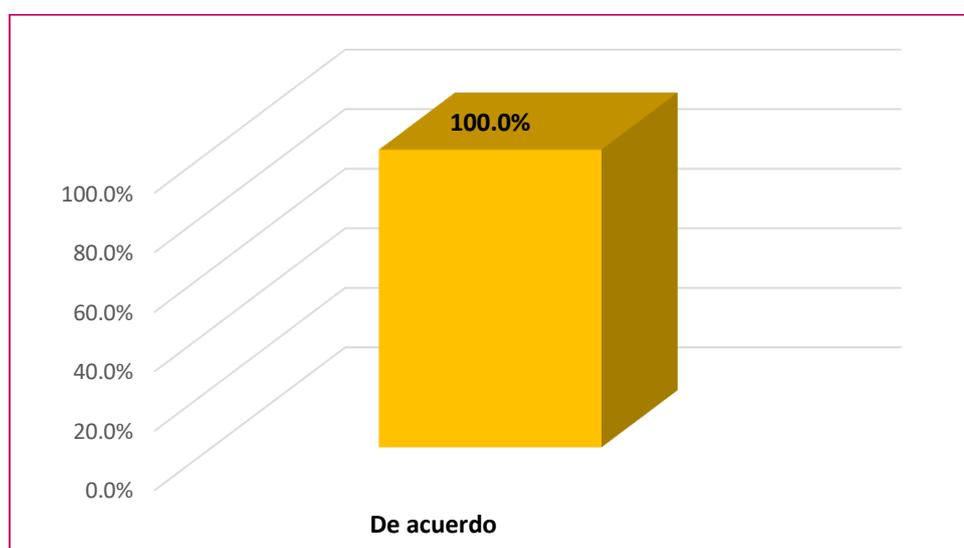
El 75.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa establece controles en los procesos la planificación de la empresa y el 25.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

## Dimensión control de calidad

Tabla 18.

*Evalúa el comportamiento de la calidad real*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 14. Evalúa el comportamiento de la calidad real*

Interpretación.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa evalúa el comportamiento de la calidad real en el proceso de control de la calidad.

Tabla 19.

*Comparación del comportamiento real con los objetivos de calidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	8	40.0%	40.0%	40.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	35.0%	35.0%	75.0%
	En desacuerdo	5	25.0%	25.0%	100.0%
Total		20	100.0%	100.0%	

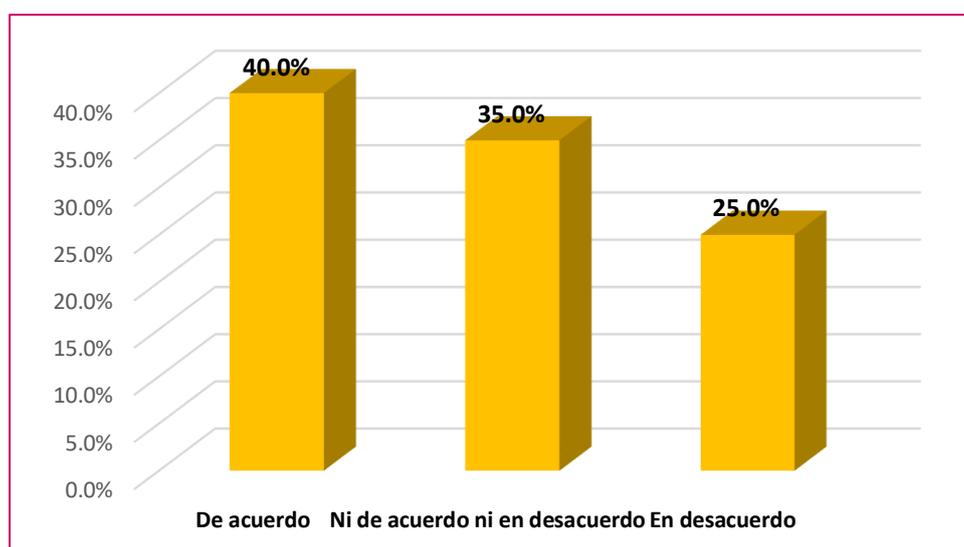


Figura 15. Comparación del comportamiento real con los objetivos de calidad

Interpretación.

El 40.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa hace la comparación del comportamiento real de la calidad con los objetivos de la calidad, el 35.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 25.0% está en desacuerdo.

Tabla 20.

*Erradicación de las diferencias entre lo real y los objetivos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	50.0%	50.0%	50.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	50.0%	50.0%	100.0%
Total		20	100.0%	100.0%	

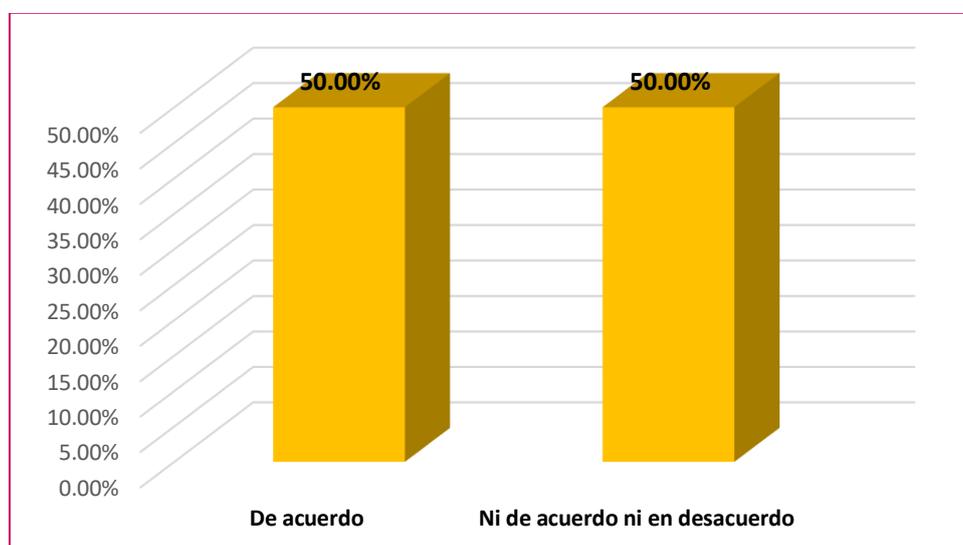


Figura 16. Erradicación de las diferencias entre lo real y los objetivos

Interpretación.

El 50.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa realiza acciones para erradicar las diferencias entre la calidad real y los objetivos en el proceso de control de la calidad y el 50.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

## Dimensión mejora de la calidad

Tabla 21.

### *Infraestructura para asegurar la calidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
De acuerdo	6	30.0%	30.0%	30.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	40.0%	40.0%	70.0%
En desacuerdo	6	30.0%	30.0%	100.0%
Total	20	100.0%	100.0%	

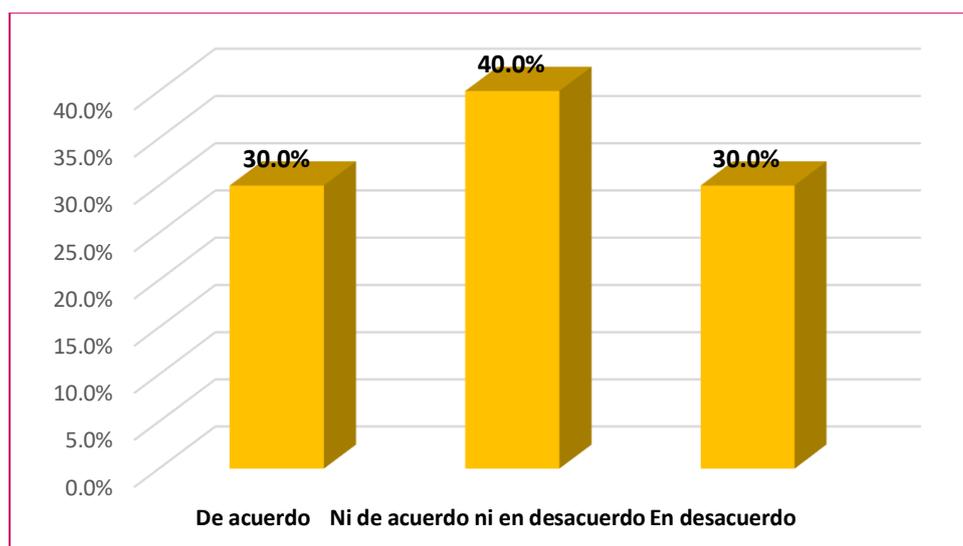


Figura 17. Infraestructura para asegurar la calidad

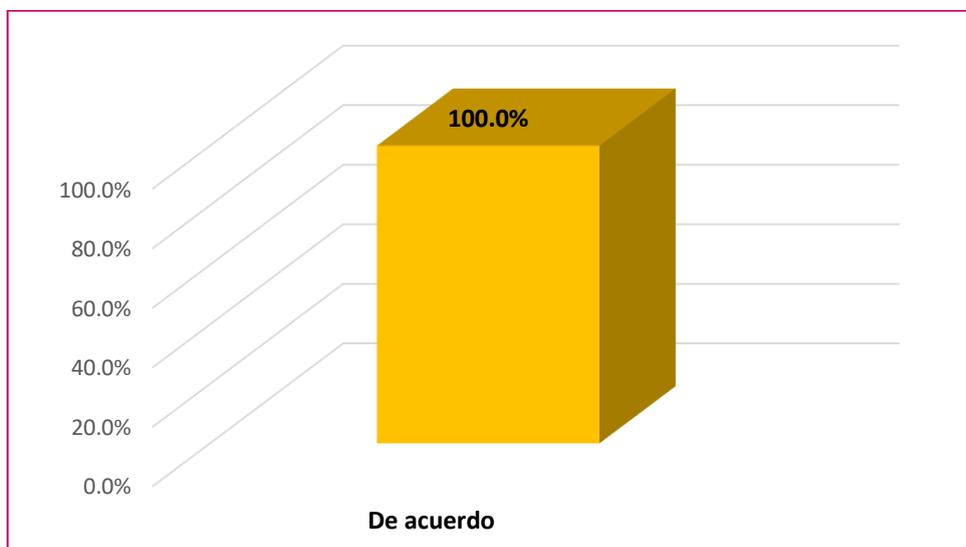
### Interpretación.

El 30.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para asegurar la mejora de la calidad, el 40.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 30.0% está en desacuerdo.

Tabla 22.

*Adecuación del servicio a las necesidades específicas del cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 18. Adecuación del servicio a las necesidades específicas del cliente*

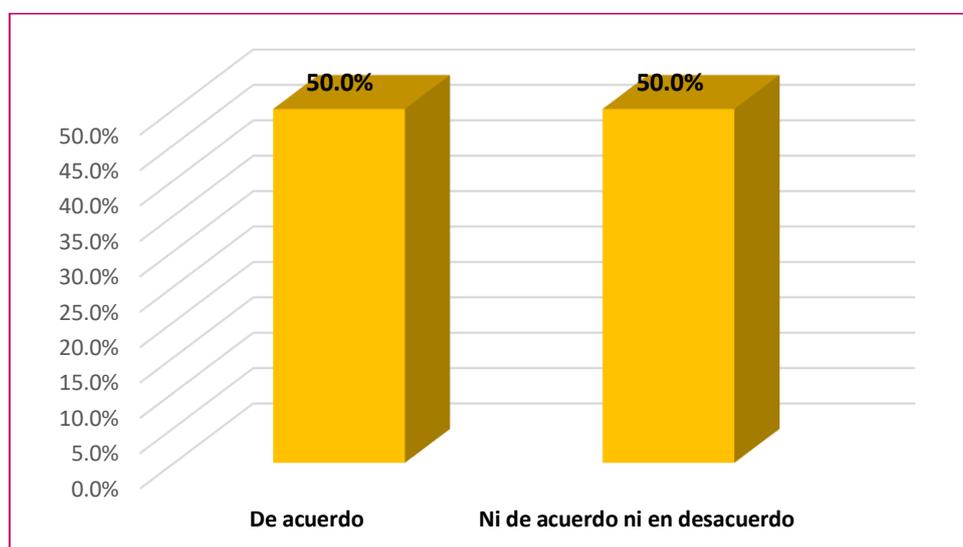
Interpretación.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa adecua el servicio a las necesidades específicas del cliente para la mejora de la calidad.

Tabla 23.

*Asignación de equipo especializado para concretar las mejoras*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	50.0%	50.0%	50.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	50.0%	50.0%	100.0%
Total		20	100.0%	100.0%	



*Figura 19. Asignación de equipo especializado para concretar las mejoras*

**Interpretación.**

El 50.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa asigna un equipo especializado para concretar la mejora del servicio y el 50.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 24.

*La empresa proporciona recursos para la mejora*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%

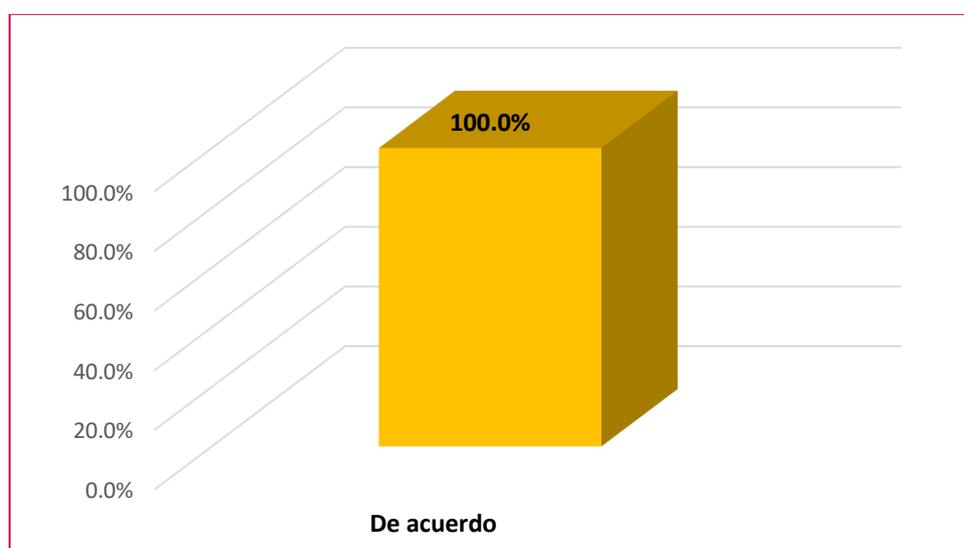


Figura 20. La empresa proporciona recursos para la mejora

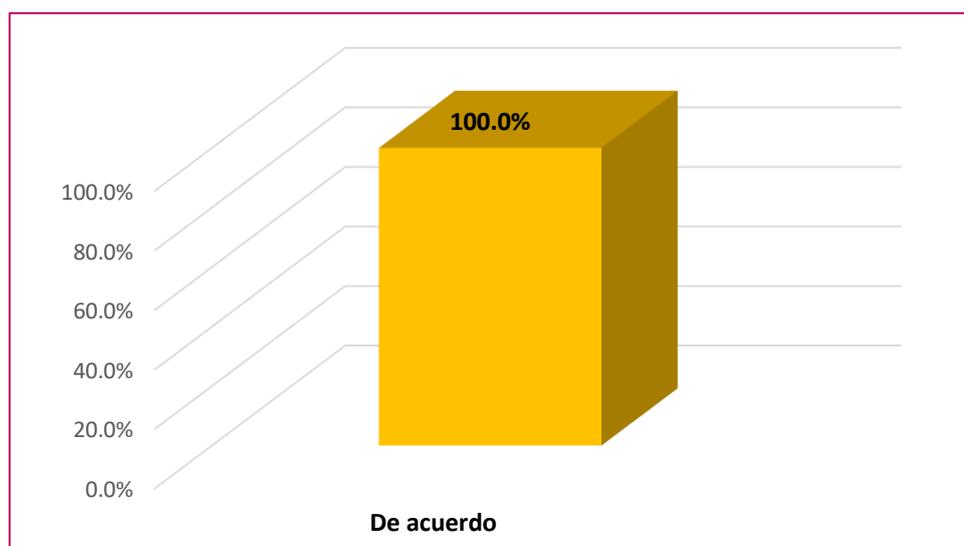
Interpretación.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa proporciona recursos necesarios para la mejora de la calidad del servicio.

Tabla 25.

*La empresa motiva a los empleados para emprender mejoras*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 21. La empresa motiva a los empleados para emprender mejoras*

**Interpretación.**

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa motiva a los empleados a realizar las acciones de mejora del servicio.

Tabla 26.

*La empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%

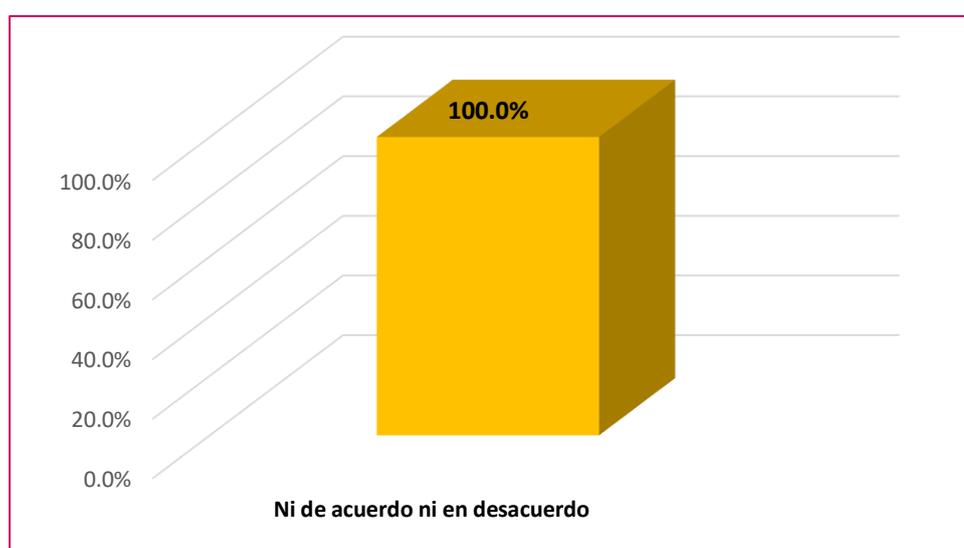


Figura 22. La empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos

Interpretación.

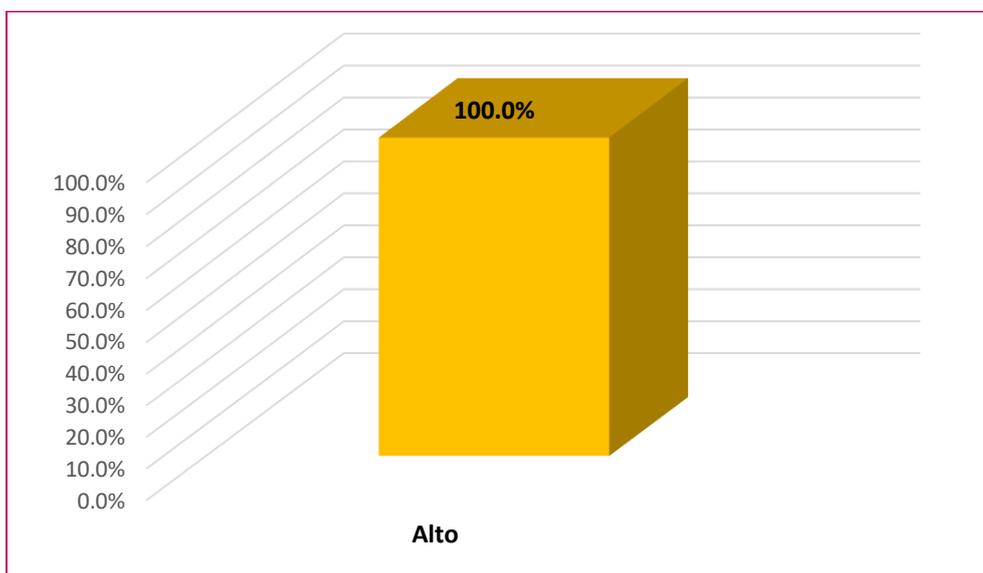
El 100.0% de las MYPE está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos en la mejora de la calidad.

## Sobre las características de la formalización de las MYPE

Tabla 27.

*Valoración de la variable formalización de acuerdo a niveles*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 23. Valoración de la variable gestión de la calidad de acuerdo a niveles*

Interpretación.

El 100.0% de las MYPE considera que la formalización de las empresas de este estudio es de nivel alto.

## Beneficios para el cliente

Tabla 28.

### *Régimen único simplificado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%

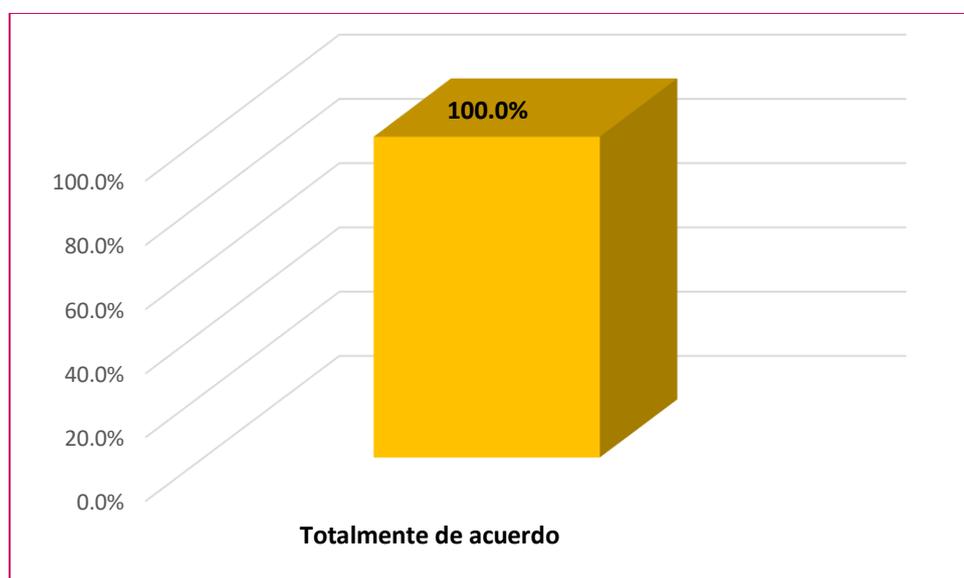


Figura 24. Régimen único simplificado

### Interpretación.

El 100.0% de las bodegas del mercado Valle Sagrado se encuentran formalizadas tributariamente y se encuentran en el régimen único simplificado.

Tabla 29.

*Régimen especial de renta*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%

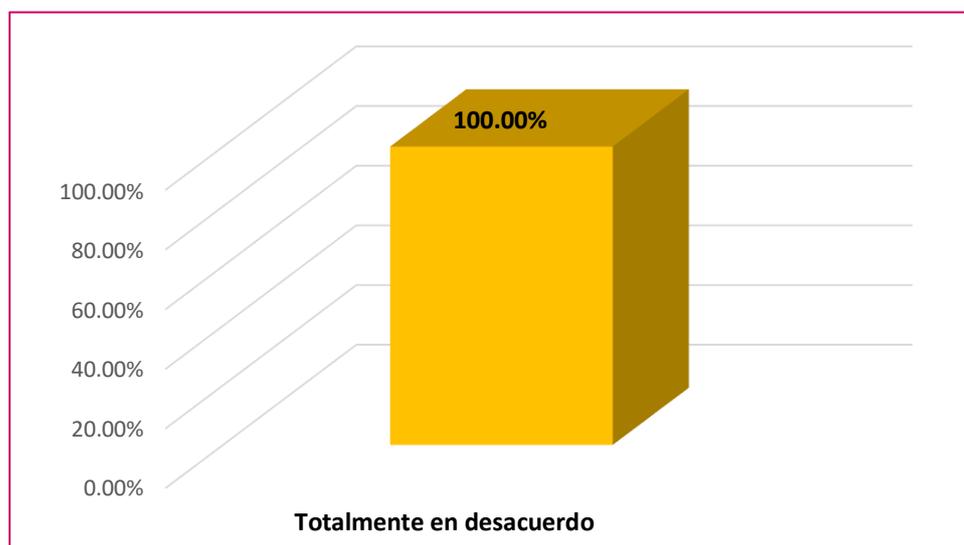


Figura 25. Régimen especial de renta

Interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas de las empresas encuestadas el 100.0% se encuentra totalmente en desacuerdo en encontrarse en el régimen especial de rentas, es decir, ninguna se encuentra en este régimen tributario.

Tabla 30.

*Régimen general de renta*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 26. Régimen general de renta*

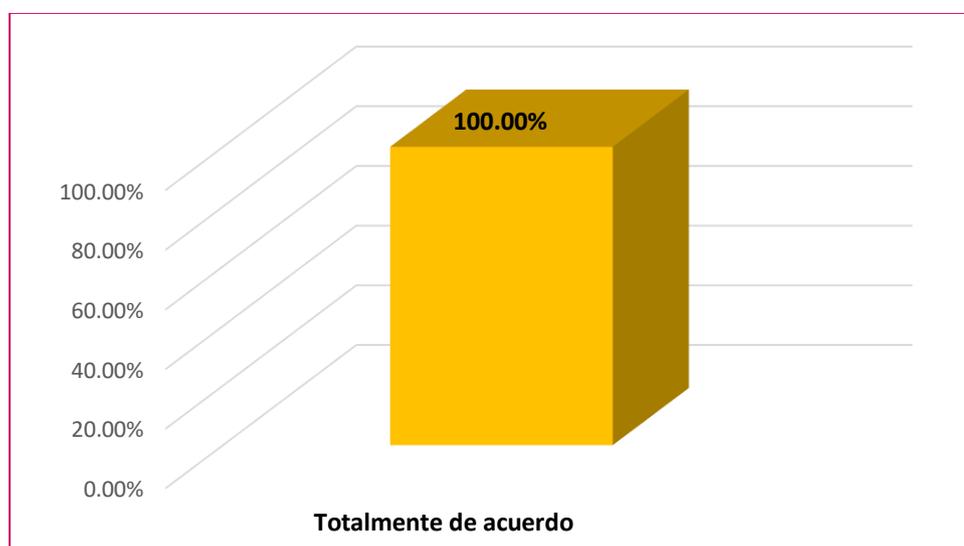
Interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas de las empresas encuestadas el 100.0% se encuentra totalmente en desacuerdo en encontrarse en el régimen general de rentas, es decir, ninguna se encuentra en este régimen tributario.

Tabla 31.

*La bodega cuenta con licencia de funcionamiento.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 27. La bodega cuenta con licencia de funcionamiento*

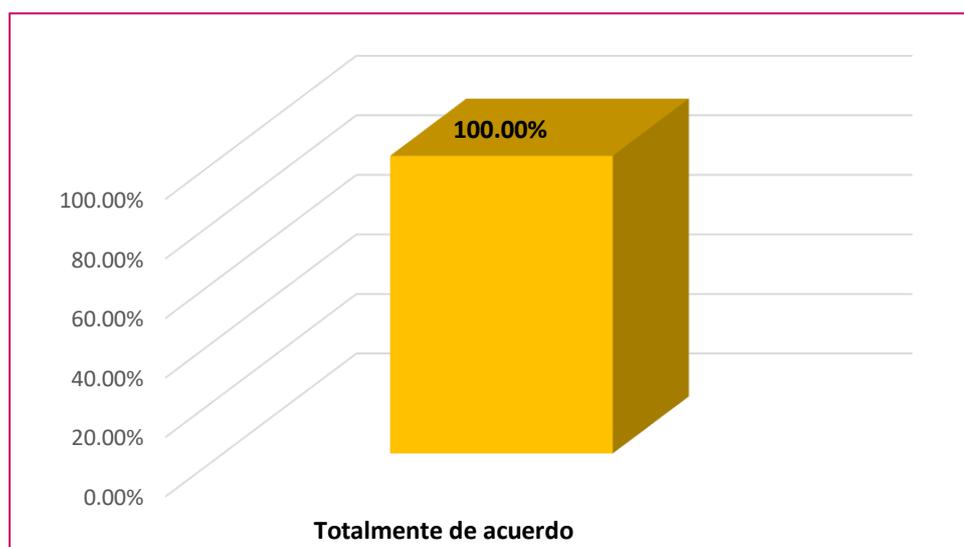
#### Interpretación

El 100.0% de las bodegas de esta investigación están totalmente de acuerdo en contar con licencia de funcionamiento.

Tabla 32.

*La bodega cuenta con certificado de defensa civil*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 28* La bodega cuenta con certificado de defensa civil

Interpretación

El 100.0% de las bodegas de esta investigación están totalmente de acuerdo en contar con certificado de defensa civil.

Tabla 33.

*Los trabajadores cuentan con carné de sanidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	3	15.0%	15.0%	15.0%
	En desacuerdo	17	85.0%	85.0%	85.0%
	Total	20	100.0%	100.0%	

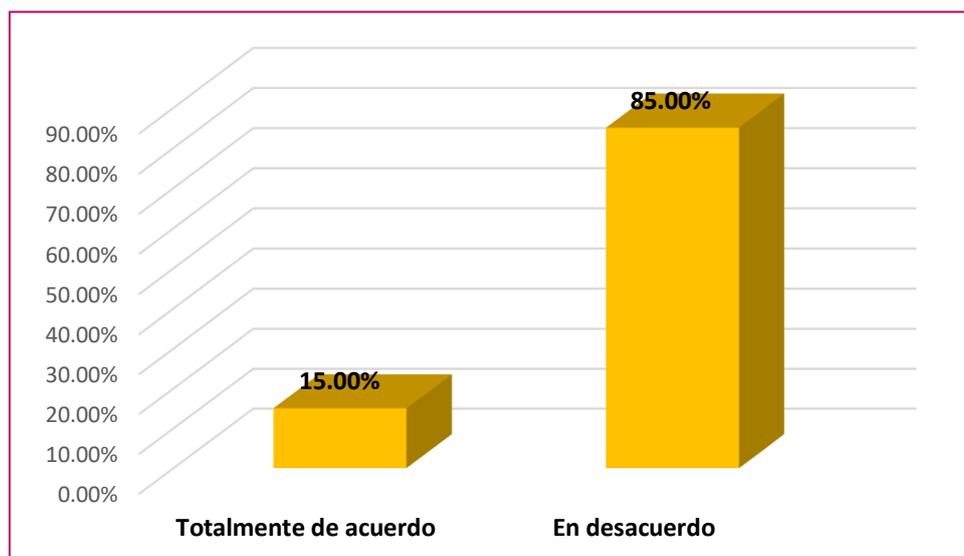


Figura 29. Los trabajadores cuentan con carné de sanidad

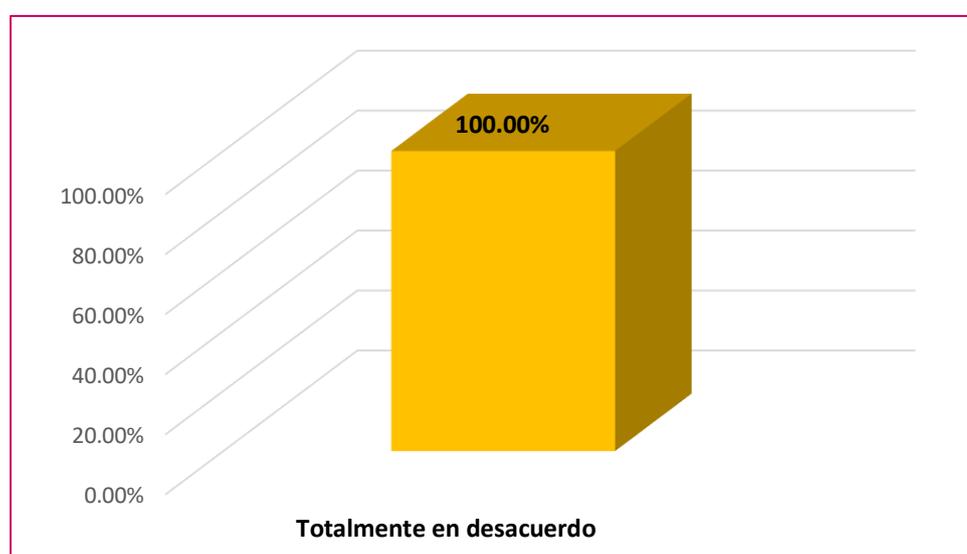
Interpretación

El 15.0% de los trabajadores está totalmente de acuerdo en que cuentan con el carnet de sanidad y el 85.0% de los trabajadores está en desacuerdo.

Tabla 34.

*Trabajadores bajo el régimen de locación de servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 30.* Trabajadores bajo el régimen de locación de servicios.

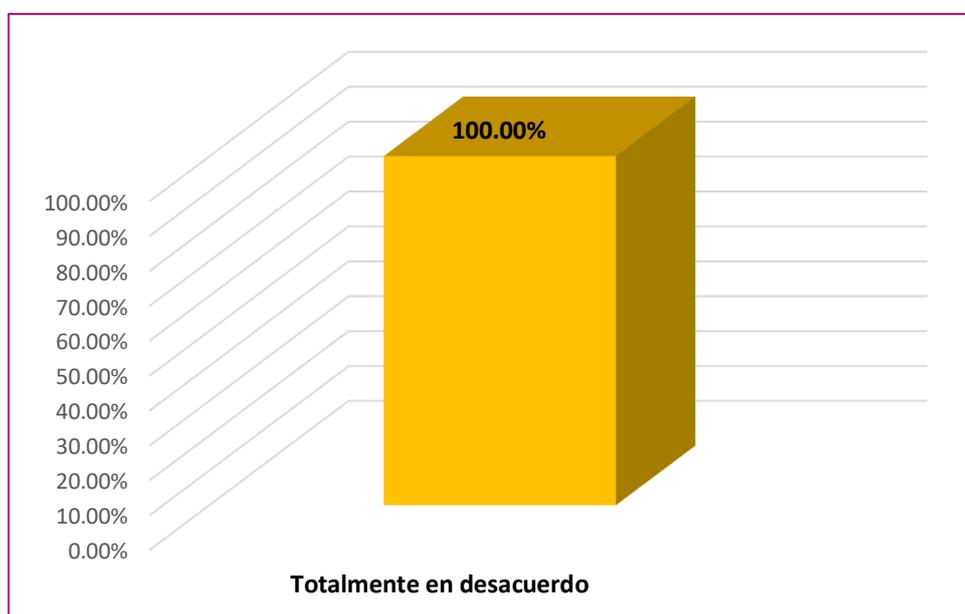
Interpretación

El 100.0% de las empresas están totalmente en desacuerdo en tener a sus trabajadores bajo el régimen de locación de servicios.

Tabla 35.

*Trabajadores bajo el régimen de contrato fijo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 31.* Trabajadores bajo el régimen de contrato fijo.

Interpretación

El 100.0% de los trabajadores no están contratados bajo el régimen de contrato fijo.

Tabla 36.

*Sistema de seguridad y salud ocupacional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%

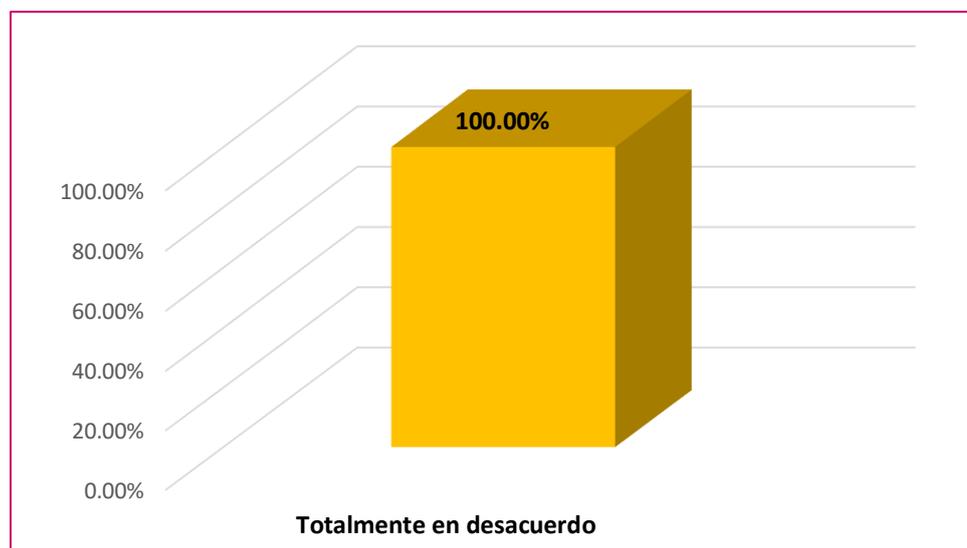


Figura 32. Sistema de seguridad y salud ocupacional

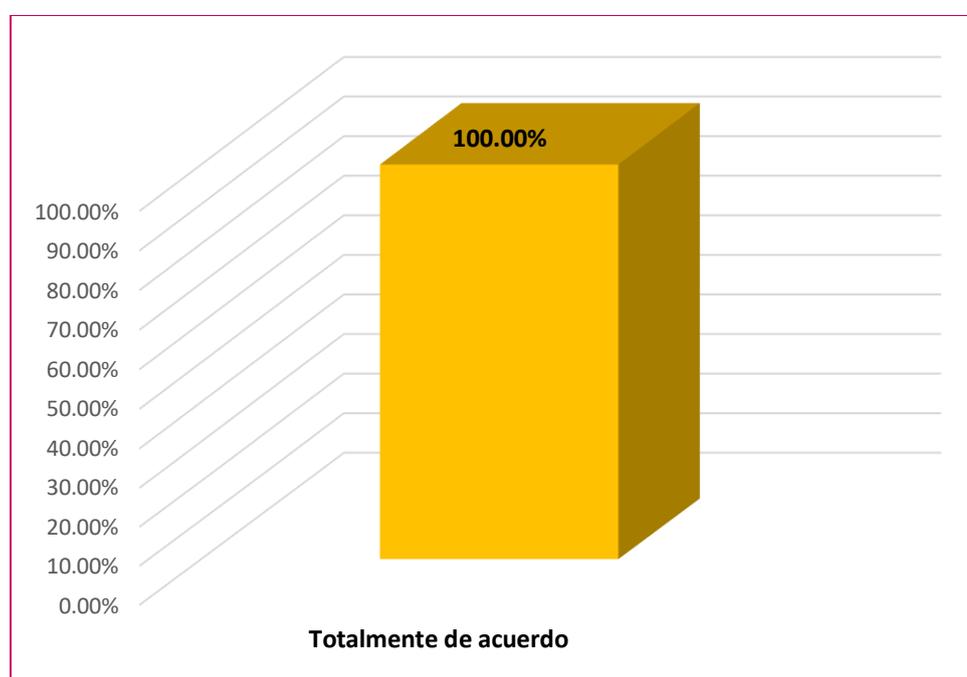
Interpretación

El 100.0% de las bodegas encuestadas está totalmente en desacuerdo en contar con el sistema de seguridad y salud ocupacional.

Tabla 37.

*Persona natural*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 33. Persona natural*

Interpretación

El 100.0% de las bodegas está totalmente de acuerdo en encontrarse formalizadas como persona natural.

Tabla 38.

*Persona jurídica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	20	100.0%	100.0%	100.0%



*Figura 34. Persona jurídica.*

Interpretación

El 100.0% de las bodegas está totalmente en desacuerdo en estar formalizadas como persona jurídica.

## **4.2 Análisis de resultados**

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

De acuerdo a las respuestas registradas en esta investigación el 70% de los representantes tienen más de 40 años de edad, lo que demuestra que las personas de este negocio son personas maduras que ya se encuentran posicionadas en este tipo de negocios. Meza (2018), registra un resultado parecido al mencionar que los empresarios de su investigación el 50% tienen entre 30 a 44 años de edad.

El 55.0% de los representantes se encuentran casados, tal como se había visto en la pregunta anterior que todos tenían más de 40 años, esta segunda pregunta complementa la primera al determinar que dichas personas se encuentran casadas y aunque cuentan con una obligación familiar, también pueden ocuparse del negocio. Un resultado parecido reporta Castillón (2016), quien reporta que el 66.7% de los empresarios son casados. A diferencia de García (2016), que reporta en su investigación que el 55.6% de los empresarios son convivientes.

El 55.0% de los empresarios es de género masculino, aunque en otros negocios que implican más esfuerzo se ha visto a los hombres con primacía, en este caso también se ha verificado que es así. Una respuesta adversa es la que registra Meza (2018), quien sostiene que en su investigación el 80% son mujeres. Rodríguez (2017), también reporta que el 60% de los empresarios son de género femenino.

El 65.0% de los representantes tienen grado de instrucción secundaria, ello demuestra que tal vez una de las opciones que tenían para generarse un puesto de trabajo fue la implementación de una bodega, por ello que existe gran incidencia en la cantidad de varones en este negocio. Un resultado totalmente parecido es el que registra Meza

(2018), quien reporta que el 70% de los empresarios solo tienen nivel de educación secundaria.

El 100% es dueño de la empresa, teniendo en cuenta que en este tipo de negocio no se requiere mucho personal, es obvio que este tipo de negocios es representado por el mismo dueño, además que es un tipo de negocio que mueve pocas cantidades de ventas.

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

De acuerdo a los resultados registrados en la investigación se tiene que el 70.0% de las empresas tienen entre 6 a 10 años en el mercado. Ello demuestra que son bodegas consolidadas y que no son improvisadas en su mayoría, sino que han tenido sostenibilidad a través del tiempo. Resultado parecido registra Meza (2018), en su investigación reporta que el 50% tienen más de 6 años en el mercado.

Sobre la cantidad de trabajadores que tienen estas bodegas, el 100% de ellas tienen entre 1 a 5 trabajadores, ello se debe a que son negocios relativamente pequeños y los espacios donde realizan sus actividades también lo son, razón por la cual en estos negocios atienden entre 1 y 2 personas. Arenas (2015), también registra en su investigación que la cantidad de trabajadores de las empresas que investigó cuentan entre una a cinco trabajadores. Resultado parecido registra Meza (2018), y reporta que en su investigación encontró que las empresas tienen entre 1 a 4 trabajadores. Rodríguez (2017), también reporta que la cantidad de trabajadores de las bodegas de su estudio oscilan entre 1 a 3 trabajadores.

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

Los representantes de las bodegas perciben que en cuanto a la gestión de calidad perciben que sus negocios están en un nivel medio y es por ello que el 65% lo califica así. Es

necesario mencionar que ellos califican así por el servicio que brindan más no por los productos que venden, porque siendo una empresa comercializadora, todos venden los mismos productos.

### **Dimensión planificación**

El 45.0% de las empresas se encuentra de acuerdo en que cumplen con plantear los objetivos de calidad, estos objetivos están relacionados al servicio que brinda. Al contrario de lo reportado por Salazar (2017), quien registra que el 88% de las empresas no muestra ningún indicio de involucrarse en planificar para satisfacer las necesidades del cliente.

El 65.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa identifica los posibles clientes en el proceso de planificación, esto se refiere a que las empresas conocen a sus clientes, es decir los clientes que compran son frecuentes. Al respecto Borja y Jijón (2014), registra un resultado contrario al manifestar que no realiza esta actividad de identificar a sus clientes en su negocio razón por la cual no cuenta con un sistema de atención adecuado a sus clientes. Rodríguez (2017), manifiesta en su investigación que el 70% de las empresas conocen a sus clientes.

Siguiendo esa misma línea, el 100.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa identifica las necesidades de los clientes en el proceso de planificación. Precisamente en este primer paso que es la planificación de la calidad uno de los aspectos importantes es la definición de las necesidades de los clientes, ello permite que el comerciante tenga los productos que el cliente requiere para que tenga mayor rotación. Al respecto Hernández y Ulibarri (2015), manifiesta en su investigación que este tipo de negocios tienen la ventaja de tener un acercamiento más cordial con sus clientes, donde

ellos se sientan como privilegiados por la atención que reciben y de acuerdo a ello identificar sus necesidades. Al contrario de Rodríguez (2017), quien reporta que el 70% de las empresas afirma que algunas veces el personal se identifica con las necesidades de los clientes.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes en el proceso de planificación, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, la empresa solo se abastece de productos que el cliente requiere, no solo del producto sino también de la marca que solicita. Al respecto Borja y Jijón (2014), coinciden con este resultado al registrar que “Almacenes La Rebaja” cuenta con productos de calidad y variedad, a precios accesibles y sus tiendas se encuentran en lugares accesibles. Rodríguez (2017), reporta en su investigación que el 100% de las empresas tienen una gestión con enfoque al cliente.

El 75.0% de las MYPE está de acuerdo con que la empresa establece controles en los procesos la planificación de la empresa, este aspecto lo realiza la empresa por la experiencia o por el análisis que ha realizado y que en el tiempo se ha repetido varias veces, es por ello que sabe en qué momento se presentan fallas en el proceso del servicio, también se puede referir en qué momento se requiere reabastecer y hacer el requerimiento a su proveedor para no quedar desabastecido.

### **Dimensión control de calidad**

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa evalúa el comportamiento de la calidad real en el proceso de control de la calidad. Esta actividad lo realiza con la intención de que se está cumpliendo con lo establecido en el proceso de planificación y no haya distorsiones. Borja y Jijón (2014), registra un resultado contrario al registrar que

la empresa muestra poca preocupación por esmerarse en dar una atención adecuada a sus clientes.

El 40.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa hace la comparación del comportamiento real de la calidad con los objetivos de la calidad, esta actividad es parte del proceso de control para poder identificar distorsiones e inmediatamente registrarlos y modificarlos de acuerdo a lo planificado. De acuerdo a Juran (1992), la empresa debe monitorear los cambios que se producen en el proceso y las distorsiones que se presentan para poder modificar inmediatamente, estas distorsiones debe clasificarlas como salvables o insalvables. En el primer caso las modificaciones se realizan inmediatamente y en el segundo casos se requiere revisar los objetivos planteados en la fase de planificación. Rodríguez (2017), reporta que el 70% de las bodegas de su investigación cumple a veces los objetivos de calidad.

El 50.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa realiza acciones para erradicar las diferencias entre la calidad real y los objetivos, tal como se había descrito anteriormente la empresa modifica o alinea los errores identificados con lo establecido en la planificación. Teniendo en cuenta siempre tal como lo manifiesta Juran (1992), si el error es salvable se modifica inmediatamente el error de lo contrario es necesario revisar los objetivos de la planificación. Sin embargo, es necesario mencionar que este proceso es constante y no se debe esperar al último del proceso, sino que se debe tener en cuenta lo que afirma Deming (citado por mora, 2003), que el proceso de mejora continua es contante y las verificaciones se deben hacer a lo largo del proceso.

### **Dimensión mejora de la calidad**

El 40.0% de las MYPE está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para asegurar la mejora de la calidad, esta respuesta está referida a que los espacios con que cuentan las bodegas son reducidas aspecto por la cual califican de esa manera, por lo general cuando hay cantidad de clientes, se aglomeran por el reducido espacio. Hernández y Ulibarri (2015), también coincide con esta respuesta y manifiesta en su investigación que las tiendas de abarrotes por lo general realizan actividades en espacios reducidos, inapropiados e improvisados, aspectos que no ayudan en la mejora de la calidad del servicio. Al contrario de lo que registra Meza (2018), quien reporta que las empresas de su estudio cuenta con instalaciones adecuadas para su negocio y para brindar una adecuada atención al cliente.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa adecua el servicio a las necesidades específicas del cliente para la mejora de la calidad, esta actividad lo hacen con ciertas limitaciones por el espacio que cuenta para el despacho, pero estas bodegas si tienen los productos que los clientes requieren porque conocen las necesidades específicas de sus clientes. Al respecto Hernández y Ulibarri (2015), manifiesta en su investigación que este tipo de negocios tienen la ventaja de tener un acercamiento más cordial con sus clientes, donde ellos se sientan como privilegiados por la atención que reciben y de acuerdo a ello poder identificar sus necesidades y adecuar su servicio.

El 50.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa asigna un equipo especializado para concretar la mejora del servicio, esta respuesta es una respuesta ambigua porque teniendo un personal limitado para realizar esta actividad, porque como se había visto en la cantidad de trabajadores líneas arriba, para realizar esta actividad la

realizan ellos mismos o la persona quien le apoya en la actividad. Al respecto Castellón (2016), registra que el 64.3% de las empresas mide la satisfacción del cliente para tomar medidas de mejora en pro de la satisfacción del cliente.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa proporciona recursos necesarios para la mejora de la calidad del servicio, esto se refiere a que dentro de lo posible en el aspecto de la calidad los empresarios se preocupan de que sea lo mejor y en el aspecto de abastecimiento de mercadería y tener los productos que los clientes requieren si se esmeran por tener todo lo que necesitan los clientes para que estos no se vayan a la competencia. Resultado parecido registra Meza (2018), al registrar que las empresas de su estudio cuentan con todos los productos que requiere el cliente.

El 100.0% de las MYPE está de acuerdo en que la empresa motiva a los empleados a realizar las acciones de mejora del servicio. Teniendo en cuenta la limitación de los trabajadores, el dueño tiene contacto cercano a ellos para transmitirles inmediatamente las indicaciones referidas a la mejora de la calidad.

El 100.0% de las MYPE está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos en la mejora de la calidad. Esta respuesta se refiere a la transmisión de conocimientos a los empleados para dar un mejor servicio, solo se refiere a indicaciones que el jefe realiza a su o sus empleados, es decir la capacitación (si se pudiera llamar así) es interna. Al contrario de lo que registra Meza (2018), en su investigación donde reporta que el 80% de los negocios no capacita a su personal.

## **Sobre las características de la formalización de las MYPE**

El 100.0% de las MYPE considera que la formalización de las empresas de este estudio es de nivel alto. Esta respuesta está supeditada a la coherencia que existe entre la empresa y los tipos de formalización a la cual se ha acogido. De acuerdo a l nivel se puede afirmar que las bodegas cumplen con las diferentes dimensiones de la formalización. A diferencia de Arenas (2015), que registra en su investigación que ninguno de los negocios cumplen con ninguno de los requisitos que evidencien que son formales. Sin embargo Rodríguez (2017), reporta un resultado parecido al reportar que el 70% de las empresas se encuentran formalizadas.

El 100.0% de las bodegas del mercado Valle Sagrado se encuentran formalizadas tributariamente y se encuentran en el régimen único simplificado, ello se debe a que las bodegas se encuentran en un régimen que les permite pagar sus impuestos sin ningún problema y de acuerdo a una cantidad de ventas establecidas de acuerdo a la categoría de este tipo de régimen. Otra de las razones por las que la empresa se encuentra aquí es porque sus clientes le piden boletas en su mayoría y otros no lo hacen o las compras son por un valor inferior a cinco soles, aspecto que les permite emitir una boleta.

En cuanto a la licencia de funcionamiento y el certificado de defensa civil las bodegas cumplen con este requisito y es por ello que su respuesta es al 100% totalmente de acuerdo. Ello se debe que la misma administración del mercado les exige este requisito, en algunos casos funcionan con la misma licencia que tiene el mercado y los puestos solo se adecuan a los requisitos que exige el mismo mercado como contar con un extintor, una alarman de incendios, etc.

El 85.0% de los trabajadores está en desacuerdo en que cuentan con el carnet de sanidad, ello es porque en este tipo de negocio no es indispensable este documento porque no es un negocio de expendio de alimentos que ellos mismos prepara por lo tanto no es indispensable.

Como se puede apreciar en las preguntas relacionadas al tipo de contrato que cuentan los trabajadores, ellos no se encuentran ni en el régimen de locación de servicios ni cuentan con un contrato fijo, ello se debe a que por lo general estos negocios y tal como se identificó en las respuestas relacionadas, están administradas por sus propios dueños y sus ayudantes o asistentes no requieren de este contrato porque son temporales y no quieren que se les realice descuentos en su boleta de pago. Resultado parecido registra Meza (2018), quien reporta que el 90% de las empresas no tienen a sus trabajadores en planilla.

Sobre la seguridad y salud ocupacional, el 100% se encuentra en desacuerdo porque para ellos es un término nuevo desconocido para ellos, cuando se les preguntó asociaron la pregunta a defensa civil, aspecto que si cumplen y también la misma administración del mercado lo exige.

En cuanto al tipo de persona empresarial, el 100% respondió que son personas naturales con empresa, ello se debe a que son negocios pequeños administrados por una sola persona donde se ajustan al pago de impuestos y otros permisos pero como persona natural y no es exigencia que sean persona jurídica por el nivel de venta que tienen y por las necesidades propias del empresario.

## **V. CONCLUSIONES**

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

La mayoría de los representantes de las MYPE tienen más de 40 años de edad, son casados, son de género masculino y tienen educación secundaria.

La totalidad de los representantes son dueños de la empresa.

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

De mayoría de las empresas tienen entre 6 a 10 años en el mercado y la totalidad de las empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores.

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

La mayoría de las empresas percibe que el nivel de gestión de calidad es medio, fija objetivos de calidad, identifica los posibles clientes para su bodega y establece controles en la fase de planificación.

La totalidad de las bodegas está de acuerdo en que la empresa identifica las necesidades de los clientes, elabora los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes y evalúa el comportamiento de la calidad real en el proceso de control de la calidad.

La mayoría de las bodegas está de acuerdo en que la empresa hace la comparación del comportamiento real de la calidad con los objetivos de la calidad, realiza acciones para erradicar las diferencias entre la calidad real y los objetivos en el proceso de control de la calidad y adecua el servicio a las necesidades específicas del cliente para la mejora de la calidad.

La mayoría de las empresas está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa cuenta con una infraestructura adecuada para asegurar la mejora de la calidad y asigna un equipo especializado para concretar la mejora del servicio.

La totalidad de las empresas está de acuerdo en que la empresa proporciona recursos necesarios para la mejora de la calidad del servicio, motiva a los empleados a realizar las acciones de mejora del servicio y está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa capacita a los empleados para obtener resultados óptimos en la mejora de la calidad.

### **Sobre las características de la formalización de las MYPE**

La totalidad de las empresas considera que la formalización de las empresas de este estudio es de nivel alto, se encuentra formalizada tributariamente en el régimen único simplificado, cuenta con licencia de funcionamiento y certificado de defensa civil.

La mayoría de los trabajadores no cuenta con carné de sanidad.

La totalidad de las empresas no tienen a sus trabajadores en ningún tipo de régimen laboral, no cuentan con un sistema de seguridad y salud ocupacional.

La totalidad de las empresas son personas naturales con negocio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arbaiza, L. (2011). *Economía informal y capital humano en el Perú*. Segunda edición. Lima: Universidad ESAN. Pág. 157
- 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>
- Aldana de Vega, L. A., Álvarez Builes, M. P., Bernal, C., Díaz, M., González, C., Galindo, O., & Villegas, A. (2010). *Administración por calidad*. Colombia: Alfaomega colombiana: Universidad de la Sabana.
- Arenas, C. (2015). Determinantes de la informalidad en Colombia: 2001 – 2014. Tesis de pregrado (En línea). Escuela colombiana de ingeniería Julio Garavito. Bogotá. Colombia.
- Borja Doudebés, S. (2014). *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*. Tesis de pregrado (En línea): Universidad Internacional del Ecuador. Recuperada de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>
- BSI (s.f.). Gestión de la calidad ISO 9001. Recuperada de <https://www.bsigroup.com/es-ES/Gestion-de-Calidad-ISO-9001/>
- Carbajal Amador, M. y Vargas Cruz, M. (2006). *Tiendas de abarrotes virtual*. Tesis de pregrado (En línea). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México. Recuperada de

<https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icbi/licenciatura/documentos/Tienda%20de%20abarrotes%20virtual.pdf>

Carro Paz, R. y González Gómez, D. (s.f.). *Administración de la calidad total*. Universidad Nacional de Mar de Plata. Argentina. Recuperada de [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)

Castillón Gutiérrez, E. (2016). *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas, de la avenida Próceres de la Independencia, cuadra 10 a la 27, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*. Tesis de pregrado (En línea). Lima, Perú. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044807>

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)

Fariña Gómez, B. y González. Y. (1998). *Gestión estratégica de la calidad*. Recuperada de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/116409.pdf>

García, D. (2016). *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas, de la avenida ruiseñores cuadra 5 A la 9, del distrito de Santa Anita, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*. Tesis de pregrado (En línea). Lima, Perú. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044805>

Gob.pe. (s.f.). Regímenes tributarios. *Comercio, negocios y emprendimiento*. Recuperada de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>

Gonzales Merino, F. (s.f.). La gestión de la calidad y la trilogía de Jurán. Universidad de Oriente.

González Caya, C.; Domingo Navas, R. y Sebastián Pérez, M. (2013). *Técnicas de mejora de la calidad*. 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). *Calidad en el servicio y competitividad en tiendas de abarrotes*. Tesis de Maestría (En línea). Instituto Tecnológico de Mérida. Venezuela. Recuperada de <file:///C:/Users/HALION/Downloads/59-146-1-SM.pdf>

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

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

Juran J, M. (1992). Juran y la calidad por el diseño. Ediciones Díaz de Santos, S.A. España. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8479782153>

- 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>
- Mendiburu, F. (s.f.). *Curso de estadística*. Universidad Nacional La Molina. Recuperado de <https://tarwi.lamolina.edu.pe/~fmendiburu/index-filer/academic/Estadistica/parte1.pdf>
- Meza (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017*. Tesis de pregrado (En línea). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Satipo, Perú. Recuperada de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4053>
- Ministerio de la Producción (2018). Estadística MYPYME. Estudios económicos. Recuperada de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Miranda González, F.; Chamorro Mera, A. y Rubio Lacoba, S. (2007). *Introducción a la gestión de calidad*. Madrid, España. Delta Publicaciones. Disponible en <https://books.google.com.pe/books?isbn=8496477649>
- Perú Retail (2014, Marzo, 07). La importancia de la bodega de barrio. *Retail*. Recuperada de <https://www.peru-retail.com/la-importancia-de-la-bodega-de-barrio/>
- Publimetro (2018, agosto, 13). Cómo está la situación de las bodegas en el Perú. *Economía*. Recuperada de <https://publimetro.pe/actualidad/noticia-como-esta-situacion-bodegas-peru-77596>

- Quito Rojas, D. (2015). *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*. Tesis de pregrado (En línea). Huaraz, Perú. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038641>
- Rodríguez Cabanillas, R. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la urbanización Los Granados del distrito de Trujillo, año 2016*. Tesis de pregrado (En línea). Trujillo, Perú.
- Rodríguez Olivera, N. y López Rodríguez, C. (s.f.). El comercio. Recuperada de <http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm>
- Romero, D. (2014). Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos Agrícolas en grandes supermercados de la ciudad de Quito. Tesis de pregrado. Recuperado de: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5951/1/Diana%20Magali%20Romero%20Santin.pdf>
- Soto, H. (1986). El otro sendero. Editorial El Barranco. Lima, Perú
- 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. (2017). *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.* Tesis de pregrado (En línea). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ancash, Perú. Recuperada de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/840>

Silupú, B. (2012, 27 septiembre). Formalización, tarea de todo empresario. Perú 21. Recuperado de: <http://blogs.peru21.pe/tumismoeres/2012/09/formalizacion-tarea-de-todo-em.html>

SUNAT (s.f.). ¿Qué es la SUNAT? Recuperada de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/index.html> Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperada de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045560>

Udaondo Duran, M. (1992). Gestión de calidad. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos S.A. Disponible en <https://books.google.com.pe/books?isbn=8479780134>

ULADECH (2016). *Código de ética para la investigación*. Versión 001. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2016/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 1. Directorio de las MYPE en Investigación.

	NOMBRE DEL NEGOCIO	REPRESENTANTE	N- PUESTO	EMITEN	RUC:
1	"COMERCIAL AHORRO"	MUJER	65	BOLETAS	
2	"COMERCIAL YHAGAYRA"	SOTO JAVIER GUADALUPE	71	BOLETAS	10484074076
3	"COMERCIAL THEYSI DEL MAR"	HOMBRE	75	BOLETAS	
4	"COMERCIAL R&Y"	HOMBRE	76	BOLETAS	
5	"COMERCIAL OCHOA"	OCHOA PALOMINO TEODORO	83	BOLETAS	10073130668
6	"COMERCIAL KARINA"	MUJER	132	BOLETAS	
7	"COMERCIAL LUZ"	MUJER	133	BOLETAS	
8	"COMERCIAL NICO"	MUJER	136	BOLETAS	
9	"COMERCIAL LUIS ANGEL"	HOMBRE	160	BOLETAS	
10	"COMERCIAL EL CHINCHANO"	HOMBRE	161	BOLETAS	
11	"COMERCIAL MATHIAS LEON"	HOMBRE	162	BOLETAS	
12	"COMERCIAL AGUA VIVA"	HOMBRE	163	BOLETAS	
13	EBENEZER M&R INVERSIONES	JAVITA MINAYA ROBLES	204	BOLETA	
14	"COMERCIAL BGJ"	VICTOR GOMEZ BENANCIO	205	BOLETAS	10108673082
15	"COMERCIAL VILLA"	CARLOS VILLA CERENO	206	BOLETAS	
16	"COMERCIAL LIZ MINAYA"	MUJER	207	BOLETAS	
17	"COMERCIAL NANCY"	HOMBRE	208	BOLETAS	
18	"COMERCIAL VICTORIA"	HOMBRE	249	BOLETAS	
19	"COMERCIAL ARIANA"	MUJER	270	BOLETAS	
20	"COMERCIAL INVERSIONES ALISSON"	ALISSON RETES JULCA	A-2	BOLETAS	

Fuente: Administración del Mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.

## Anexo 2. Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

#### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “La gestión de la calidad y la formalización de las MYPE del sector comercio - rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 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
	TDA	Totalmente de acuerdo	1
	DA	De acuerdo	2
	NDANED	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
	ED	En desacuerdo	4
	TED	Totalmente en desacuerdo	5

### Características del empresario

1	Edad del empresario	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 empresa	Dueño		Administrador

### 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

### Características de la gestión de calidad

	Gestión de la calidad	TDA	DA	NDANED	ED	TED
8	La empresa fija los objetivos de la calidad.					
9	La empresa identifica a los clientes que atenderá en el mercado.					
10	La empresa identifica las necesidades de los clientes.					
11	La empresa elabora el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente					
12	La empresa establece los controles en los procesos del servicio					
13	La empresa evalúa el comportamiento de la calidad real					
14	La empresa compara el comportamiento real del servicio con los objetivos de calidad					
15	La empresa realiza acciones para erradicar las diferencias entre lo real y los objetivos					
16	La empresa cuenta con una infraestructura para asegurar la mejora de la calidad.					
17	La empresa identifica las necesidades específicas del cliente para mejorar.					
18	La empresa asigna un equipo especializado para concretar la mejora del servicio.					
19	La empresa proporciona los recursos necesarios para la mejora del servicio.					

20	La empresa motiva a los empleados a realizar las acciones de mejora del servicio.					
21	La empresa capacita al personal para obtener resultados óptimos en la mejora.					

### Características de la formalización

N°	Formalización	TDA	DA	NDANED	ED	TED
22	La bodega se encuentra en el Régimen Único Simplificado					
23	La bodega se encuentra en el Régimen Especial de Renta					
24	La bodega se encuentra en el Régimen General de Renta					
25	La bodega cuenta con licencia de funcionamiento					
26	La bodega cuenta con certificado de defensa civil					
27	Los trabajadores cuentan con carné de sanidad					
28	Los trabajadores están contratados bajo el régimen de locación de servicios					
29	Los trabajadores están contratados bajo el régimen de contrato fijo					
30	La bodega cuenta con el sistema de seguridad y salud ocupacional					
31	La bodega esta formalizada como persona natural					
32	La bodega esta formalizada como persona jurídica					

Lima, abril de 2019

GRACIAS POR SU ATENCION