

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE EN  
LAS MYPE RUBRO BODEGAS, ASENTAMIENTO  
HUMANO ALMIRANTE MIGUEL GRAU, PIURA 2019**

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

**AUTORA:**

**ESCOBAR RAMOS, ASTRID PAOLA**

**ORCID: 0000-0002-1851-9818**

**ASESORA:**

**PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Escobar Ramos, Astrid Paola

ORCID: 0000-0002-1851-9818

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Piura, Perú

### **ASESOR**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Piura, Perú

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

## **HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

**Presidente**

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

**Miembro**

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

**Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestro padre Dios por cuidarme y protegerme siempre dándome las fuerzas necesarias para conseguir mis metas.

A mis padres Walter y Paola por brindarme su apoyo incondicional para superar los obstáculos que se me presentan a diario.

A mi maestra por transmitir sus conocimientos y habilidades para realizar una buena investigación y a las MYPE por brindarme la información necesaria.

## **DEDICATORIA**

A mi madre Paola, pues ella es el motor que me lleva a seguir adelante, a levantarme cada vez que me caigo a enfrentar todos los obstáculos y miedos para conseguir con éxito mis metas trazadas.

## **RESUMEN**

La actual investigación tiene como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019. Empleando la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 5 MYPE del rubro bodegas, a quienes se le aplicó un cuestionario de 28 preguntas relacionadas a las variables de la investigación. Obteniendo los siguientes resultados: el 40% de los propietarios de las MYPE tienen entre 25 a 46 y más de 50 años, el 40% son casados, 80% de género femenino, 40% tienen grado de instrucción primarios y secundarios, 80% de las MYPE rubro bodegas tienen más de 10 años en el mercado y el 60% cuentan con 1 a 2 trabajadores. Sobre la gestión de calidad el 100% de las MYPE están pendientes de las ineficiencias que existen en el local para corregirlas de manera rápida y adecuada, asimismo el 100% de las MYPE están abastecidas con nuevos productos o reponiendo los que están por agotarse. Con respecto a servicio al cliente el 82.03% de las MYPE aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus cliente y a la vez el 100% cuenta con un ambiente atractivo a la vista del cliente.

**Palabras clave:** Gestión de calidad, Servicio al cliente, MYPE.

## **ABSTRACT**

The current research has as general objective to identify the characteristics of quality management and customer service in the MYPE category wineries, human settlement Almirante Miguel Grau, Piura 2019. Using the methodology quantitative type, descriptive level, non-experimental design and cross-section, a sample population of 5 MYPE from the winery category was used to collect the information, to whom a questionnaire of 28 questions related to the research variables was applied. Obtaining the following results: 40 per cent of MYPE owners are between 25 and 46 and over 50 years of age, 40 per cent are married, 80 per cent are female, 40 per cent have primary and secondary education, 80% of the MYPE category wineries have more than 10 years on the market and 60% have 1 to 2 workers. With regard to quality management, 100% of the MYPE are aware of the inefficiencies that exist in the premises to correct them quickly and adequately, 100% of the MYPE are also supplied with new products or replenishing those that are about to run out. With respect to customer service 82.03% of the MYPE accept the suggestions of improvement from their clients and at the same time 100% has an attractive atmosphere in sight of the customer.

**Keywords:** Quality management, Customer service, MYPE.

## CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiv
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	11
2.1 Antecedentes.....	11
2.1.1 Variable Gestión de calidad .....	11
2.1.2 Variable Servicio al cliente .....	17
2.2 Bases Teóricas .....	25
2.2.1 Gestión de calidad .....	25
2.2.2 Servicio al cliente .....	34
III. HIPÓTESIS.....	41
IV. METODOLOGÍA .....	42
4.1. Diseño de la investigación.....	42
4.2. Población y muestra .....	42
4.3. Definición y Operacionalización de variables .....	46
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	48
4.5. Plan de análisis.....	48
4.6. Matriz de consistencia.....	49
4.7. Principios éticos.....	50
V. RESULTADOS .....	51
5.1 Resultados.....	51
5.2 Análisis de resultados.....	82
VI. CONCLUSIONES .....	98

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	100
ANEXOS .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención? .</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 2: ¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 3: ¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 4: ¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes? .....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 5: ¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega? .....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 6: ¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 7: ¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 8: ¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 9: ¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?..</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 10: ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 11: ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe? .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 12: ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento? .....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 13: ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes? .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 14: ¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 15: ¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas? .</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 16: ¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos? .....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 17: ¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece? ...</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 18: ¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 19: ¿Recibe de manera oportuna la información de los productos que compra en las bodegas? .....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 20: ¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega? .....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 21: ¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes? .....</i>	<i>74</i>

<i>Tabla 22: ¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 23: ¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias? .....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 24: ¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible? .....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 25: ¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 26: ¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando? .....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 27: ¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente? .....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 28: ¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos? .....</i>	<i>81</i>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención?</i>	52
<i>Figura 2: ¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?</i>	53
<i>Figura 3: ¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?</i>	54
<i>Figura 4: ¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?</i>	55
<i>Figura 5: ¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?</i>	56
<i>Figura 6: ¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?</i>	57
<i>Figura 7: ¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?</i>	58
<i>Figura 8: ¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?</i>	59
<i>Figura 9: ¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?</i>	60
<i>Figura 10: ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?</i>	62
<i>Figura 11: ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe?</i>	63
<i>Figura 12: ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?</i>	64
<i>Figura 13: ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?</i>	65
<i>Figura 14: ¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?</i>	66
<i>Figura 15: ¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?</i>	67
<i>Figura 16: ¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?</i>	68
<i>Figura 17: ¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?..</i>	69
<i>Figura 18: ¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?</i>	70
<i>Figura 19: ¿Recibe de manera oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?</i>	71
<i>Figura 20: ¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?</i>	73
<i>Figura 21: ¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?</i>	74

<i>Figura 22: ¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?.....</i>	<i>75</i>
<i>Figura 23: ¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias? ...</i>	<i>76</i>
<i>Figura 24: ¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible? .....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 25: ¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?.....</i>	<i>78</i>
<i>Figura 26: ¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando? .....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 27: ¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente? .....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 28: ¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos? .....</i>	<i>81</i>

## ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1: Relación de MYPEs.</i> .....	43
<i>Cuadro 2: Características demográficas de los propietarios.</i> .....	51
<i>Cuadro 3: Características demográficas de los trabajadores</i> .....	61
<i>Cuadro 4: Características demográficas de los clientes.</i> .....	72

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019”, proviene de la línea de investigación denominada: Gestión de calidad y las nuevas tecnologías en las MYPE, línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración de la Uladech.

Palacios (2018), sostiene que las (MYPE) son entidades económicas que desarrollan actividades de fabricación, comercialización de productos, asistencia en servicios, y modificación, se encuentran aproximadamente 6 millones en el país, el 93.9 % microempresas (1 a 10 colaboradores) y 0.2 % pequeñas empresas de (1 a 100 colaboradores), el otro, 5.9 % son medianas y grandes empresas. Las micro y pequeñas empresas principalmente aparecen por carencia, desocupación, nivel económico bajo, obstáculos administrativos, limitación a préstamos, etc.

Se puede destacar que en el año 2017, según el diario Perú 21 (2018) se calculaba que el país tenía 1.7 millones de Medianas y Pequeñas empresas. Pero, casi el 50 % tiene riesgo de no continuar con sus actividades en los tres primeros años de creadas, según lo muestra el estudio de la consultora de marketing digital Kolau. Su representante, Danny Mola, da a conocer a Perú 21 que el poco tiempo con el que cuentan las MYPE es por la falta de clientes, debido a la poca aclimatación en el entorno tecnológico.

Tello (2014), menciona que las MYPE son la unidad económica que ayudan a que el país se desarrolle, además permiten que la estabilidad económica se mantenga para la población, gracias a la capacidad de producir servicios y/o bienes que generan el aumento de trabajo para los pobladores y a la vez del PBI. En el país la relevancia

de las medianas y pequeñas empresas y el crecimiento en los últimos años influyen en las nuevas políticas para crear leyes y normas que beneficien y faciliten el impulso de estas organizaciones, representadas por diferentes organismos.

La página Comex Perú (2018), indica que en los últimos datos de la (ENAHO), “Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza”, existen 6.19 millones de MYPE en el país, el 88% no se encuentran registradas en la (SUNARP). Puesto que las micro y pequeñas empresas son las que generan un 70% de trabajo en cuanto a la población con empleo, teniendo una importancia indiscutible en la economía nacional. Pero el gran problema que existe es que aun no se puede combatir la informalidad que les afecta.

Además indica que según el Banco Mundial, la informalidad de las empresas a nivel nacional estaba basada en la carencia o el rechazo de 3 elementos: el pago de impuestos, el registro de trabajadores en planilla y las licencias de funcionamiento o permisos. Para ello es de vital importancia para afrontar tales problemas el rol de entidades como los municipios, las SUNAT, el Ministerio de Trabajo y Defensa Civil. (Comex Perú, 2018)

La investigación muestra dos entornos de los cuales el primero se refiere al: nivel del microambiente lo cual la página web Vanguardia Financiera (2017), indica que todo lo vinculado con las Medianas y Pequeñas empresas tiene una amplia trascendencia en la prosperidad y crecimiento del país. La justificación es simple: este modelo de comercio significa un 98 % en toda la masa de empresas en el país. De estas obedece, por tanto, composturas fundamentales como generar trabajo, reducción de la escasez o el incremento del PBI. No obstante, pese a la enorme trascendencia de esta sección empresarial, y de la disposición que han comprobado

para originar trabajo, las MYPE se hallan con una difícil situación para su crecimiento.

De esta manera las MYPE del rubro bodegas bajo estudio están buscando perfeccionar las actividades administrativas propiamente del comercio, buscando y seleccionando los proveedores que puedan abastecer el local de diferentes productos a un bajo costo para que se pueda ofrecer a los clientes con precios accesibles y obtener un margen de ganancia alto.

Además, las bodegas implementan registros de los gastos cada mes que ayuda en el funcionamiento en donde se indica el pago de luz, agua, teléfono, pago del personal y las compras diarias; por otro lado las bodegas se encuentran en las propias viviendas utilizando estantes de fierro donde exhiben los productos disponibles al público, además los productos frágiles lo muestran en vitrinas, atienden a través de sus ventanas las cuales tienen una sobre ventana de fierro, en lo que respecta al personal, mayormente solo una persona se encarga de realizar actividades de venta, despacho, verificación de los productos que tienen poco stock a la vez que repone cada uno de ellos, sin embargo, existen bodegas que cuentan dos y tres trabajadores que se distribuyen las diferentes tareas.

A nivel de ambiente externo o macro ambiente, se encuentra el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros Públicos (SUNARP), Ministerio de Industria, Turismo, Ministerio de la Producción (PRODUCE). Estas instituciones emiten normas y regulaciones dirigidas al sector.

Por lo tanto, Castillo (2016), menciona que la Ley N° 30056 modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial tiene como propósito erradicar los problemas, a través de la aplicación de un conjunto de acciones encaminadas a reducir costos en los procedimientos administrativos, simplificar trámites, acceder al financiamiento, la investigación, la innovación, los servicios tecnológicos, nuevos mercados y a crear un régimen laboral especial que sea accesible para las MYPE.

La ley N° 30056 hace mención que para que las MYPE sean consideradas como tal, ya no serán medidas por el número de trabajadores, por el contrario tomara en cuenta el total de ingresos anuales que perciban, el cual no debe superar las 150 UIT lo que ha ayudado a fomentar y concentrarse en el factor trabajo más que en el factor capital ofreciendo mejores condiciones de trabajo, ya que dentro de la presente ley se hace referencia al régimen laboral especial el cual comprende remuneración, horario de trabajo, jornada de trabajo de ocho horas, trabajo de sobretiempo, descanso remunerados y protección ante el despido arbitrario, además, los colaboradores pueden gozar de un seguro integral de salud y acogerse a un sistema de pensiones cumpliendo con los requisitos necesarios y parámetros establecidos. (Castillo, 2016)

Asimismo el diario El Comercio (2019), indica que el Perú tiene una tributación fragmentada, que da lugar a esquivar y arbitrar. De esta manera se conoce que de los cuatro regímenes que existen tres están dirigidos a las medianas y pequeñas empresas. El Nuevo Régimen Único Simplificado incorpora a los comercios con ganancias netas de S/. 96 mil al año. Donde los tributadores efectúan una retribución fija a la Sunat de S/. 20 o S/. 50, según las ganancias, y no necesita

de un libro contable. Además en el NRUS no se emiten facturas, y no forman parte de una cadena productiva.

El Régimen Especial de impuesto a la Renta incorpora a los comercios con ganancias fijas al año de S/. 525 mil y tienen diez colaboradores por turno en lo máximo. Los negocios que pertenecen a este régimen poseen la responsabilidad de portar libros contables de sus ventas y compras. De esta manera, la deducción de sus Impuesto a la Renta (IR) se rige en las ganancias netas. Estas empresas emiten facturas y se incorporan a una cadena productiva.

Además desde el año 2017, se conoció el régimen MYPE Tributario (RMT), que abarca las empresas con ganancias desde 1.700 UIT al año (S/. 7,1 millones en el 2019). El Impuesto a la Renta se obtiene a raíz de las ganancias fijas, debiendo encaminar una contabilidad precisa. Los tributadores deben portar un libro diario, libro mayor, libro de inventarios y balances junto a los registros de ventas y compras de acuerdo a las ganancias.

Respecto al factor social el 96.2% de las MYPE en su mayoría nacen y se desarrollan en zonas urbanas, específicamente en asentamientos humanos lo que ha influenciado en volverlas más sostenibles e inclusivas, para hacer frente a la situación de pobreza que existe. De la misma manera, el 52.1% de las MYPE están bajo el liderazgo femenino, aceptándose así la igualdad de género y la oportunidad de emprender para generar solvencia económica e independencia. (Días, 2019)

Respecto al factor económico las MYPE aportan el 24% del Producto Bruto Interno nacional (PBI) esto favorece en gran medida al crecimiento de la economía, ya que esta cerró el 2018 con un aumento del 3.99% gracias a que las ventas minoristas crecieron 2.31%, los créditos de consumo 10.15%, las importaciones de

productos no duraderos 3.03% y la demanda externa de bienes no tradicionales 5.46%, los cuales han sido los responsables de seguir manteniendo la evolución positiva de las últimas dos décadas. (Diario Gestión, 2019)

La Superintendencia de banca y seguros y AFP (SBS) sostuvo que los créditos ascendieron a 10%, prácticamente S/.171 875 millones fueron solicitados por las empresas en sus diferentes categorías, ya que el segmento corporativo abarcó el 40%, las grandes empresas 26%, las medianas empresas 25% y las MYPE el 11%. Así mismo, las empresas de servicios concentran el 40% de los créditos otorgados, transporte 7%, comercio 24% y manufactura 23%. Cabe resaltar que la tasa de referencia se mantiene en 2.75%. (Peñaranda, 2018)

Respecto al factor tecnológico las MYPE evidentemente necesitan de tecnologías de información y comunicación (TIC) como parte de la evolución que busca simplificar la vida de los clientes. No obstante esta no requiere de una gran inversión, si no que su uso debe ser el adecuado. En la actualidad nadie es ajeno a las herramientas TIC más consumidas como las redes sociales, las páginas web y el correo electrónico, cuya accesibilidad gratuita no basta con solo dar a conocer productos o servicios que muchas veces no significa generar mayores ventas, por el contrario dichas herramientas deben respaldar las operaciones comerciales, relacionadas con brindar y mantener con los clientes una comunicación continua, es decir, un soporte post venta, ya que actualmente los clientes no necesitan que más empresas le ofrezcan un sin fin de productos, si no soluciones que ayuden a resolver sus problemas. (Bardales, 2018)

En lo concerniente a la tecnología las MYPE de rubro bodegas actualmente realizan transacciones virtuales para realizar pagos a sus proveedores, servicios

básicos y el pago de impuestos declarados mensualmente. Sin embargo, se debe resaltar que las compras por medio de internet es una práctica poco usual en las bodegas del asentamiento humano.

Las MYPE del rubro bodega existen por la accesibilidad que los clientes tienen hacia ellas, debido a que son más cercanas al momento de comprar y abastecerse de productos para su consumo diario, es por ello que, a pesar de la expansión de grandes negocios como los supermercados no todas se ven amenazadas y aún se mantienen vigentes, ya que mientras algunas cierran otras inauguran cada año. Sin embargo, para lograr mantenerse en el mercado y reducir el impacto que en el futuro los supermercados y la aparición de bodegas cercanas puedan ocasionar, es propicia la aplicación de estrategias como invertir en mejorar la presentación de sus estantes, capacitarse y tener un pensamiento empresarial que busque crecer. Así mismo, los bodegueros deben identificar que productos son los que mayor rotación tienen y generan mayor ganancia, a esto se le conoce como el consumo segmentado, es decir productos que más se vende en una bodega en su mayoría golosinas, gaseosas, cigarro, cerveza y productos de primera necesidad en cantidades pequeñas, teniendo en cuenta que los peruanos perciben ingresos diariamente y que el consumo es diario esto es una clara ventaja sobre los supermercados donde sus consumidores perciben ingresos mensuales y sus compras deben ser planificadas. (Ramírez, 2014)

Según Choy (2017), el rubro bodegas se encuentran constantemente amenazadas por la aparición de grandes cadenas de minimarkets y supermercados, sin embargo, estas se mantienen estables y firmes al poseer una serie de ventajas que las hacen únicas, es decir, al ser negocios tradicionales tiene una fuerte relación con los clientes, la atención es directa y personalizada debido a que conocen los gustos y

preferencias de sus consumidores, siempre existe alguna en cada barrio y otorgan pequeños créditos a lo que se le conoce como el popular fiado. Además, destaca la flexibilidad y la disposición al cambio, ya que actualmente las bodegas están implementando nuevos servicios como entrega a Delivery, agentes bancarios e incluso ofrecen la venta de SOAT esto con el fin de poder enfrentar a la competencia no solo entre bodegas de la misma zona sino a los supermercados. Por otro lado, mediante la creación de la ley de bodegueros N° 30877 se espera fortalecer y asegurar la continuidad de este rubro que es indispensable para las comunidades y familias.

Así, el problema que se ha identificado es: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019?

El objetivo general que se pretende alcanzar es: “Identificar las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019”. Y como objetivos específicos: (a) Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019. (b) Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad. (c) Conocer las técnicas que están utilizando las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para medir la satisfacción de servicio al cliente. (d) Definir los factores de servicio al cliente que utilizan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para con sus clientes.

La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables gestión de calidad y servicio al cliente. Desde la perspectiva geográfica: Asentamiento humano Almirante Miguel Grau - Piura, psicográfica: MYPE comerciales, rubro bodegas y delimitación temporal: año 2019.

Esta investigación se sustenta con la finalidad de lograr determinar cuáles son las características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019. Además porque permitirá la obtención del título profesional de licenciada en administración según el Reglamento del Registro Nacional de Grados y Títulos para optar grados académicos y títulos profesionales –RENATI. Anexo N° 01 Glosario de Términos RENATI- Artículo 45° Ley Universitaria – Ley 32220 (SUNEDU, 2015).

A la vez esta investigación ayudará a un grupo de empresas que no tienen conocimiento científico de gestión en las MYPE, porque presentan una gestión empírica, es por eso la mayoría de microempresas piuranas presentan limitaciones en su desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores, por lo tanto no pueden hacer que dichas empresas se desarrollen de manera eficaz y tengan una sostenibilidad en el tiempo.

El motivo de la realización del presente informe es conocer las características de la gestión de calidad y servicio al cliente para que las MYPE puedan diseñar estrategias competitivas mejorando la producción de las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura; brindándoles ayuda al momento de elaborar un adecuado plan de producción, optimizando el uso de sus recursos mejorando los tiempos de entrega de los productos finales mediante el uso de un sistema de planificación de procesos de ventas.

Se empleará la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Se empleará como técnica de recojo de datos a la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario estructurado y el test de autoevaluación.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Variable Gestión de calidad**

Borja & Jijón (2014), en la tesis titulada “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”, en la Universidad Internacional de Ecuador, emplearon la metodología de tipo descriptivo - explicativo basandose en métodos de análisis y síntesis, de inducción y deducción, planteando como objetivo general: “Definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO 9001: 2008 para Almacenes la Rebaja”, tomando como conclusiones lo siguiente:

Hoy en día las empresas que presenten problemas al momento de la entrega de servicio buscan la manera de corregir esta debilidad, ya que lo que busca el cliente actualmente es la calidad no solo del producto sino también la calidad de servicio entregado al momento de adquirir un producto. Por ello es que se ha vuelto más común el deseo de las empresas por mejorar sus procesos mediante la implementación de modelos de gestión de calidad ya que el ISO 9001 se centra en la eficacia de dicho sistema para satisfacer los requisitos del cliente.

Garcia (2017), en su trabajo de investigación titulado “Diseño del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 al supermercado Rapifacil de Bogotá” en la Universidad de la Salle – Bogotá, planteó la metodología deductiva y de observación, teniendo como objetivo general: “Realizar el diseño del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 al Supermercado Rapifacil de Bogotá”, de esta manera concluyendo lo siguiente:

- La posible implementación del sistema de gestión de calidad en el supermercado Rapifácil puede ayudar a fortalecer su gestión interna y minimizar el impacto de sus amenazas. Las interacciones descritas en las caracterizaciones de procesos y en los procedimientos, ayudan a la organización a optimizar su actividad y la satisfacción generada en el cliente.

- Se estipuló en cada uno de los documentos el control y seguimiento de los procesos a partir de los indicadores de gestión, para así: monitorear, medir, analizar y evaluar los procesos. De esta manera la organización podrá verificar su progreso o deficiencias del SGC.

Echevarria & Lopez (2017), en su investigación titulada “Propuesta para la transición a la norma ISO 9001: 2015 en supermercados Fernández” en la Universidad de Guayaquil – Ecuador, teniendo como objetivo general: “Diseñar una propuesta para la transición a la norma ISO 9001:2015 en supermercados Fernández”, emplearon la metodología documental – cualitativa, llegaron a la conclusión:

Que el diagnóstico realizado para determinar la brecha existente para la transición a la norma ISO 9001:2015 incidió positivamente ya que por medio de ella se pudo contar con el estado actual del sistema de gestión implementado y sus procesos, la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas así también como el compromiso que han tenido cada uno de los colaboradores en la organización.

Sabino (2018), en la tesis titulada “Gestión de la calidad con el uso de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas de la ciudad de Tingo María, año 2017” en la Universidad Católica los Ángeles

Chimbote- Sede Tingo María, considerando como uno de los objetivos específicos: “Determinar las principales características de la Gestión de la calidad y competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro bodegas de la ciudad de Tingo María, año 2017.”, se empleó la metodología no experimental, descriptiva; siendo las conclusiones:

En lo que corresponde a gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas en el rubro bodegas de la ciudad de Tingo María: Los micro empresarios tienen cierto conocimiento a la gestión de calidad en su mayoría, aplican técnicas como benchmarking, red corporativa y empoderamiento, su aprendizaje es lento, miden la productividad del personal a través de la observación.

Aquino (2019), en la tesis “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” en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede San Juan de Lurigancho, indicó como uno de sus objetivos específicos: “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”, se empleó la metodología no experimental – transversal – descriptivo- cualitativo; siendo las conclusiones:

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 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.

Salazar (2017), en la tesis titulada “ 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” en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede Huaraz, fijo como objetivo general: “Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Huaraz, 2016.”, empleando la metodología descriptivo, cuantitativo, no experimental; se estableciendo las siguientes conclusiones:

Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (bodegas) en el distrito de Huaraz, son las siguientes: bajo porcentaje de publicidad, no realizan ventas personales, desconocimiento de los gerentes sobre la promoción de ventas, carencia de información sobre la promoción en relaciones públicas y marketing directo. Por lo que se observa que existe un

déficit en la combinación específica de herramientas de promoción en las MYPE estudiadas debido a que se prevalece gran despreocupación por los gerentes.

Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la promoción de ventas identificados en el estudio nos muestran deficiencias en las características o medios publicitarios como en la televisión, programas de incentivos, regalos publicitarios, descuentos y en la entrega de premios.

Ayala (2019), en la investigación titulada: “Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las MYPEs del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Año 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede Sullana, teniendo como objetivo general: “Determinar la incidencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana, Año 2018.”, empleó la metodología tipo aplicada, porque se utilizaron los conocimientos para mejorar una realidad problemática y nivel descriptivo, ya que se pretendió comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado; luego de haber realizado los procesos de recopilación, procesamiento y análisis de los resultados logrados, llegó a las siguientes conclusiones:

Se evalúa periódicamente al personal, para establecer si entiende y cumple con las normas internas y procedimientos. Del total de las Mypes encuestadas en el distrito de Sullana, el 41.92% es muy eficiente y eficaz, mientras que el 37.46% considera que es solo eficaz, el 18.56% es regularmente eficaz y el 2.06% es poco eficaz.

Se debió considerar la planificación como ente rector para generar calidad en sus negocios, de tal manera que superen a sus competidores reales y potenciales. Que la competitividad sea un factor para adaptarse al cambio, ya que depende de los clientes la permanencia de la MYPE en el mercado.

Reyes (2015), en la tesis titulada “Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del distrito de Paita, año 2015” en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede - Piura , planteó como objetivo general “Determinar las características del financiamiento y la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas del distrito de Paita, año 2015”, empleó la metodología de tipo descriptiva con diseño no experimental descriptivo, llegando a concluir que:

La mayoría de los propietarios de las MYPE en estudio si tenían conocimiento de lo que significa gestión de calidad, por lo tanto las bodegas son administradas por personas que hacen uso de éste gran mecanismo o herramienta para brindar un buen servicio.

De acuerdo al grado de implementación en la gestión de calidad de las MYPE, se identificó que sí realizan estrategias orientadas a la buena atención del cliente, por lo tanto las MYPE hacen uso de una planificación de objetivos encaminados no solamente en obtener utilidades si no en satisfacer al cliente.

Núñez (2016), en la investigación de la tesis “Factores de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro - abarrotes en la ciudad de Talara Alta (Piura), período 2016 I –II” en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede - Piura, determinó como objetivo general: “ Determinar los factores de la competitividad y la gestión de calidad en las MYPE comerciales rubro - abarrotes en la ciudad de Talara Alta (Piura), período 2016 I –II”, empleando la

metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, se concluye:

Las tiendas de abarrotes bajo estudio de la ciudad de Talara Alta deben de contar con una buena imagen en cuanto a la infraestructura de su local para captar la visión del público, de esta manera mantenerse innovadas dado que así alcanzan los factores de competitividad, ya que logran la gestión de calidad mediante la satisfacción del cliente, el personal eficiente y productos de calidad que estas ofrecen.

### **2.1.2 Variable Servicio al cliente**

Rubio (2014), en el artículo de investigación científica y tecnológica titulado “La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)”, en la Universidad del Tolima, Ibagué, Colombia, empleó en la metodología un enfoque mixto de investigación, es decir, abordó aspectos relacionados con la investigación cuantitativa en tanto “que busca medir fenómenos sociales”. Igualmente fue cualitativa en la medida que “puede ofrecer una visión más holística y más global de la realidad social. Asimismo esta investigación se enmarcó en los enfoques descriptivo y explicativo, teniendo como objetivo general “Analizar desde la escala multidimensional (SERVQUAL) la calidad del servicio en los supermercados de Ibagué”, dejando por concluido que :

La calidad del servicio y la satisfacción de los consumidores con respecto a los proveedores de productos y servicios, es un tema de gran importancia no sólo desde la perspectiva del cliente, sino como información básica para la toma de decisiones por parte de la gerencia de las grandes superficies de Ibagué.

Huitz (2014), en la investigación de tesis "Servicio al cliente en los supermercados Quetzaltecos" en la Universidad Rafael Landívar de la Ciudad de Quetzaltenango – Guatemala, teniendo como objetivo general: “Determinar cómo se presta el servicio al cliente en los supermercados quetzaltecos.”, empleó la metodología descriptiva, concluyendo:

El servicio al cliente en los supermercados quetzaltecos es excelente, ya que consideran que prestan un servicio de calidad, con buena organización, los colaboradores atienden con respeto, amabilidad y cordialidad. Se mencionan algunas deficiencias en el mismo, como la falta de conocimiento y capacitación del personal, no cuentan con buzón de sugerencias, los precios son elevados y carecen de diversidad de productos.

Las estrategias que se aplican en el servicio al cliente según la opinión de la mayoría de los sujetos estudiados son: promociones, precios accesibles, descuentos y ofertas. Otros consideran que entre las estrategias que utilizan los supermercados están: la responsabilidad, paciencia, confianza, amabilidad y respeto. Sin embargo, algunos consideran que no utilizan estrategias de servicio al cliente. Por otro lado, se deduce que la mayoría de los encuestados no tiene un conocimiento exacto de estrategias de servicio al cliente y no tienen estrategias para la captación y retención del cliente.

Mesina & Ogeda (2016), en la investigación “Determinantes de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Los Ángeles”, en la Universidad de Concepción, Los Ángeles - Chile, emplearon la metodología de carácter cuantitativo y corresponde a un diseño no experimental, transversal y correlacional, teniendo como objetivo general: “Identificar los determinantes de la

satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Los Ángeles.”, estableciendo las siguientes conclusiones:

Al incorporar los factores adicionales los clientes que consideren la exclusividad como factor relevante a la hora de escoger un supermercado tienen una menor probabilidad de encontrarse satisfechos. Finalmente, mediante el uso de pruebas de hipótesis la calidad percibida por los clientes de hipermercados es superior a la de los clientes de otro tipo de supermercados.

La calidad percibida no presenta diferencias significativas por género, ni tampoco lo hace la proporción de clientes satisfechos. Por último, la proporción de clientes satisfechos en hipermercados es mayor a la proporción de clientes satisfechos en otro tipo de supermercados.

Soarez (2018 ), en la tesis “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPEs del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018 en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede Pucallpa, planteó como objetivo general: “Determinar los beneficios trae consigo la aplicación de una gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, del distrito de Iquitos, año de 2018.”, empleando la metodología no experimental, transversal, descriptiva y correlacional.; llegando a las siguientes conclusiones:

En lo referente a la atención al cliente, existe una notable aceptación (71.8%), cimentada en el análisis de las siguientes dimensiones: capacidad técnica, las instituciones de este rubro cuenta con entrenamiento adecuado para desarrollar sus conocimientos y habilidades así como el dominio que manifiesta el personal al momento de atención.

En la satisfacción general la aceptación de los encuestados es el más bajo de los ítems debido a que la prestación de personal, nivel de especialización del personal y la calidad del producto y servicio prestado; en la dimensión actitud en la atención, la aceptación de los entrevistados es alta, centrados en la amabilidad en la atención al cliente y preocupación e interés en los requerimientos del cliente; fidelidad tiene también un alto índice de aceptación debido a que se sienten seguros del producto comprado y que están dispuestos a regresar pero que no respaldan el cumplimiento de las promesas por qué no se hacen a cabalidad.

Por último con respecto al servicio, la aceptación de los entrevistados es alta debido a que opinaron que la calidad de los productos ofertados está en función a la satisfacción del cliente y la atención inmediata a sus necesidades.

Pinto (2017), en el proyecto de investigación titulado: “La calidad del servicio en la bodega Santa Elena del distrito de Pocollay en el año 2017, a través del modelo servqual”, en la Universidad Privada de Tacna, planteó como objetivo general “Determinar el nivel de calidad del servicio en la Bodega “Santa Elena” del Distrito de Pocollay a través del Modelo Servqual, para proponer mejoras en la calidad de su servicio a los usuarios.”, empleando la metodología descriptiva pues se obtuvo información que permitió determinar la calidad del servicio con los que los clientes son atendidos en la bodega Santa Elena. Llegando a las siguientes conclusiones que:

1.- Luego del análisis y el contraste de las dimensiones, se establece que la calidad del servicio que se brinda a los clientes de la bodega Santa Elena es “Muy Satisfactorio”, sobre todo por la empatía y los aspectos tangibles con los que cuenta la bodega.

2. El personal no es homogéneo, ya que no todos poseen el mismo nivel de estudios creando así distintos estilos de servicio, sin embargo conserva una misma identidad.

3. La atención del público en la bodega Santa Elena está caracterizada en parte por la cultura del turismo, donde a todos los visitantes, nacionales y extranjeros, son atendidos en camaradería, con mucha empatía y seguridad, invitándolos amablemente al deguste de los productos, lo cuál crea mucho entusiasmo en los visitantes.

4. Santa Elena es una empresa consolidada en el servicio, siendo una de las líderes dentro del circuito de bodegas. Esto debido a su gran empeño y profesionalismo. Su gran fortaleza reside en la cultura organizacional, donde todos los colaboradores están capacitados y saben el valor y el carácter de la Bodega Santa Elena.

Meza (2017), en la tesis “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPEs del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede Satipo, sostiene como objetivo general “Determinar las Características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las Mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017”, empleando la metodología no experimental, transversal, descriptiva; se llegó a las siguientes conclusiones:

Gestión por procesos, el 100% de representantes quieren capacitarse sobre cómo mejorar continuamente el servicio que brinda, el 80% no han definido su estructura organizativa y se observa que el 50% de los representantes tienen un plan de negocio que no están bien formuladas de acuerdo a los estudios , el 100% de los

representantes reconocen que aplicando una gestión de calidad les daría más beneficios, el 100% aplica una estrategia de ventas

Mejoramiento continúa, el 60% de los representantes no presenta innovación y nuevas formas de trabajo, que le permitan reducir errores en los bienes tangibles e intangibles creando oportunidad de mejoramiento. El 100% de los representantes mencionaron que los precios son cómodos, en lo que representa las bodegas no hay diferencias por los costos de los productos, si no en la atención al cliente.

Seguridad, el 90% de los representantes de las bodegas conocen bien que su principal consumidor es su cliente al quien tiene que recibir con amabilidad, atender con cortesía y una sonrisa.

Morocho (2015), En la tesis de licenciamiento de título: “Calidad de atención y satisfacción de los clientes en las MYPE comerciales -rubro abarrotes en el distrito 26 de octubre de Piura, periodo 2012”, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede Piura, estableció como objetivo general “Conocer qué características tiene la calidad de atención al cliente y la satisfacción de los clientes en las MYPE rubro abarrotes en el distrito 26 de Octubre, periodo 2012”, empleando la metodología diseño no experimental, tipo descriptiva; se concluyó lo siguiente:

De acuerdo a la investigación, las características que tiene la calidad de atención es la adecuación de tiempo de los clientes, esto demostrado en 82% de atención rápida empleada en las MYPE a sus clientes, como segunda característica esta que los colaboradores son accesibles al cliente, el cual esta se obtuvo en 82% que el personal es amable en la atención en dichas MYPE.

El nivel de calidad en la atención al cliente en las MYPE, es el aseguramiento de calidad, el cual lo buscan ofreciendo compromisos serios el cual obtuvo 45%

según resultados de investigación; como segundo criterio esta la responsabilidad en frente a la atención con un resultado de 31%, el cual estos índices los lleva a la búsqueda del aseguramiento de calidad frente a sus clientes.

Las estrategias implementadas en la calidad de atención en las MYPE, son la rapidez en la atención en 50%, hacer uso la relación con socios en 44%, implementar el fluido de información entre colaboradores en 6%, el cual con estos criterios buscan la estrategia de diferenciación frente a sus competidores.

Los beneficios de la satisfacción del cliente de las MYPE, es el aumento de la rentabilidad, la frecuencia de compra en el cliente desea volver dado como fidelización y a la vez recomendación del servicio de la MYPE a su entorno social, el cual esto le dará la obtención de nuevos posibles clientes.

Ademas se concluye que para lograr la satisfacción de los clientes está en ofrecer productos de calidad, ya que los clientes están mejor informados. Precios cómodos, implementar un buen servicio en cuanto a amabilidad, cortesía, comodidad y la atención rápida a los clientes.

Gonzalez (2018), en la tesis titulada: “Caracterización de la competitividad y calidad de servicio en las MYPE comerciales rubro abarrotes de Castilla, año 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote- Sede Piura, planteó como objetivo general “Identificar qué características tiene la competitividad y calidad de servicio en las MYPE comerciales rubro abarrotes de Castilla, año 2018”, empleando la metodología no experimental, cuantitativa, descriptiva; concluyendo que:

El servicio que brinda a las MYPE rubro abarrotes en relación a la calidad del servicio es aceptable ya que ésta responde a los requerimientos del cliente, y las MYPES rubro abarrotes capaciten al personal para que la tienda tenga mejor acogida

de clientes o un buen grado de satisfacción ya que la capacitación es de vital importancia.

Las dimensiones de la calidad del servicio frente al cliente de las MYPE rubro abarrotes son: elementos tangibles (la limpieza de la tienda), fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía (atención, trato).

Camacho (2017), en la tesis titulada “Caracterización de la atención al cliente bajo el enfoque de la gestión de calidad de la empresa hipermercados TOTTUS del distrito de Sullana año 2017”, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote-Sede – Sullana, estableció como objetivo general “Determinar las principales características de la atención al cliente bajo el enfoque de la gestión de calidad de la empresa hipermercados TOTTUS del distrito de Sullana Año 2017”, utilizó para la investigación una metodología de tipo descriptiva, concluyendo:

La atención al cliente es un factor importante dentro de la organización y se caracteriza por el buen trato, de manera constante lo que permite la buena comunicación con los clientes, durante todas las etapas del servicio, también se caracteriza por permitir conocer las necesidades del cliente y así poder satisfacerlos.

Las estrategias utilizadas por la empresa hipermercados TOTTUS se basan en la búsqueda de la satisfacción del cliente para lo cual se desarrolla una cultura de servicio que permite fidelizar a los clientes atendiendo sus requerimientos y escuchando sus recomendaciones poniendo como factor principal la satisfacción del cliente.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Gestión de calidad**

Riquelme (2017), define la gestión de calidad como el conglomerado de actividades que una empresa realiza con el fin de gobernar un comercio o resolver una materia. En lo que respecta a la calidad, es una posesión efectiva donde incluye el predominio similar al respecto. Estos criterios se acoplan en procedimientos organizacionales y empresariales para nominar la gestión de calidad a una apariencia esencial de las funciones dentro de la empresa para lograr una eficiente satisfacción en los consumidores.

También calificada como sistema de la gestión de calidad, es el grupo de labores realizadas con bienes, documentación, procesos que se coordinan por reglas que la empresa administra de manera organizada en razón a la calidad. La meta de la gestión de calidad se enfoca en mejorar continuamente.

Por otro lado para De Molina (2018), es un procedimiento que se utiliza de manera formal para revisar las actividades, los productos y el servicio de la empresa, con la finalidad de conocer qué área necesita mejorar su calidad. Esto se requiere en las áreas que realizan la comercialización, no importa el tamaño de la empresa.

La gestión de calidad se basa en mejorar continuamente. Al aplicarse de manera adecuada, se aumentará significativamente la economía y calidad de lo que ofrece a los consumidores. Asimismo promueve el comercio con las siguientes prácticas:

- ✓ Disminuye los residuos.
- ✓ Progreso en el dominio de transformaciones.
- ✓ Ascende el cupo en el mercado.

- ✓ Crea bajos precios.
- ✓ Posibilita el adiestramiento.
- ✓ Complace las necesidades de los consumidores.
- ✓ Aumenta la ética.

La gestión de calidad facilita una debida organización efectiva y eficiente, empleando técnicas en largo o corto lapso de tiempo para que la empresa realice sus actividades sin inconvenientes sea cual sea el tamaño que tenga. (De Molina, 2018)

#### **2.2.1.1 Gestión de calidad total**

Sánchez (2016), explica que la gestión de la calidad total es una técnica empresarial de gestión que consta en estudiar y valorar la idea de calidad en las actividades que realiza la organización. Tiene el fin de una mejora constante en los servicios y bienes que ofrecen para conseguir satisfacer a sus clientes.

Por otra parte da a entender que es un mecanismo de seguimiento y estudio constante de las labores humanas y el proceso que se emplea. Además se denomina en ingles Total Quality Management (TQM). La definición de total se entiende que la calidad evaluada y exigida en la técnica recauda diferentes elementos y niveles de una organización como las personas que laboran. Se entiende como la prevalencia de indagación en la calidad de los diferentes procedimientos de la organización.

#### **2.2.1.2 Normativa de la Gestión de calidad**

Madurga (2017), manifiesta que la gestión de calidad es un conjunto de estándares y normas internacionales relacionadas integralmente con el fin de efectuar lo que se espera en calidad de materia para que la organización satisfaga a sus consumidores. Es decir las operaciones se controlan, y planean de manera que se alcance una calidad optima para cumplir con la clientela.

Las normas y estándares internacionales tienen como objetivo principal la simplificación del proceso en la institución y el incremento de la calidad en los productos y servicios que se usan diariamente. Por medio de la mejora continua de los sistemas productivos de la organización, se afirma que, la materia prima y el producto terminado, pasan por un proceso productivo, cumpliendo las normas adecuadas y establecidas.

Se conocen diferentes sistemas de Gestión de calidad, que fueron planteados y aceptados por la Organización Internacional para la Estandarización. La ISO 9001 es la norma general aplicable a diferentes sectores industriales y productivos perjudicando a las organizaciones sin importar sus dimensiones. Lo cual se debe implementar estilo adecuado que se pueda administrar y mejorar su calidad de resultados afirmando una conservación de la norma ISO 9001.

A su vez Madurga (2017), indica que la norma ISO 9001 indica las pautas que debe cumplir una organización para contar con una óptima gestión de calidad instituido en el proceso de producción. Complementa otras normas tales como la norma ISO 14001 de gestión ambiental.

Determinar e implantar un sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001, obedece aspectos tal como los objetivos con los que cuenta la organización, los servicios y productos que se derivan de la fabricación o los requerimientos que establecen los consumidores.

Madurga (2017), da a conocer los beneficios de la Norma ISO:

- a) Gran importancia ante su competencia cuando se cuenta con el certificado del ISO 9001 y conocer que los productos vencen su estándar de calidad.

- b) Aumento de calidad en el servicio y producto para que crezca la satisfacción del cliente.
- c) Para conseguir que se ahorre recursos, dinero y tiempo deben aplicarse técnicas eficaces de trabajo.
- d) Contando con técnicas de trabajo definidas e incrementando los beneficios se minimizaran los errores.
- e) Al aplicar una gestión de calidad según el ISO 9001 mejorara en ambiente de los colaboradores, para que crezca notablemente el compromiso y la motivación de los mismos.
- f) Mejorara el servicio al cliente y la calidad si se aplica la norma ISO 9001, obteniendo como beneficio el aumento en el número de los consumidores.(Madurga, 2017)

### **2.2.1.3 Beneficios de la Gestión de calidad**

De Molina (2018), menciona a través de su artículo, que la gestión de calidad genera eficacia, estimula el ánimo de los colaboradores, incluso puede lograr que se reconozca internacionalmente, sin embargo estas no son los únicos méritos.

La gestión de calidad comprende grupo de estándares y normas de manera internacional que, se relacionan entre ellas, originando que la empresa cumpla con ciertos requisitos de la calidad. Así colabora a que los procesos, el servicio y el producto se relacionen y así cumplir con las exigentes condiciones.

De esta manera De Molina (2018), establece que los siguientes son los primordiales beneficios de tener establecida una gestión de calidad:

**Generar mayor eficiencia.** Las organizaciones que cuentan con un sistema de gestión de calidad tiene como objetivo principal la máxima eficiencia y la calidad

en los procedimientos. A la vez dan indicaciones que deben seguir los colaboradores con la finalidad de que se lleve a cabo el proceso de comercialización y sencillas capacitaciones con menor costo financiero y en un reducido tiempo.

**Estimula la moral de los empleados.** Las funciones definidas y claras, establecer sistemas de capacitación, comprender claramente como los roles se involucran en la calidad y que el negocio sea exitoso, son características propias del enfoque de la gestión de calidad. Buscando que los colaboradores se encuentren satisfechos y motivados para que realicen sus actividades de manera óptima.

**Mejora la gestión de procesos.** Los directivos pueden aprender qué mejoras son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso.

**Ofrece niveles más altos de satisfacción del cliente.** ISO 9001 se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas definir qué debe ser un producto de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así, proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua. (De Molina, 2018).

De Molina (2018), concluye que los beneficios, entonces, se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo en una empresa. Ahí radica la importancia de implementarlo, más allá de que constituya un reto perfeccionar los procesos para cumplirlo.

Por otro lado el artículo de Fernández (2018), menciona que la gestión de calidad ayudará a reducir la improvisación dentro de los procesos productivos y de comercialización, ya que no sólo permite planificarlos, sino que también establece los mecanismos necesarios para el seguimiento, evaluación y optimización de los mismos indicando que un buen sistema de gestión de la calidad puede acarrear múltiples beneficios a la empresa entre los que se destacan:

**Mejoras en la organización de la compañía.** Los sistemas de gestión de calidad ayudan a sistematizar operaciones y a hacer más eficientes los procesos de una empresa y permite, además, generar ahorros, detectar recursos ociosos y redistribuirlos eficazmente.

**Control del desempeño de los procesos y de la organización.** Los sistemas de gestión de calidad facilitan la gestión organizacional e indican cuando el plan no está siendo cumplido y permite, incluso, determinar las razones por las cuales no se está logrando el objetivo.

**Fomento del aprendizaje organizacional y perfeccionamiento de la capacitación de los trabajadores de la empresa.** Al tener más información de los procesos se pueden destinar más recursos a la capacitación del personal de manera que estos puedan adaptarse a las nuevas exigencias tecnológicas y puedan ejecutar sus funciones eficientemente y con mayor motivación y compromiso.

**Potenciar la novedad, las ideas, los métodos.** Los sistemas de gestión de calidad impulsan una prosperidad continua en las organizaciones. La mejora continua es un progreso estructurado y persistente encaminado a lograr un beneficio superior de un procedimiento, a acrecentar la calidad de un servicio o a reducir el precio de elaboración de actividades que actualmente desarrollamos de modo usual.

**La empresa mejora la imagen de los servicios y productos, a medio plazo.** Frente a la competencia la empresa mejora su posición en el mercado.

**La organización aumenta su posición frente a la competencia.** La organización incrementa en el mercado su liderazgo optimizando sus sostenibilidad con el tiempo.

Ademas, indica que los sistemas de gestión de calidad respetan las expectativas y necesidades de los consumidores, para que impacten de manera positiva en su fidelización y satisfacción. Actualmente se conocen herramientas tecnológicas que son diseñadas para la mejora en la implementación de los sistemas de calidad, los resultados y sus funcionamiento. (Fernandez, 2018)

#### **2.2.1.4 Estrategias de la Gestión de calidad**

Arroyo (2016), indica que todas las empresas para implementar un sistema de gestión de calidad certificado por la norma ISO 9001:2005, deben establecer una escala de estrategias para obtenerlo. En tal sentido, se presentan aspectos metodológicos y un conjunto de estrategias para la implementación de la ISO 9001.

**a. Planeación estratégica:** conocida como alineación estratégica. Por medio de este proceso, se define objetivos, misión, visión y metas que debe lograr la empresa, para que marque rumbo a seguir.

**b. Honshi Kanri:** de metodología japonesa, la cual define el rumbo de la empresa de manera estratégica, extendiendo los niveles y volviendo para retroalimentar y realizar los ajustes oportunos. Así se involucrara los niveles de manera total.

c. **Análisis PESAT:** Se analiza la tecnología, el ambiente, la sociedad, la economía y la política para que se clasifique los temas de interés y de análisis propios.

d. **Análisis FODA:** La mayoría de empresas lo conocen, debido a que este método se fija directamente en realizar un reconocimiento de los niveles tales son interno, que busca las fortalezas y debilidades de la empresa, y el externo, trata siempre de adelantar las oportunidades y amenazas. Para luego derivar las estrategias y objetivos.

e. **Matriz MEFE** (Matriz de Evaluación de Factores Externos): Este método evalúa de manera detallada, donde el análisis tiene un carácter cuantitativo y específico.

f. **Matriz MEFI** (Matriz de Evaluación de Factores Internos): Parecida a la que se mencionó antes, este método es mejor porque se analizan los factores internos y a la vez aporta un carácter cuantitativo. (Arroyo, 2016)

g. **Análisis de los Stakeholders:** Esta estrategia permite conocer cuál es el nivel de interés y cómo influyen las diferentes áreas que permiten el desarrollo de la empresa.

h. **Definición del alcance:** La empresa debe establecer un alcance documentado, puede incluirlo en el manual de calidad o en algún documento que considere útil para la empresa, así lo establece como requisito la norma ISO 9001:2015.

i. **Mapeo y documentación de procesos:** Para que la arbitrariedad no tenga carta libre en la organización se debe definir adecuadamente los procesos

realizando un mapeo en el proceso para identificar la interrelación, así existirá un seguimiento que ayudara en la mejora continua.

**j. Interrelación de procesos:** Esta estrategia analiza en los procesos cual es la relación, el lazo que los une al realizarlos dentro de la empresa. (Arroyo, 2016).

A su vez la Arroyo (2016), muestra que es de suma importancia conocer los métodos y estrategias para que se logre una excelente implementación del SGC.

### **2.2.1.5 Elementos de la Gestión de calidad**

Los elementos se relacionan íntegramente y se gestionan desde los procesos, así lo indica el artículo de (Riquelme, 2017), indicando los siguientes:

**Estructura de la organización:** Son la jerarquía de la función y responsabilidad que la empresa establece para cumplir con el objetivo trazado. Se refiere a la manera en que la organización distribuye a los colaboradores, según la tarea y/o función que desempeña.

**Planificación:** Es la actividad que ayuda a realizar un mapa para lograr el objetivo que se planteó. Respondiendo preguntas tales como: ¿Dónde quiere llegar?, ¿Qué se hará para lograr el objetivo?, ¿Cómo se hará?, ¿Qué necesitaran para que se logre?

**Recurso:** Es la maquinaria, ambiente, colaboradores, materiales, dinero para utilizar, etc.

**Proceso:** Es la actividad que convierte el material en servicio o producto. Los procesos necesariamente requieren de planes y recursos siendo preciso que se identifique cada proceso.

**Procedimiento:** Son los pasos en detalle que seguirá la organización para convertir la materia en servicio o producto, llevando un control documentado de lo que se cumple es decir es la manera en que se realiza algún proceso. (Riquelme, 2017).

### **2.2.2 Servicio al cliente**

Estela (2018), da a conocer que el servicio de atención al cliente se conoce a las técnicas o estrategias que utiliza una organización para establecer un vínculo con los consumidores y que el servicio llegue de forma rápida y excelente, se conoce también como una técnica de marketing.

En conclusión menciona que el servicio al cliente busca el beneficio del comprador, ofreciendo ayuda, guiarlos e indicarles lo que sea útil. Existen casos en donde la organización asigna pequeñas áreas que brinden apoyo a las diferentes divisiones con las que cuenta consideradas con el nombre de clientes internos.

A su vez Estela (2018), establece que el servicio al cliente se estudia en base a ciclos de servicios, por decir, requerir del comprador mediante cadenas de acción o en determinadas épocas, así mismo comprende los procesos siguientes:

**a. Planificación temporal del servicio:** El soporte al cliente presenta cierta regularidad puesto que se depende de coyunturas determinadas para activarse, de temporadas o momentos específicos.

**b. Renovación de la necesidad de cliente:** Pasando un periodo determinado la organización requiere una total renovación del servicio que brinda al consumidor de tal manera que éste no se aburra con visualizar siempre lo mismo, creándole una necesidad al cambio.

c. **Feedback del cliente:** Para plantear técnicas de servicio al cliente que convengan y resulten mejor debe existir una retroalimentación como punto clave, se pueden emplear cuestionarios y una previa evaluación que ayudará en las mejoras de la organización. (Estela, 2018)

En el texto , Da Silva (2018), afirma que el servicio al cliente se hace posible para aumentar el beneficio de la empresa enfocandose directamente en el objetivo principal que es encontrar nuevos consumidores y generar mayor venta. Lo principal de comprender es que para contar con una organización prospera se debe brindar un excelente servicio y atención al cliente. La mayor parte de organizaciones consideran que para que las ventas vallan en aumento depende del servicio que brino el precio que establece sin embargo no es asi. La estimación de un servicio o producto vale mucho mas del monto que tiene, debido a que muchos consumidores cuentan con la disponibilidad de gastar mas por gozar de una excelente atención.

De esta manera desde el punto de vista del autor Da Silva (2018), el servicio al cliente es la gestión que ejecuta la organización para satisfacer las necesidades de los consumidores que de los servicios y productos. Asi mismo indica que para ofertar un excelente servicio al cliente la organización en primer lgar debera conocer e identificar las necesidades y características de los consumidores para, luego, tomar en consideración el proceso transaccional, al incluir la pos-compra.

### **2.2.2.1 Importancia del servicio al cliente**

Rodriguez (2015), explica en su articulo que: Si el cliente localiza el producto que necesita, y a la vez pericbe un excelente servicio de atención, quedara contento lo cual se tendra la seguridad que regresara a comprar frecuentemente, del mismo modo recomendará la empresa a otros compradores. Asi mismo, si el consumidor encontro

o no el producto que busca, pero la atención que recibio no fue la mejor, este comentará lo sucedido con otros compradores y estos se alejaran por completo de la empresa.

El servicio al cliente se debe considerar como principal en toda organización que interactue con los consumidores, iniciando con el saludo de bienvenida, los colaboradores que interactúan con el cliente y los que se encargan de mantener el orden y limpieza del local. Para que se cumplan estas funciones a la perfección estas personas deben recibir motivación y capacitación constante. Puesto que el servicio al cliente se haya al concretar la venta y en el proceso para realizar la venta. (Rodríguez, 2015)

Asimismo Estela (2018), menciona que el servicio al cliente que se brinda de manera adecuada es un punto a favor frente a la competencia puesto que esta estrategia de marketing es poderosa frente a las promociones. A la vez se conoce que fidelizar a un cliente es mas caro que mantener uno que ya existe, mucho mas hoy en día que existen estrategias que la competencia adopta del mundo globalizado.

#### **2.2.2.2 Técnicas del servicio al cliente**

Las técnicas del servicio al cliente pueden asociarse a considerables aspectos, lo señala Estela (2018), tales como:

**Técnica de explicación:** Estas comunican de forma verbal la más posible información sobresaliente al consumidor para que así tome una mejor decisión en lo que consumirá. Debe contestar a la siguiente ecuación: Problema – solución – beneficio, de manera que el comprador tome la mejor decisión y se encuentre satisfecho.

**Técnica de empatía:** Esta facilita al consumidor un elevado nivel que proviene de parte de la calidad, esto hace que se sienta asociado a algo más importante. Puede ser eficiente, pero se necesita de mucho tiempo de cada consumidor, ya que facilita la atención individualmente.

**Técnica de interrogación:** Se demuestra aplicando una ronda de interrogantes en relación a favor de sus necesidades, para que se logre ofrecer una consideración especial, para que así no se pierda en tiempo en aclaraciones. (Estela, 2018).

### 2.2.2.3 Factores del servicio al cliente

Rodríguez (2015), sostiene que la atención al consumidor es un servicio que la entidad o establecimiento ofrece a las personas al instante, que escucha su opinión, peticiones o quejas, para vender un artículo u ofrecer lo producido.

Por otro lado indica como comprender las ideas analizando las técnicas que participan en la atención al consumidor:

i. **Amabilidad:** Se refiere a la relación agradable, educada y atenta. Sucede en el momento que el colaborador saluda al consumidor con un gesto sincero, esto hace que sientan encantados de satisfacer sus necesidades antes de vender.

ii. **Atención personalizada:** Es la atención personal y directa que considera lo que necesita el consumidor según las preferencias y los gustos que este necesita satisfacer.

iii. **Rapidez en la atención:** El tiempo en que se atiende a los clientes debe ser la mínima posible puesto que se debe recepcionar el pedido, entregarlos y verificar que el cliente se fue satisfecho.

iv. **Ambiente agradable:** Un entorno grato es un entorno cómodo en el cual el comprador se sienta gratamente contento. Sucede, por ejemplo, en el momento que el trabajador le brinda una afectuosa amistad, contando con un buen decorado, un alumbrado apropiado, música que atrae, etc.

v. **Comodidad:** Se refiere al bienestar que se le ofrece al comprador en el momento que está en el negocio. Sucede, por ejemplo, si el lugar cuenta con un ambiente espacioso, asientos cómodos, escritorios amplios, aparcamiento de vehículos, un locker para guardar sus bienes, etc.

vi. **Seguridad:** Se refiere a la protección del establecimiento a la vez la que sentirá el consumidor cuando realiza sus compras.

vii. **Higiene:** Se refiere a la pulcritud con la que contará la organización y a su vez los trabajadores. (Rodríguez, 2015).

Rodríguez (2015), concluye que la organización al trabajar con diferentes factores contribuya a que el servicio que brinde sea de manera óptima; se puede considerar aquí la amabilidad con los clientes, la rapidez al atender, el trato que brinda, el ambiente y tanto la comodidad como la seguridad que se pueda brindar.

#### **2.2.2.4 Claves para un buen servicio al cliente**

De acuerdo con Mejía (2018), la rivalidad entre los negocios es cada vez mayor debido a que los bienes que se ofrece son semejantes y los que consumen quieren excelente calidad, servicio eficiente y costos bajos. Es por eso que la organización fundamentalmente debe encontrar estrategias que llamen la atención de los clientes, para que pueda establecerse una fidelización y a al mismo tiempo se asegura que recomienden a futuros consumidores.

Mejía (2018), indica las siguientes claves para contar con un excelente servicio al cliente:

**Satisfacción del cliente:** Cada organización debe centrarse al 100% en ofrecer el mejor servicio de calidad. Siempre y cuando recuerde que los clientes son de suma importancia y que por ellos es que muchas de las empresas tienen un lugar en el mercado. Deberán ofrecer un servicio veloz puesto que muchas veces esperar torna aburrido para un cliente, corriendo el riesgo que este prefiera al competidor porque recibe una atención que cubre sus necesidades.

**Trabajo es trabajo:** Como se conoce perfectamente la vida se divide en dos aspectos: profesionales y personales. De esta manera debe estar claro que las dificultades que se presenten a diario no afectarán de ninguna manera las actividades a realizar en el trabajo. Los clientes no deben sentir o percibir la tristeza, el mal humor o el desánimo de los que atienden para que puedan realizar sus compras con total tranquilidad y se fidelicen con la organización.

**Ser cortés:** Es el momento que el comprador llega al negocio, con abundantes o escasas personas en el interior, los trabajadores tienen la obligación de brindarles un saludo amigable. Esto crea mucha confianza en el comprador puesto que siente que cuenta con el apoyo de alguien que le ayudará en cuanto lo necesite. Es de suma importancia que al recibirlo muestre una sonrisa amable y respetuosa al consumidor. De esta manera se generará menos robos ya que los delincuentes serán observados. (Mejía, 2018)

**Los clientes no se juzgan:** Toda persona que entra para adquirir un bien debe ser tratada con respeto. No se debe criticar por la ropa o su apariencia física, causaría que se pierda cliente y al mismo tiempo la empresa quebrara. La intención con energía

y brindar un servicio excelente, pese a que las personas decidan adquirir un bien o solo mirar.

**Cientes autónomos:** El confort de los compradores es importante, por eso se les da el sitio apropiado para efectuar su compra. Es útil que el vendedor ofrezca ayudarles y después aguardar que requiera de su atención. No es bueno imponer y seguir al comprador ya esto generara que se salga del lugar. (Mejía, 2018).

**El cliente tiene la palabra:** En el momento que el consumidor requiera la ayuda del vendedor, ellos tiene que prestar atención y después ayudar. No se debe detener al consumidor, esta adquisición beneficiara a la empresa. Se esperará a que acabe de dialogar para expresar su idea.

**Adaptarse a cada cliente:** Se debe considerar que no todos los humanos tienen el mismo tono o manera de hablar por lo tanto todos merecen ser atendidos de manera diferente. Con la seguridad que los trabajadores y propietarios lleven un ritmo equivalente, de manera sencilla o en algunos caso de manera formal. Se debe contar con la habilidad de utilizar diferentes estilos en los consumidores. (Mejía, 2018).

Mejía (2018), concluye que la capacitación constante a los colaboradores debe ser una de las prioridades en la organización puesto que ellos lo retribuirán brindando un ambiente grato para los consumidores. En tanto los clientes mostraran su agradecimiento siendo fieles a la empresa.

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación por ser de tipo descriptiva no presenta hipótesis por ello Hernández, Fernández, & Baptista (2014), mencionan que: “las hipótesis indica lo que se trata de constatar y se definen como justificaciones tentativas del fenómeno examinado.” Y en la “investigación descriptiva se rastrea para definir las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a una disección”.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Es de tipo cuantitativo porque se conocerá la verdad de manera neutral ahora que las referencias proceden de ideas y variantes, conocido esto como un encaje equitativo de noción que posee vinculación con los objetivos de experimentación; estos dirigen la ruta a seguir y al mismo tiempo sugiere técnicas a aprovechar (Berardi, 2015).

Merino (2015), considera que el nivel descriptivo investiga que es lo que sucede en un tiempo determinado: proporción del auditorio objetivo que adquiere una marca en un sitio específico, particularidades de los individuos que emplean un servicio determinado, etc. De esta manera la presente investigación al reunir dichas características, se catalogará como descriptiva porque buscará encontrar las características de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas del AA.HH Almirante Miguel Grau – Piura, año 2019. El autor antes mencionado también lo denomina como un estudio mucho más sensato.

El tipo de diseño que se fijara a la investigación será no experimental, ya que según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), indican que es un estudio que se realiza sin alterar deliberadamente las variables y en el que sólo se analizan los fenómenos en su ambiente natural.

### **4.2. Población y muestra**

Gonzales (2015), indica que el universo es el nombre que obtiene la delimitación del campo de investigación que tienen como propósito el cálculo del conjunto de unidades de observación que van a ser investigadas, por lo tanto el

universo bajo estudio está constituido por las MYPE rubro bodegas ubicadas en el AA. HH Almirante Miguel Grau – Piura.

**Cuadro 1: Relación de MYPEs.**

Ítem	Nombre de la bodega	RUC	Nº de trabajadores	Dirección
1	Olga	10028100171	5	AA.HH Almirante Miguel Grau Mz “A” Lt 01, I etapa Piura.
2	Mary	10032002566	3	AA.HH Almirante Miguel Grau Mz “A” Lt 06, I etapa Piura.
3	Diana	10437168003	2	AA.HH Almirante Miguel Grau Mz “A” Lt 08, I etapa Piura.
4	Evenecer	10026290665	1	AA.HH Almirante Miguel Grau Mz “B” Lt 40, I etapa Piura.
5	Cotos	10026432451	2	AA.HH Almirante Miguel Grau Mz “E” Lt 26, I etapa Piura.
<b>Total</b>			13	

Elaboración: Propia.

Para la presente investigación la población, está dada por los individuos a quienes se acudiría en indagación de la información en relación a la primera variable: “gestión de calidad” se acudiría a 5 propietarios y 13 colaboradores de las MYPE investigadas trabajandose con la totalidad (N=n), constituyendo una población finita dado que se conoce el número limitado de elementos.

Para la variable “ Servicio al cliente” se acudiría a los clientes de las bodegas, por lo tanto constituyen una población infinita puesto que no se puede contabilizar todos sus elementos porque existe un número ilimitado.

**Muestra:**

La muestra de la variable gestión de calidad es 18 donde 5 son propietarios y 13 trabajadores donde n= 18.

La muestra de la variable servicio al cliente se empleará la fórmula de muestra considerando que es una investigación cuantitativa y descriptiva:

Teniendo una población infinita aplicaremos la siguiente formula:

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

**Donde:**

Z= (Valor estadístico)	1.96
Z <sup>2</sup>	3.8416
p= personas que no compran en las bodegas (50%)	0.50
q= personas que compran en las bodegas (50%)	0.50
Margen de error (5%)	0.05
Nivel de confianza (95%)	0.95

**n:** Tamaño de la muestra.

**p:** Probabilidad de éxito.

**q:** Probabilidad de fracaso.

**Z:** Valor obtenido mediante niveles de confianza. En relación al 95% de confianza su valor estadístico equivale a 1.96.

**e:** Limite aceptable de error.

Tamaño de muestra para la población infinita, según (Pickers, 2015).

**Aplicando la fórmula:**

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

$$n = \frac{1.96 * 1.96 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \text{ clientes.}$$

<b>Criterios</b>	
<b>Inclusión</b>	<b>Exclusión</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Edad: 18 – 65 años</li><li>• Género: Femenino – Masculino</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personas que no cuenten con poder adquisitivo.</li><li>• Personas que no frecuenten las bodegas.</li></ul>

### 4.3. Definición y Operacionalización de variables

<b>MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN</b>							
<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>ESCALA</b>	
Gestión de calidad	Proceso formal utilizado para revisar las operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad. (De Molina, 2018)	Beneficios	Generar mayor eficiencia	Propietario y trabajador	La dimensión “beneficios” se medirá con sus indicadores generar mayor eficiencia, estimula la moral de los empleados, mejora la gestión de procesos y ofrece niveles altos de satisfacción del cliente con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.	Nominal	
			Estimula la moral de los empleados				
			Mejora la gestión de procesos				
			Ofrece niveles altos de satisfacción del cliente				
		Elementos	Estructura organizacional				La dimensión “elementos” se medirá con sus indicadores estructura organizacional, planificación, recursos, procesos y procedimientos con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.
			Planificación				
			Recursos				
			Procesos				
			Procedimientos				

Servicio al cliente	Métodos que emplea una empresa para garantizar que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores de manera correcta. (Estela, 2018)	Técnicas	Explicación	Clientes	La dimensión “técnicas” se medirá con sus indicadores explicación, empatía, interrogación con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.
			Empatía		
			Interrogación		
		Factores	Amabilidad		La dimensión “factores” se medirá con sus indicadores amabilidad, atención personalizada, rapidez en la atención, ambiente agradable, comodidad, seguridad e higiene con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.
			Atención personalizada		
			Rapidez en la atención		
			Ambiente agradable		
			Comodidad		
			Seguridad		
			Higiene		

Elaboración: Propia.

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

López & Fachelli (2015), dan a conocer que la encuesta es una de las técnicas de indagación general de más desarrollado uso en el espacio de la Sociología que ha trascendido el ambiente preciso de la investigación científica, para convertirse en una laboriosidad cotidiana de la que todos participamos tardíamente o anticipadamente.

Es por eso que para el progreso de la actual indagación se aplicará la técnica de la encuesta, que sondea recolectar datos por medio de un cuestionario pre - diseñado de escala nominal, y no modificará el ambiente ni controlará el asunto que está en investigación.

Los datos se obtendrán a partir de la ejecución de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de propietarios, trabajadores y clientes, con la finalidad de reconocer estados de opinión, características o hechos específicos. El cuestionario se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables, utilizará un registro de preguntas escritas que se entregarán a los individuos, con la finalidad de que las contesten de la misma manera.

#### **4.5. Plan de análisis**

Luego de reunir los datos, se procesan de acuerdo a cada variable y sus dimensiones en la base de datos Microsoft Word de Windows 7. Se utilizara estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, empleando el programa Excel. Luego se ejecuta el análisis e interpretación de los datos recogidos mediante el cuestionario que será validado con el método juicio del experto.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019</p>	<p>¿Qué características tiene la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019?</p>	<p>Identificar las características de la gestión de calidad y el servicio al Cliente en las MYPE rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.</p>	<p>La presente investigación por ser de tipo descriptiva no presenta hipótesis (Hernández, Fernández, &amp; Baptista, 2014)</p>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo <b>Nivel:</b> Descriptivo  <b>Diseño:</b> No experimental  <b>Población:</b> Muestra 5 MYPE del A.H Almirante Miguel Grau, Piura, 5 propietarios, 13 trabajadores y 384 clientes  <b>Técnica:</b> encuesta  <b>Instrumento:</b> cuestionario</p>
		<p>(a) Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.</p> <p>(b) Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad.</p> <p>(c) Conocer las técnicas que están utilizando las MYPE rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para medir la satisfacción de servicio al cliente.</p> <p>(d) Definir los factores de servicio al cliente que utilizan las MYPE rubro bodegas, Asentamiento Humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para con sus clientes.</p>		

Elaboración: Propia.

#### **4.7. Principios éticos**

Uladech (2016), indica que los principios éticos exoneran al que realiza la investigación de la responsabilidad ciudadana, ética y deontológica, de esta manera deben seguirse las buenas prácticas: El que investiga estara consciente de la responsabilidad profesional y científica ante la sociedad; en las publicaciones científicas el que investiga evitara indicir en falsedad de datos, el plagio de publicaciones de otros autores, insertar autores que no han contribuido en realizar en trabajo.

Por lo tanto en la investigación será respetada la propiedad intelectual y privacidad es por ello que las fuentes consultadas son referencias con la norma APA, además existe honestidad intelectual, imparcialidad y responsabilidad social dado que se considera la veracidad de los resultados y los datos no serán manipuladas a beneficio del autor.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

*Cuadro 2: Características demográficas de los propietarios.*

Características	Frecuencia	Porcentaje
<b><u>Edad de los propietarios</u></b>		
18 a 25 años		
26 a 45 años	2	40%
46 a 50 años	1	20%
Más de 50 años	2	40%
<b><u>Estado civil</u></b>		
Soltero(a)	1	20%
Casado(a)	2	40%
Conviviente	1	20%
Viudo(a)	1	20%
Divorciado(a)		
<b><u>Género</u></b>		
Masculino	1	20%
Femenino	4	80%
<b><u>Nivel de estudios</u></b>		
Primaria	2	40%
Secundaria	2	40%
Superior	1	20%
<b><u>Años en el negocio</u></b>		
Menos de 05 años		
Hasta 10 años	1	20%
Más de 10 años	4	80%
<b><u>N° de trabajadores</u></b>		
1 a 2	3	60%
3 a 4	1	20%
4 a 5	1	20%
Más de 5		

Fuente: encuesta

El cuadro n° 3 muestra que hay igualdad con un 40% de los propietarios están entre los 26 - 45 y más de 50 años, así mismo que el 40% tiene un estado civil casado, la mayor parte de propietarios con un 80% son de género femenino. Con respecto al nivel de estudios existe una igualdad del 40% entre primaria y secundaria, el 80% cuenta con una antigüedad mayor a 10 años en su negocio y el 60% cuenta con un total de 1 a 2 trabajadores.

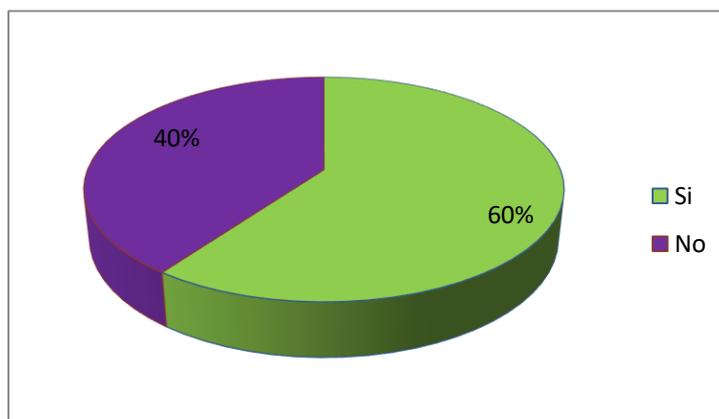
**5.1.1 Objetivo 1** “Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.”

**Tabla 1:**  
*¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	3	60%
<b>No</b>	2	40%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 1:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención?”

**Elaboración:** Propia.

En la tabla 1 y figura 1 que representa a ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención? se observa que el 60% de las MYPEs establecen pautas para que sus colaboradores mejoren su atención.

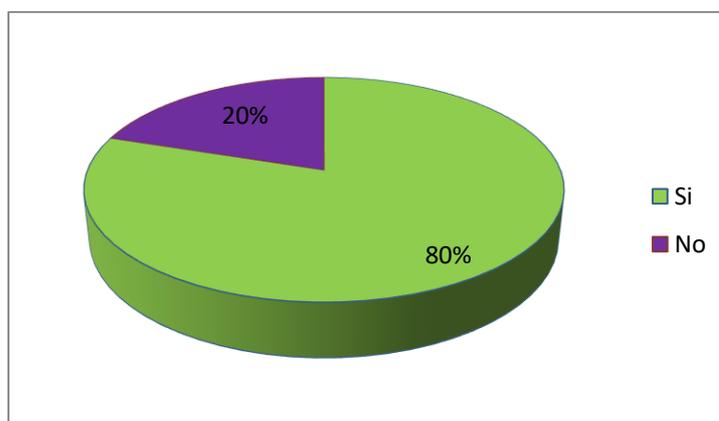
**Tabla 2:**

**¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	4	80%
<b>No</b>	1	20%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 2:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?”

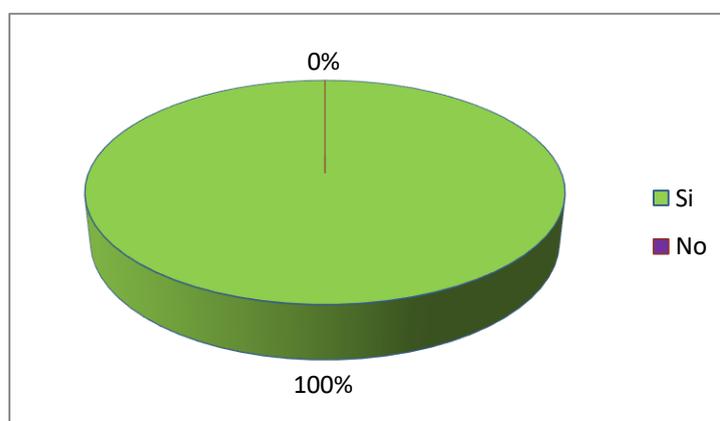
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 2 y figura 2 que representa a “¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?” se observa que el 80% de las MYPEs da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superan lo planeado en el día.

**Tabla 3:**  
**¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.  
**Elaboración:** Propia.



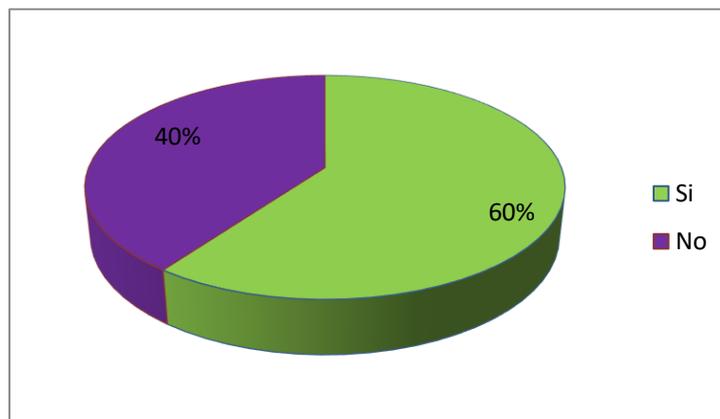
**Figura 3:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?”  
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 3 y figura 3 que representa a “¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?” se observa que el 100% de las MYPEs están pendientes de las ineficiencias que existan en su local para corregirlas de manera adecuada.

**Tabla 4:**  
**¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	60%
No	2	40%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.  
**Elaboración:** Propia.



**Figura 4:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?”  
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 4 y figura 4 que representa a “¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?” se observa que el 60% de las MYPEs tienen libro de reclamaciones en sus bodegas lo cual el 40% restante debería implementarlo.

**5.1.2 Objetivo 2** “Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad.”

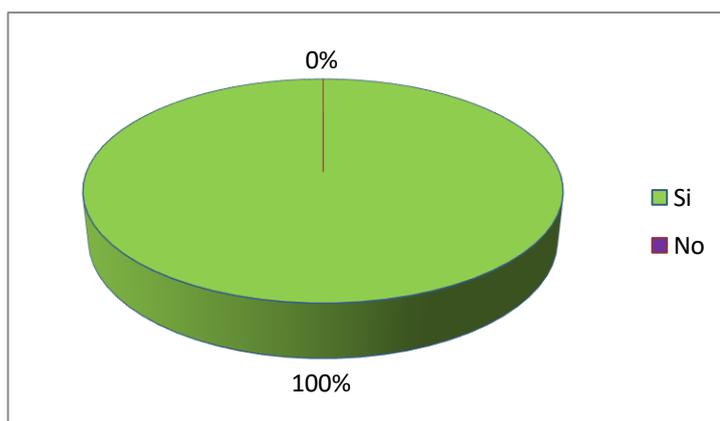
**Tabla 5:**

*¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	5	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 5:** Grafico circular que representa a la pregunta “¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?”

**Elaboración:** Propia.

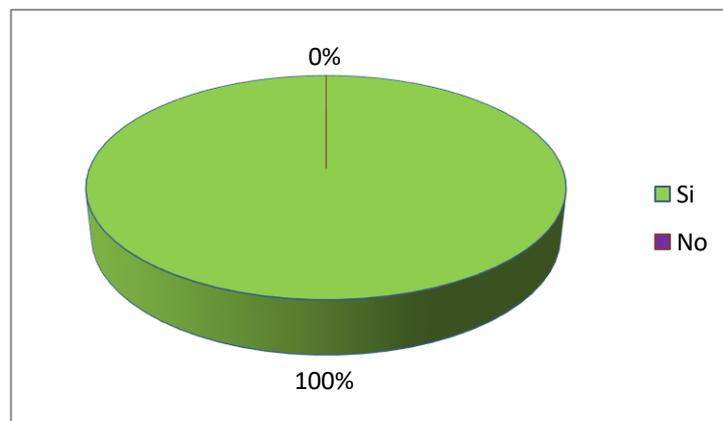
En la tabla 5 y figura 5 que representa a “¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?” se observa que el 100% de las MYPEs instruyen a sus colaboradores para que estos conozcan las actividades a realizar.

**Tabla 6:**  
***¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	5	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 6:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?”

**Elaboración:** Propia.

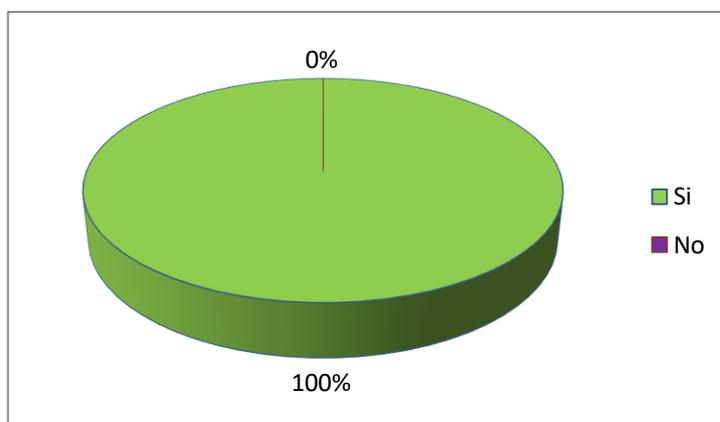
En la tabla 6 y figura 6 que representa a “¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?” se observa que el 100% de las MYPEs considera que tiene buenos colaboradores ya que estos cumplen con las ventas planeadas.

**Tabla 7:**  
**¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	5	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 7:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?”

**Elaboración:** Propia.

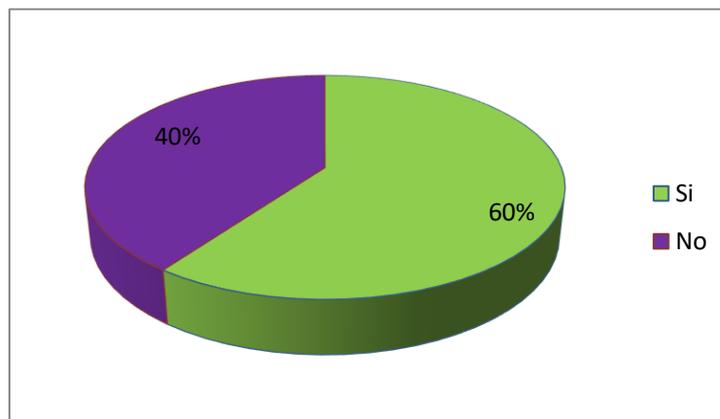
En la tabla 7 y figura 7 que representa a “¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?” se observa que el 100% de las MYPEs diariamente acuden al mercado para comprar y abastecer sus bodegas con productos nuevos y con los que hagan falta.

**Tabla 8:**  
*¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	3	60%
<b>No</b>	2	40%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 8:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?”

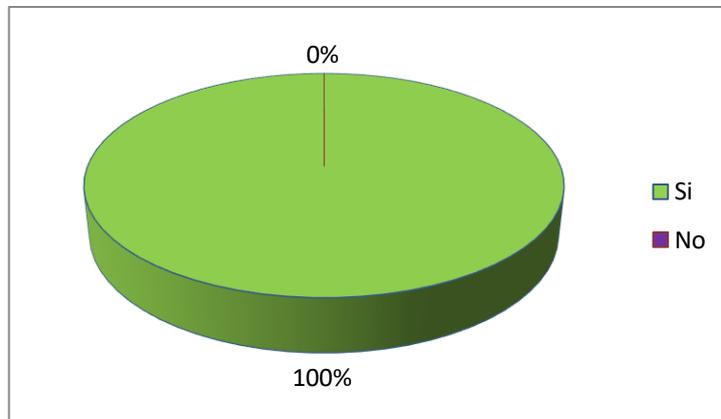
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 8 y figura 8 que representa a “¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?” se observa que el 60% de las MYPEs da a conocer a sus colaboradores los detalles de los productos que se encuentran a la venta en la bodega para que ellos puedan orientar a los clientes.

**Tabla 9:**  
**¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al propietario.  
**Elaboración:** Propia.



**Figura 9:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?”  
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 9 y figura 9 que representa a “¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?” se observa que el 100% de las MYPEs toma en cuenta las opiniones de sus colaboradores tanto en los productos como el servicio de la bodega, puesto que ellos son los que conocen la verdadera necesidad de cliente.

**Cuadro 3: Características demográficas de los trabajadores**

<b>Características</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b><u>Edad de los trabajadores</u></b>		
18 a 25 años	4	30.77%
26 a 45 años	8	61.54%
46 a 50 años		
Más de 50 años	1	7.69%
<b><u>Estado civil</u></b>		
Soltero(a)	8	61.54%
Casado(a)	1	7.69%
Conviviente	3	23.08%
Viudo(a)	1	7.69%
Divorciado(a)		
<b><u>Género</u></b>		
Masculino	1	7.69%
Femenino	12	92.31%
<b><u>Nivel de estudios</u></b>		
Primaria	1	7.69%
Secundaria	9	69.23%
Superior	3	23.08%

Fuente: encuesta

El cuadro n° 4 muestra que el 61.54% de los trabajadores se encuentran entre los 26 a 45 años, así mismo se muestra que el 61.54% se encuentran solteros, el 95.31% son de género femenino. Y con respecto a su nivel de estudio el 69.23% cuenta con estudios secundarios.

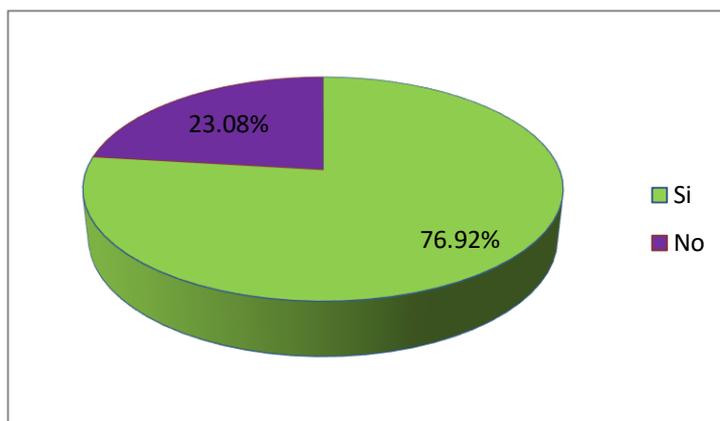
**5.1.3 Objetivo 1** “Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.”

**Tabla 10:**  
*¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	10	76.92%
<b>No</b>	3	23.08%
<b>Total</b>	13	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 10:** Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?

**Elaboración:** Propia.

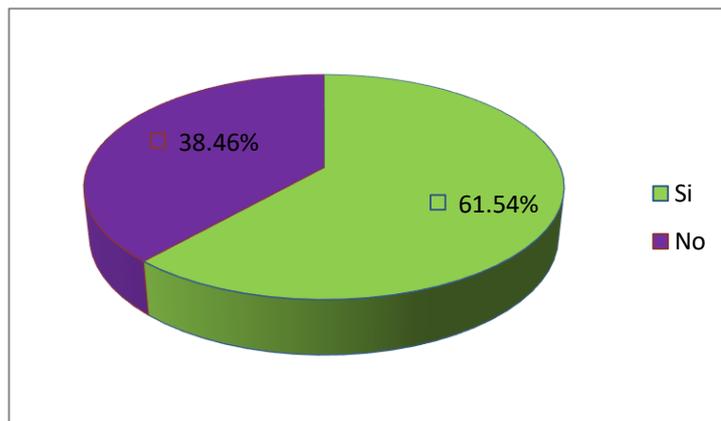
En la tabla 10 y figura 10 que representa a ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención? se observa que el 76.92% de trabajadores asegura que su jefe establece las pautas que se necesitan para que atiendan de manera eficiente.

**Tabla 11:**  
**¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	61.54%
No	5	38.46%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 11:** Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe?

**Elaboración:** Propia.

En la tabla 11 y figura 11 que representa a ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe? se observa que el 61.54% de trabajadores indica que reciben sus incentivos por realizar buenas ventas.

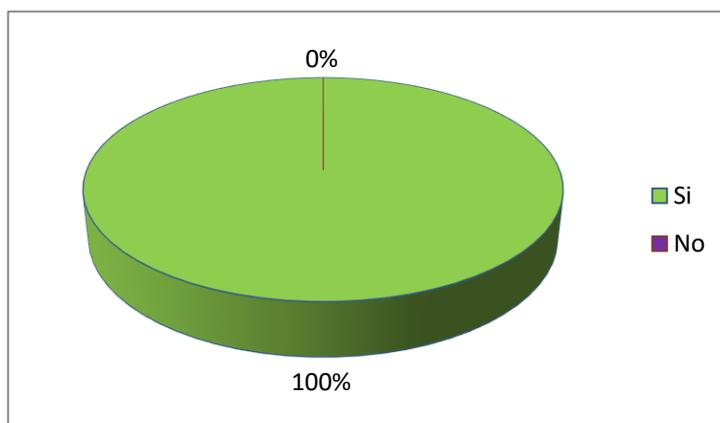
**Tabla 12:**

**¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	13	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	13	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 12:** Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?

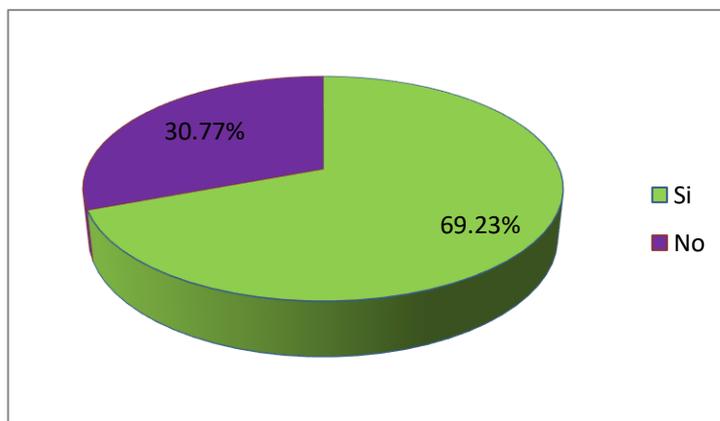
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 12 y figura 12 que representa a ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento? se observa que el 100% de trabajadores asegura sus jefes cumplen con su función de corregir los problemas o dificultades que se presentan en la bodega.

**Tabla 13:**  
**¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	69.23%
No	4	30.77%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.  
**Elaboración:** Propia.



**Figura 13:** Gráfico circular que representa a la pregunta ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?  
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 13 y figura 13 que representa a ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes? se observa que el 69.23% de trabajadores confirma que las bodegas cuentan con libro de reclamaciones en tanto el 30.77% considera recomendará a su jefe implementarlo.

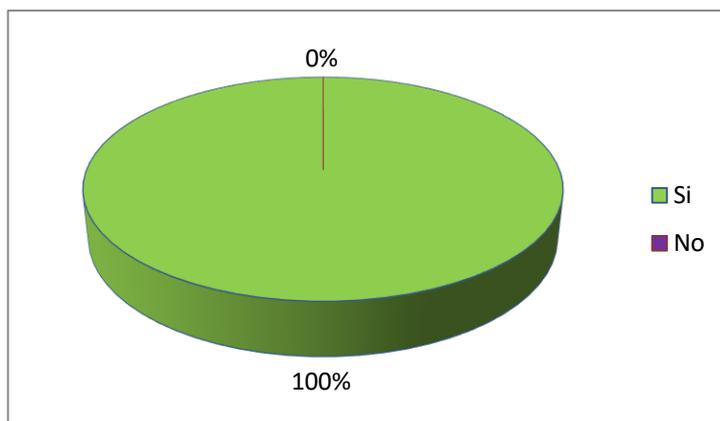
**5.1.4 Objetivo 2** “Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad.”

**Tabla 14:**  
*¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	13	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	13	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 14:** Grafico circular que representa a la pregunta “¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?”

**Elaboración:** Propia.

En la tabla 14 y figura 14 que representa a “¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?” se observa que el 100% de trabajadores indica que sus jefes les indican cual serán las funciones a realizar dentro de la bodega.

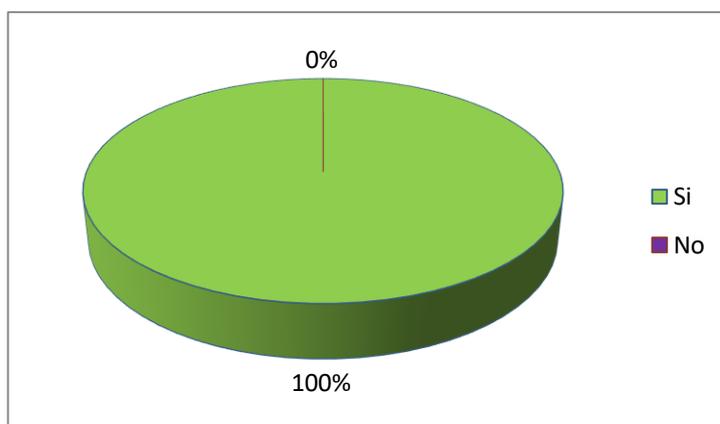
**Tabla 15:**

***¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	13	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	13	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 15:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?”

**Elaboración:** Propia.

En la tabla 15 y figura 15 que representa a “¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?” se observa que el 100% de trabajadores menciona que si cumple con lo establecido por su jefe, brindando una buena atención para incrementar las ventas.

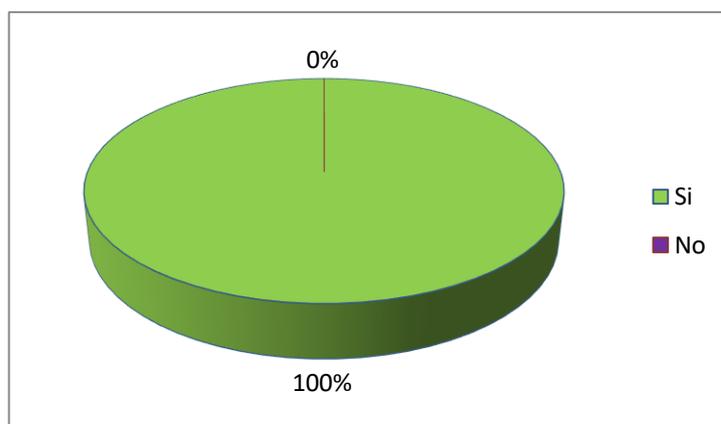
**Tabla 16:**

***¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	13	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	13	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 16:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?”

**Elaboración:** Propia.

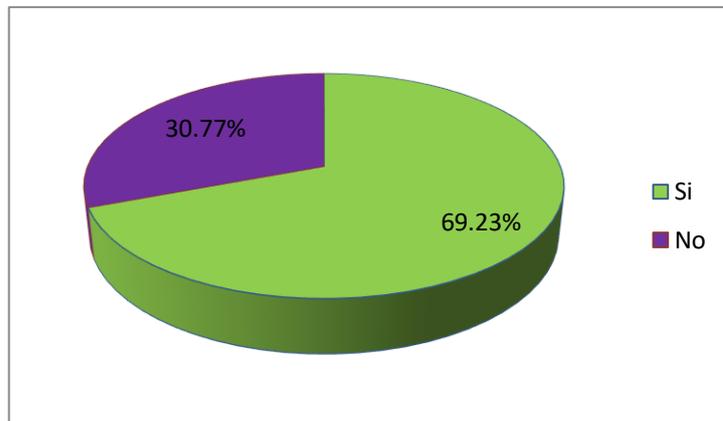
En la tabla 16 y figura 16 que representa a “¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?” se observa que el 100% de trabajadores indica sus jefes realizan compras diariamente de nuestros productos o de productos que se están agotando.

**Tabla 17:**  
*¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	9	69.23%
<b>No</b>	4	30.77%
<b>Total</b>	13	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 17:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?”

**Elaboración:** Propia.

En la tabla 17 y figura 17 que representa a “¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?” se observa que el 69.23% de trabajadores mencionan que sus jefes les indican cuales son los beneficios de los productos que ofrecen a sus clientes por otro lado el 30.77% no conoce los beneficios porque trabajan a medio tiempo o por horas.

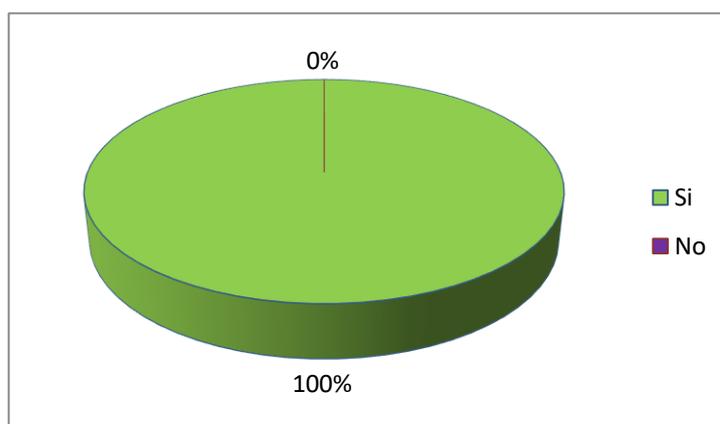
**Tabla 18:**

***¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	13	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	13	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al trabajador.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 18:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?”

**Elaboración:** Propia.

En la tabla 18 y figura 18 que representa a “¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?” se observa que el 100% de trabajadores indican que sus jefes si aceptan las sugerencias de mejora para las bodegas ya que ellos son los que conocen lo que los clientes necesitan para que exista mayor concurrencia de clientes en el establecimiento.

**Cuadro 4: Características demográficas de los clientes.**

<b>Características</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b><u>Edad de los clientes</u></b>		
18 a 25 años	75	19.53%
26 a 45 años	145	37.76%
46 a 50 años	113	29.43%
Más de 50 años	51	13.28%
<b><u>Estado civil</u></b>		
Soltero(a)	95	24.74%
Casado(a)	48	12.50%
Conviviente	218	56.77%
Viudo(a)	10	2.60%
Divorciado(a)	13	3.39%
<b><u>Género</u></b>		
Masculino	89	23.18%
Femenino	295	76.82 %
<b><u>Nivel de estudios</u></b>		
Primaria	84	21.88%
Secundaria	207	53.90%
Superior	93	24.22%

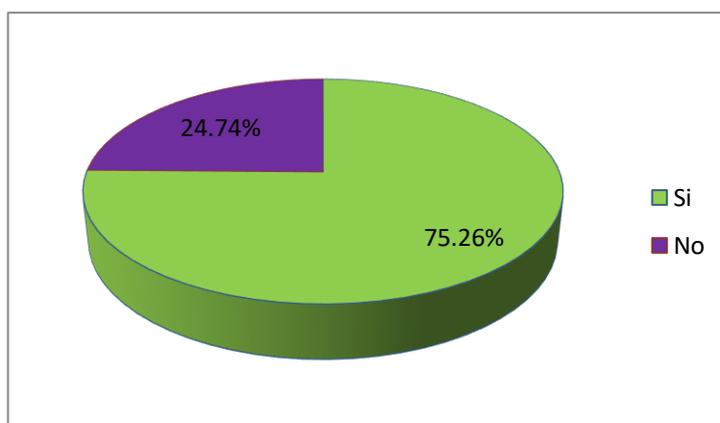
El cuadro n° 5 muestra que el 37.76% de los clientes encuestados se encuentran entre los 26 a 45 años, así mismo que el 56.77% son convivientes. Con respecto al género el femenino sobresale con un 76.82% además el nivel de estudios con un 53.90% es el secundario.

**5.1.5 Objetivo 3** “Conocer las técnicas que están utilizando las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para medir la satisfacción de servicio al cliente.”

**Tabla 19:**  
*¿Recibe de manera oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	289	75.26%
<b>No</b>	95	24.74%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.  
**Elaboración:** Propia.



**Figura 19:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Recibe de manera oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?”  
**Elaboración:** Propia.

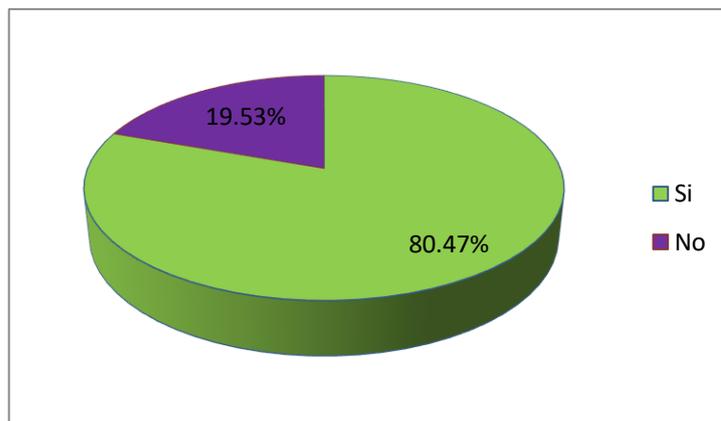
En la tabla 19 y figura 19 que representa a “¿Recibe de manera oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?” se observa que el 75.26% de clientes encuestados indican que al tener una duda de algún producto la persona que lo atiende le brinda la debida explicación.

**Tabla 20:**  
**¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	309	80.47%
No	75	19.53%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 20:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?”

**Elaboración:** Propia.

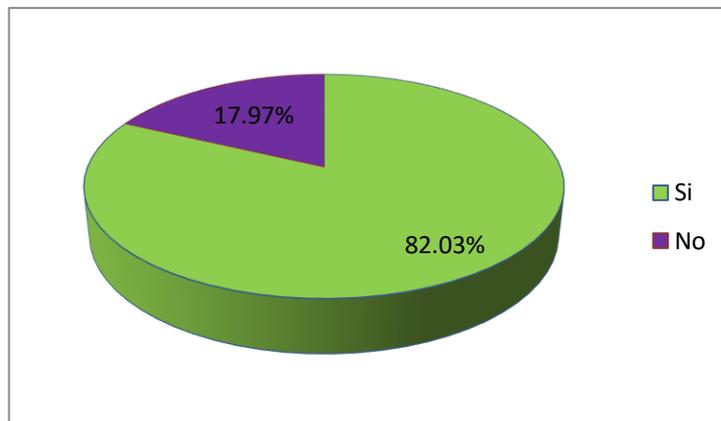
En la tabla 20 y figura 20 que representa a “¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?” se observa que el 80.47% de clientes encuestados indican que sienten el carisma y afecto con que los tratan los vendedores, por lo tanto reciben una buena atención.

**Tabla 21:**  
***¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	315	82.03%
<b>No</b>	69	17.97%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 21:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?”

**Elaboración:** Propia.

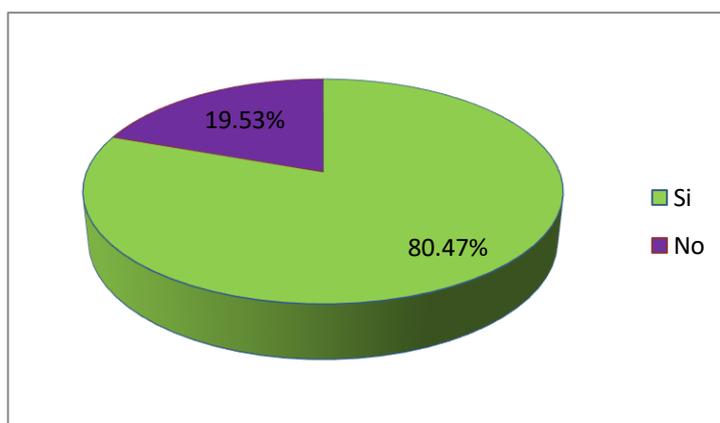
En la tabla 21 y figura 21 que representa a “¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?” se observa que el 82.03% de clientes encuestados mencionan que cuando brinda alguna sugerencia de cambio, mejora o la venta de un nuevo producto el propietario lo recibe con mucho gusto y si está a su alcance realizarlo lo implementa inmediatamente.

**5.1.6 Objetivo 4** “Definir los factores de servicio al cliente que utilizan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para con sus clientes.”

**Tabla 22:**  
*¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	309	80.47%
<b>No</b>	75	19.53%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.  
**Elaboración:** Propia.



**Figura 22:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?”  
**Elaboración:** Propia.

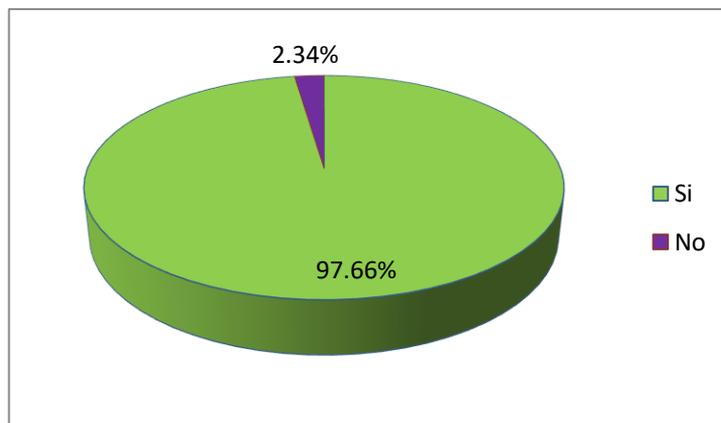
En la tabla 22 y figura 22 que representa a “¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?” se observa que el 80.47% de clientes encuestados indican no perciben una diferenciación en el trato que reciben por parte de los vendedores.

**Tabla 23:**  
**¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	375	97.66%
No	9	2.34%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 23:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias”

**Elaboración:** Propia.

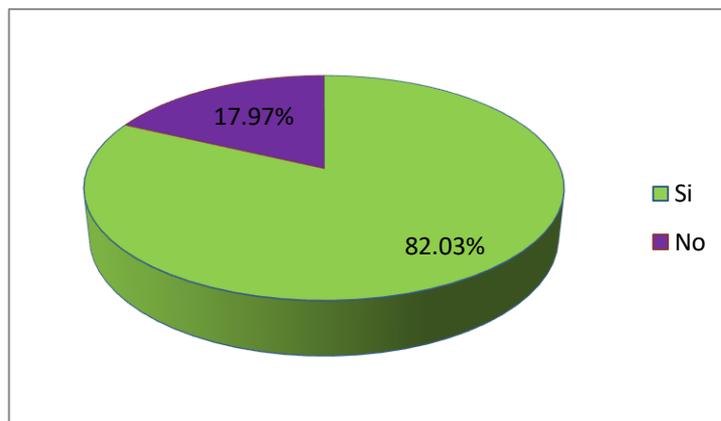
En la tabla 23 y figura 23 que representa a “¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias” se observa que el 97.66% de clientes encuestados mencionan que los vendedores antiguos e incluso los propietarios conocen sus gustos y preferencia lo cual reciben los productos tal y como ellos lo prefieren.

**Tabla 24:**  
***¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?***

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	315	82.03%
<b>No</b>	69	17.97%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 24:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?”

**Elaboración:** Propia.

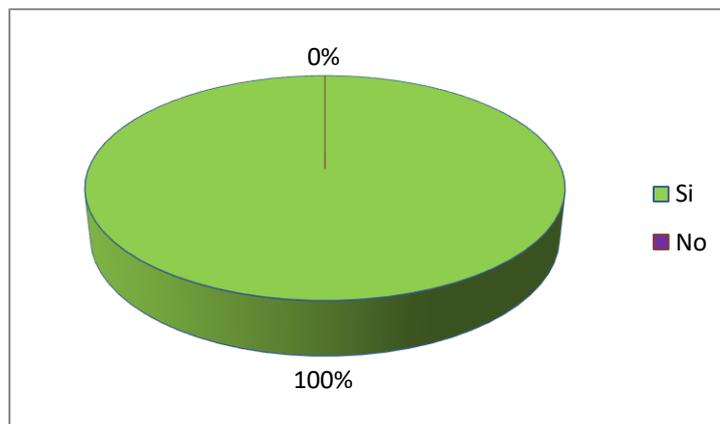
En la tabla 24 y figura 24 que representa a “¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?” se observa que el 82.03% de clientes encuestados mencionan reciben una atención rápida, siempre y cuando no sea horas en las que hay mayor concurrencia de clientes como es las horas de mediodía.

**Tabla 25:**  
*¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	384	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 25:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?”

**Elaboración:** Propia.

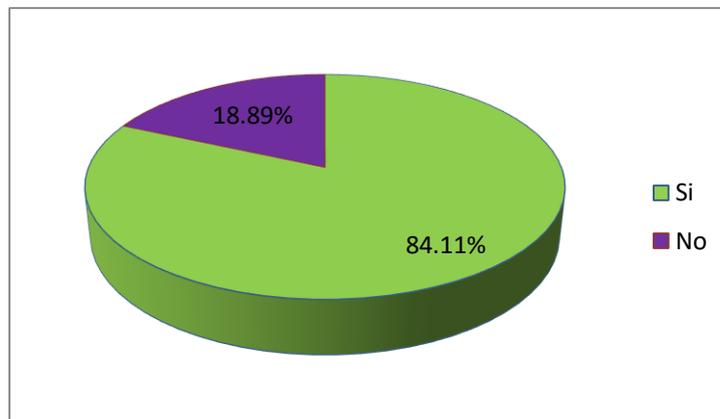
En la tabla 25 y figura 25 que representa a “¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?” se observa que el 100% de clientes encuestados indican que las bodegas muestran un ambiente atractivo, más que todo limpio y ordenado.

**Tabla 26:**  
**¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	323	84.11%
<b>No</b>	61	18.89%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 26:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?”

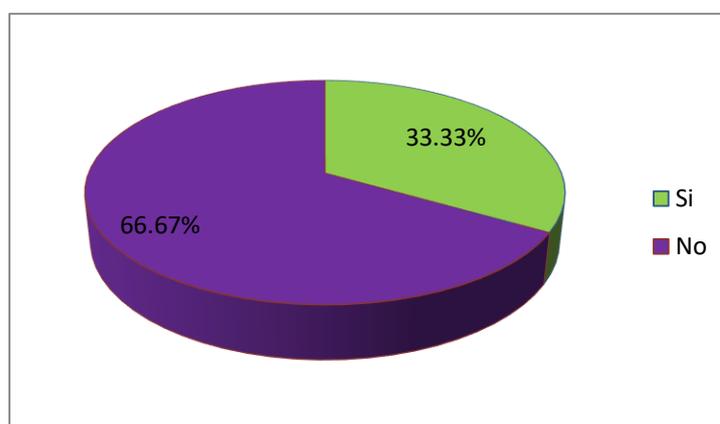
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 26 y figura 26 que representa a “¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?” se observa que el 84.11% de clientes encuestados indican los propietarios buscan su comodidad para que realicen sus compras tranquilamente.

**Tabla 27:**  
**¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	128	33.33%
<b>No</b>	256	66.67%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.  
**Elaboración:** Propia.



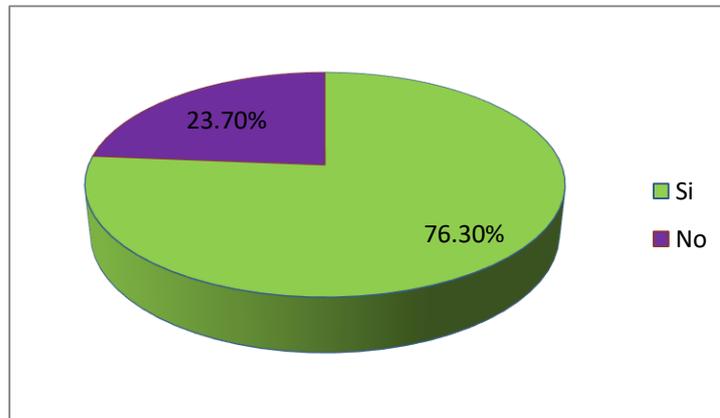
**Figura 27:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?”  
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 27 y figura 27 que representa a “¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?” se observa que el 66.67% de clientes encuestados indican que las bodegas no tienen un lugar establecido para implementar su botiquín de primeros auxilios.

**Tabla 28:**  
*¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	293	76.30%
<b>No</b>	91	23.70%
<b>Total</b>	384	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado al cliente.  
**Elaboración:** Propia.



**Figura 28:** Gráfico circular que representa a la pregunta “¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?”  
**Elaboración:** Propia.

En la tabla 28 y figura 28 que representa a “¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?” se observa que el 76.30% de clientes encuestados mencionan que las bodegas tienen bien cuidadas las frutas y verduras en mostradores y libres de insectos voladores.

## 5.2 Análisis de resultados

**5.2.1 Objetivo 1** “Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.”

En la tabla 1 y figura 1 que representa a ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención? se observa que el 60% de las MYPEs establecen pautas para que sus colaboradores mejoren su atención. Ayala (2019), en su investigación concluye que planificar debe ser una prioridad en las organizaciones para la obtención de calidad, pues de esta forma se establecen objetivos, políticas y reglas de la organización para superar a su competencia potencial y real. Dado que la atención es uniforme y encaminada a satisfacer al consumidor. Así mismo De Molina (2018), indica que las organizaciones dan indicaciones que deben seguir los colaboradores con la finalidad de que se lleve a cabo el proceso de comercialización y sencillas capacitaciones con menor costo financiero y en un reducido tiempo. Por lo tanto el otro 40% de las Mype deberán establecer pautas las cuales el colaborador debiera seguir para que realice una excelente atención.

En la tabla 2 y figura 2 que representa a “¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superan sus expectativas?” se observa que el 80% de las MYPEs da incentivos y reconocimientos a sus colaboradores cuando las ventas superan lo planeado en el día. De esta manera en su investigación Reyes (2015), concluye que si los colaboradores cumplen con estrategias que se orientan a una atención excelente, la organización utilizara la planificación de objetivos que se encaminan el satisfacer a los clientes y obtener grandes beneficios. El autor De Molina (2018), indica que las funciones definidas y claras, establecer sistemas de capacitación, comprender

claramente como los roles se involucran en la calidad y que el negocio sea exitoso, son características propias del enfoque de la gestión de calidad. Buscando que los colaboradores se encuentren satisfechos y motivados para que realicen sus actividades de manera óptima. Así pues el 20 % restante de las bodegas deben centrarse en mantener de buen ánimo a sus colaboradores así estos ayudaran en la mejora de clientes del negocio.

En la tabla 3 y figura 3 que representa a “¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?” se observa que el 100% de las MYPEs están pendientes de las ineficiencias que existan en su local para corregirlas de manera rápida y adecuada. Borja & Jijón (2014), concluye en su investigación que actualmente las organizaciones buscan como superar las debilidades tales como los inconvenientes que se presentan al instante en que entregan su servicio, puesto que deben buscar constantemente la calidad tanto del producto como el servicio que brindan cuando el cliente busca algo en la empresa. Es por esta razón que las organizaciones están buscando implementar el modelo de gestión de calidad debido que el ISO 90001 busca satisfacer las necesidades de los clientes con mayor eficacia. Además De Molina (2018), manifiesta que los directivos pueden aprender qué mejoras son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso. Por lo tanto las bodegas al corregir las ineficiencias adecuadamente mantendrán satisfechos a sus clientes.

En la tabla 4 y figura 4 que representa a “¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?” se observa que el

60% de las MYPEs tienen libro de reclamaciones en sus bodegas lo cual el 40% restante debería implementarlo. Aquino (2019), en su investigación concluye que las organizaciones conocen las expectativas de los consumidores, estableciendo el servicio acorde con la necesidad del cliente y evaluando cómo se comporta la calidad real en los procesos de control de calidad comparándolos con los objetivos y erradicando las ineficiencias o diferencias. Por lo tanto De Molina (2018), indica que el ISO 9001 se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas definir qué debe ser un producto de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así, proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua. De esta manera el 40% de las bodegas deberán implementar su libro de reclamaciones para que tengan conocimiento de las molestias e incomodidades de sus clientes.

**5.1.2 Objetivo 2** “Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad.”

En la tabla 5 y figura 5 que representa a “¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?” se observa que el 100% de las MYPEs instruyen a sus colaboradores para que estos conozcan las actividades a realizar. Ayala (2019), concluye en su investigación que se debe analizar cada cierto tiempo a los colaboradores, para conocer si estos comprenden y cumplen con los procedimientos y las normas de la empresa. Por su parte (Riquelme, 2017), hace referencia que la organización debe distribuir a sus colaboradores las tareas y funciones a desempeñar para mejora de la misma. De esta manera se conoce que si

los colaboradores saben las actividades a realizar ejecutarán un buen trabajo siempre y cuando beneficie a los clientes y como consecuencia a la bodega incrementando sus ventas.

En la tabla 6 y figura 6 que representa a “¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?” se observa que el 100% de las MYPEs considera que tiene buenos colaboradores ya que estos cumplen con las ventas planeadas. Ayala (2019), concluye en su investigación que se debe analizar cada cierto tiempo a los colaboradores, para conocer si estos comprenden y cumplen con los procedimientos y las normas de la empresa. Por su parte (Riquelme, 2017), hace referencia que la planificación es la actividad que ayuda a realizar un mapa para lograr el objetivo que se planteó. Respondiendo preguntas tales como: ¿Dónde quiere llegar?, ¿Qué se hará para lograr el objetivo?, ¿Cómo se hará?, ¿Qué necesitarán para que se logre? De esta manera se conoce que si en las bodegas hay un buen clima laboral existirá una mejora en la atención lo que ayudara en el incremento de las ventas y por lo tanto el propietario obtendrá mayores ganancias para cubrir los gastos que incurre tener este tipo de negocio.

En la tabla 7 y figura 7 que representa a “¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?” se observa que el 100% de los propietarios diariamente acuden al mercado para comprar y abastecer sus bodegas con productos nuevos y con los que hagan falta. En su investigación Núñez (2016), concluye que las tiendas de abarrotes deberían mantener una imagen ideal a para el consumidor ya sea con la infraestructura, la innovación en los productos para obtener mayor competitividad puesto que la gestión se calidad se logra teniendo colaboradores eficientes, calidad en sus productos y sobre todo clientes satisfechos. Asimismo

(Riquelme, 2017), indica que los recursos son la maquinaria, ambiente, colaboradores, materiales, dinero para utilizar, etc. De esta manera se conoce que los propietarios están en constante abastecimiento porque quieren cubrir las necesidades de sus clientes oportunamente.

En la tabla 8 y figura 8 que representa a “¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?” se observa que el 60% de las MYPEs da a conocer a sus colaboradores los detalles de los productos que se encuentran a la venta en la bodega para que ellos puedan orientar a los clientes. Borja & Jijón (2014), concluye en su investigación que actualmente las organizaciones buscan como superar las debilidades tales como los inconvenientes que se presentan al instante en que entregan su servicio, puesto que deben buscar constantemente la calidad tanto del producto como el servicio que brindan cuando el cliente busca algo en la empresa. Es por esta razón que las organizaciones están buscando implementar el modelo de gestión de calidad debido que el ISO 90001 busca satisfacer las necesidades de los clientes con mayor eficacia. En cuanto a (Riquelme, 2017), indica que el proceso es la actividad que convierte el material en servicio o producto. Los procesos necesariamente requieren de planes y recursos siendo preciso que se identifique cada proceso. En este caso el 40% de las bodegas deberán mejorar el proceso de su servicio dando a conocer a sus colaboradores cual es el beneficio del producto que ofrecen para que los clientes se sientan seguros de los productos que consumirán.

En la tabla 9 y figura 9 que representa a “¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?” se observa que el 100% de las MYPEs toma en cuenta las opiniones de sus colaboradores tanto en los productos como el servicio

de la bodega, puesto que ellos son los que conocen la verdadera necesidad de cliente. Aquino (2019), en su investigación concluye que las organizaciones conocen las expectativas de los consumidores mediante los colaboradores, estableciendo el servicio acorde con la necesidad del cliente y evaluando cómo se comporta la calidad real en los procesos de control de calidad comparándolos con los objetivos y erradicando las ineficiencias o diferencias. (Riquelme, 2017), menciona que el procedimiento es el paso en detalle que seguirá la organización para convertir la materia en servicio o producto, llevando un control documentado de lo que se cumple es decir es la manera en que se realiza algún proceso. Por lo tanto los propietarios están cumpliendo con un elemento fundamental que todas las MYPE sin importar el rubro deben implementar escuchando a sus colaboradores para cubrir las necesidades de los clientes.

**5.1.3 Objetivo 1** “Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.”

En la tabla 10 y figura 10 que representa a ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención? se observa que el 76.92% de trabajadores asegura que su jefe establece las pautas que se necesitan para que atiendan de manera eficiente. Ayala (2019), en su investigación concluye que planificar debe ser una prioridad en las organizaciones para la obtención de calidad, para que puedan superar a su competencia potencial y real. La competitividad cumple un papel importante en lo que respecta a cambio puesto que si las MYPE quieren permanecer el mercado dependerán de sus clientes. Así mismo De Molina (2018), indica que las organizaciones dan indicaciones que deben seguir los colaboradores con la finalidad de que se lleve a cabo el proceso de comercialización y sencillas capacitaciones con

menor costo financiero y en un reducido tiempo. Esto representa que en realidad algunas bodegas si velan por la atención que sus colaboradores deben brindar a los clientes.

En la tabla 11 y figura 11 que representa a ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe? se observa que el 61.54% de trabajadores indica que reciben sus incentivos por realizar buenas ventas. De esta manera en su investigación Reyes (2015), concluye que si los colaboradores cumplen con estrategias que se orientan a una atención excelente, la organización utilizara la planificación de objetivos que se encaminan el satisfacer a los clientes y obtener grandes beneficios. El autor De Molina (2018), indica que las funciones definidas y claras, establecer sistemas de capacitación, comprender claramente como los roles se involucran en la calidad y que el negocio sea exitoso, son características propias del enfoque de la gestión de calidad. Buscando que los colaboradores se encuentren satisfechos y motivados para que realicen sus actividades de manera óptima. Por lo tanto el 38.46% indican que sus jefes no les brindan incentivos ya sea porque trabajan por horas o porque son familiares directos que solo apoyan en la atención.

En la tabla 12 y figura 12 que representa a ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento? se observa que el 100% de trabajadores asegura sus jefes cumplen con su función de corregir los problemas o dificultades que se presentan en la bodega. Borja & Jijón (2014), concluye en su investigación que actualmente las organizaciones buscan como superar las debilidades tales como los inconvenientes que se presentan al instante en que entregan su servicio, puesto que deben buscar constantemente la calidad tanto del producto como el servicio que brindan cuando el cliente busca algo en la empresa. Es por esta razón que las

organizaciones están buscando implementar el modelo de gestión de calidad debido que el ISO 90001 busca satisfacer las necesidades de los clientes con mayor eficacia. Además De Molina (2018), manifiesta que los directivos pueden aprender que mejoras son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso. En relación a ello se puede afirmar que efectivamente los propietarios si cumplen su función de corregir las ineficiencias en el tiempo adecuado.

En la tabla 13 y figura 13 que representa a ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes? se observa que el 69.23% de trabajadores confirma que las bodegas cuentan con libro de reclamaciones en tanto el 30.77% considera recomendará a su jefe implementarlo. Aquino (2019), en su investigación concluye que las organizaciones conocen las expectativas de los consumidores, estableciendo el servicio acorde con la necesidad del cliente y evaluando cómo se comporta la calidad real en los procesos de control de calidad comparándolos con los objetivos y erradicando las ineficiencias o diferencias. Por lo tanto De Molina (2018), indica que el ISO 9001 se basa en el principio de mejora continua. El estándar permite a las empresas definir qué debe ser un producto de calidad y cómo deben satisfacerse las necesidades de los clientes. Así, proporciona a las empresas el marco para revisar periódicamente si se satisfacen estas necesidades, con el objetivo de una mejora continua. Se pudo identificar que los colaboradores de algunas MYPE no tenían conocimiento que las bodegas deberían contar con un libro

de reclamaciones pero al enterarse aseguraron que lo tomarán en cuenta y a la vez recomendaran sus jefes.

**5.1.4 Objetivo 2** “Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad.”

En la tabla 14 y figura 14 que representa a “¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?” se observa que el 100% de trabajadores indica que sus jefes les indican cual serán las funciones a realizar dentro de la bodega. Ayala (2019), concluye en su investigación que se debe analizar cada cierto tiempo a los colaboradores, para conocer si estos comprenden y cumplen con los procedimientos y las normas de la empresa. Por su parte (Riquelme, 2017), hace referencia que la organización debe distribuir a sus colaboradores las tareas y funciones a desempeñar para mejora de la misma. Esto nos da a conocer que los colaboradores si conocen las actividades a realizar, tal como la buena atención que es lo primordial y también el orden y a limpieza del establecimiento.

En la tabla 15 y figura 15 que representa a “¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?” se observa que el 100% de trabajadores menciona que si cumple con lo establecido por su jefe, brindando una buena atención para incrementar las ventas. Ayala (2019), concluye en su investigación que se debe analizar cada cierto tiempo a los colaboradores, para conocer si estos comprenden y cumplen con los procedimientos y las normas de la empresa. Por su parte (Riquelme, 2017), hace referencia que la planificación es la actividad que ayuda a realizar un mapa para lograr el objetivo que se planteó. Respondiendo preguntas tales como: ¿Dónde quiere llegar?, ¿Qué se hará para lograr el objetivo?,

¿Cómo se hará?, ¿Qué necesitaran para que se logre? De esta manera tanto propietarios como trabajadores concuerdan en sus respuesta lo que quiere decir que en realizan el objetivo principal de cada colaborados es atender de la mejor manera para que las ventas cada vez vallan en aumento.

En la tabla 16 y figura 16 que representa a “¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?” se observa que el 100% de trabajadores indica sus jefes realizan compras diariamente de nuestros productos o de productos que se están agotando. En su investigación Núñez (2016), concluye que las tiendas de abarrotes deberían mantener una imagen ideal a para el consumidor ya sea con la infraestructura, la innovación en los productos para obtener mayor competitividad puesto que la gestión se calidad se logra teniendo colaboradores eficientes, calidad en sus productos y sobre todo clientes satisfechos. Asimismo (Riquelme, 2017), indica que los recursos son la maquinaria, ambiente, colaboradores, materiales, dinero para utilizar, etc. De esta manera los colaboradores manifiestan que todo producto que se agota o hace falta en el establecimiento lo dan a conocer a sus jefes para que lo adquieran y de esta manera se cubran las necesidades de los clientes oportunamente.

En la tabla 17 y figura 17 que representa a “¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?” se observa que el 69.23% de trabajadores mencionan que sus jefes les indican cuales son los beneficios de los productos que ofrecen a sus clientes por otro lado el 30.77% no conoce los beneficios porque trabajan a medio tiempo o por horas. Borja & Jijón (2014), concluye en su investigación que actualmente las organizaciones buscan como superar las debilidades tales como los inconvenientes que se presentan al instante en que entregan su servicio, puesto que deben buscar constantemente la calidad tanto del

producto como el servicio que brindan cuando el cliente busca algo en la empresa. Es por esta razón que las organizaciones están buscando implementar el modelo de gestión de calidad debido que el ISO 90001 busca satisfacer las necesidades de los clientes con mayor eficacia. En cuanto a (Riquelme, 2017), indica que el proceso es la actividad que convierte el material en servicio o producto. Los procesos necesariamente requieren de planes y recursos siendo preciso que se identifique cada proceso.

En la tabla 18 y figura 18 que representa a “¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?” se observa que el 100% de trabajadores indican que sus jefes si aceptan las sugerencias de mejora para las bodegas ya que ellos son los que conocen lo que los clientes necesitan para que exista mayor concurrencia de clientes en el establecimiento. Aquino (2019), en su investigación concluye que las organizaciones conocen las expectativas de los consumidores mediante los colaboradores, estableciendo el servicio acorde con la necesidad del cliente y evaluando cómo se comporta la calidad real en los procesos de control de calidad comparándolos con los objetivos y erradicando las ineficiencias o diferencias. (Riquelme, 2017), menciona que el procedimiento es el paso en detalle que seguirá la organización para convertir la materia en servicio o producto, llevando un control documentado de lo que se cumple es decir es la manera en que se realiza algún proceso. Por lo tanto los colaboradores se sienten contentos pues sus jefes demuestran la importancia que tienen cada una de sus opiniones siempre y cuando sean para mejorar la productividad de las bodegas.

**5.1.5 Objetivo 3** “Conocer las técnicas que están utilizando las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para medir la satisfacción de servicio al cliente.”

En la tabla 19 y figura 19 que representa a “¿Recibe de manera oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?” se observa que el 75.26% de clientes encuestados indican que al tener una duda de algún producto la persona que lo atiende le brinda la debida explicación. Soares (2018), concluye que las instituciones de este rubro cuentan con entrenamiento adecuado para desarrollar sus conocimientos y habilidades así como el dominio que manifiesta el personal al momento de atención. Estela (2018), indica que una de las técnicas del servicio al cliente es la explicación donde estas comunican de forma verbal la más posible información sobresaliente al consumidor para que así tome una mejor decisión en lo que consumirá. Debe contestar a la siguiente ecuación: Problema – solución – beneficio, de manera que el comprador tome la mejor decisión y se encuentre satisfecho.

En la tabla 20 y figura 20 que representa a “¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?” se observa que el 80.47% de clientes encuestados indican que sienten el carisma y afecto con que los tratan los vendedores, por lo tanto reciben una buena atención. Pinto (2017), en su investigación concluye que luego del análisis y el contraste de las dimensiones, se estableció que la calidad del servicio que se brinda a los clientes de la bodega es “Muy Satisfactorio”, sobre todo por la empatía y los aspectos tangibles con los que cuenta la bodega. Asimismo Estela (2018), indica que la empatía facilita al consumidor un elevado nivel que proviene de parte de la calidad, esto hace que se

sienta asociado a algo más importante. Puede ser eficiente, pero se necesita de mucho tiempo de cada consumidor, ya que facilita la atención individualmente.

En la tabla 21 y figura 21 que representa a “¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?” se observa que el 82.03% de clientes encuestados mencionan que cuando brinda alguna sugerencia de cambio, mejora o la venta de un nuevo producto el propietario lo recibe con mucho gusto y si está a su alcance realizarlo lo implementa inmediatamente. Camacho (2017), concluye en su investigación que la atención al cliente es un factor importante dentro de la organización y se caracteriza por el buen trato, de manera constante lo que permite la buena comunicación con los clientes, durante todas las etapas del servicio, también se caracteriza por permitir conocer las necesidades del cliente y así poder satisfacerlos. Además Estela (2018), indica que aplicando una ronda de interrogantes en relación a favor de sus necesidades, para que se logre ofrecer una consideración especial, para que no se pierda el tiempo en aclaraciones.

**5.1.6 Objetivo 4** “Definir los factores de servicio al cliente que utilizan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para con sus clientes.”

En la tabla 22 y figura 22 que representa a “¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?” se observa que el 80.47% de clientes encuestados indican no perciben una diferenciación en el trato que reciben por parte de los vendedores. En su investigación Meza (2017), concluye que las bodegas conocen bien que su principal consumidor es su cliente al quien tiene que recibir con amabilidad, atender con cortesía y una sonrisa sin importar su condición social y género. Por su parte Rodríguez (2015), indica que la amabilidad se

refiere a la relación agradable, educada y atenta. Sucede en el momento que el colaborador saluda al consumidor con un gesto sincero, esto hace que sientan encantados de satisfacer sus necesidades antes de vender.

En la tabla 23 y figura 23 que representa a “¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias?” se observa que el 97.66% de clientes encuestados mencionan que los vendedores antiguos e incluso los propietarios conocen sus gustos y preferencia lo cual reciben los productos tal y como ellos lo prefieren. Soarez (2018), concluye que con respecto al servicio, la aceptación de los clientes alta debido a que opinaron que la calidad de los productos ofertados está en función a la satisfacción del cliente y la atención inmediata a sus necesidades. A la vez Rodríguez (2015), menciona que la atención personalizada es una atención directa que considera lo que necesita el consumidor según las preferencias y los gustos que este necesita satisfacer.

En la tabla 24 y figura 24 que representa a “¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?” se observa que el 82.03% de clientes encuestados mencionan reciben una atención rápida, siempre y cuando no sea horas en las que hay mayor concurrencia de clientes como es las horas de mediodía. Morocho (2015), concluyen en su investigación que las características que tiene la calidad de atención es la adecuación de tiempo de los clientes, esto demostrado en atención rápida empleada en las MYPE a sus clientes. El autor Rodríguez (2015), menciona que el tiempo en que se atiende a los clientes debe ser la mínima posible puesto que se debe recepcionara el pedido, entregarlos y verificar que el cliente se fue satisfecho.

En la tabla 25 y figura 25 que representa a “¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?” se observa que el 100% de clientes encuestados

indican que las bodegas muestran un ambiente atractivo, más que todo limpio y ordenado. González (2018), concluye que una dimensión importante de la calidad del servicio frente al cliente de las MYPE rubro abarrotes son: elementos tangibles (la limpieza de la tienda), fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía (atención, trato). Asimismo Rodríguez (2015), establece que un entorno grato es un entorno cómodo en el cual el comprador se sienta gratamente contento. Sucede, por ejemplo, en el momento que el trabajador le brinda una afectuosa amistad, contando con un buen decorado, un alumbrado apropiado, música que atrae, etc.

En la tabla 26 y figura 26 que representa a “¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?” se observa que el 84.11% de clientes encuestados indican los propietarios buscan su comodidad para que realicen sus compras tranquilamente. Camacho (2017), concluye en su investigación que la atención al cliente es un factor importante dentro de la organización y se caracteriza por el buen trato, de manera constante lo que permite la buena comunicación con los clientes, durante todas las etapas del servicio, también se caracteriza por permitir conocer las necesidades del cliente y así poder satisfacerlos. Por su parte Rodríguez (2015), menciona que la comodidad se refiere al bienestar que se le ofrece al comprador en el momento que está en el negocio. Sucede, por ejemplo, si el lugar cuenta con un ambiente espacioso, asientos cómodos, escritorios amplios, aparcamiento de vehículos, un locker para guardar sus bienes, etc.

En la tabla 27 y figura 27 que representa a “¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?” se observa que el 66.67% de clientes encuestados indican que las bodegas no tienen un lugar establecido para implementar su botiquín de primeros auxilios. González (2018), concluye que una

dimensión importante de la calidad del servicio frente al cliente de las MYPE rubro abarrotes son: elementos tangibles (la limpieza de la tienda), fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía (atención, trato). Del mismo modo Rodríguez (2015), indica que el cliente debe percibir seguridad, esto se refiere a la protección del establecimiento a la vez la que sentirá el consumidor cuando realiza sus compras. De esta manera se le recomienda a los propietarios de las bodegas que un es importante para cualquier inconveniente o accidente que los clientes puedan tener o existe la necesidad de brindar primeros auxilios.

En la tabla 28 y figura 28 que representa a “¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?” se observa que el 76.30% de clientes encuestados mencionan que las bodegas tienen bien cuidadas las frutas y verduras en mostradores y libres de insectos voladores. En su investigación Soarez (2018 ), concluye que con respecto al servicio, la aceptación de los encuestados es alta debido a que opinaron que la calidad de los productos ofertados está en función a la satisfacción del cliente y la atención inmediata a sus necesidades. En cuanto a Rodríguez (2015), hace referencia que la pulcritud con la que contará la organización y a su vez los trabajadores ayudara que los clientes se mantengan firmes en la decisión de asistir al establecimiento y comprar los productos que ofrecen con mayor seguridad.

## VI. CONCLUSIONES

Los beneficios de la gestión de calidad para las MYPE bajo estudio están dados porque ayudan a generar mayor eficiencia, estimular la moral de los empleados y mejorar la gestión de los procesos; por lo que se recomienda que las MYPE aprovechen al máximo todos los recursos, es importante que el personal se mantenga motivado.

Se ha determinado que las MYPE bajo estudio cuentan con los elementos de gestión de calidad; estructura organizacional, planificación, recursos y procedimientos puesto que los colaboradores conocen las actividades que realizarán, los objetivos de ventas con las que su jefe quiere cumplir de manera que todo lo desarrollado sea para mejorar su calidad de atención lo cual aporta mucho en el mejoramiento y obtención de ventaja competitiva.

Se conoció que las MYPE están utilizando técnicas como explicación, empatía e interrogación con los clientes para brindar una mayor satisfacción obteniendo posicionamiento en el mercado con respecto al servicio brindado. Por tanto las MYPE rubro bodegas deberán estar dispuestas a recibir las sugerencias de mejora que tienen sus clientes estableciendo fuerte relaciones con los mismo.

Con respecto a los factores, se definió que las bodegas brindan un ambiente atractivo hacia el cliente, con la debida protección y cuidado de los productos vendido, ofreciendo el servicio en el menor tiempo posible para la satisfacción del cliente. Por ende se recomienda que las MYPE deberán tener el mejor cuidado y protección de sus productos a la vez corregir ineficiencias tales como la implementación de un botiquín para que sus clientes siempre estén satisfechos, se

sientan seguros y cuenten con expectativas superiores a las que tenía, recomendando la calidad del servicio con nuevos clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aquino Hinostroza, F. K. (2019). *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*. Recuperado El 20 De Agosto De 2019, De [Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/11731/Gestion\\_Calidad\\_Formalizacion\\_Aquino\\_Hinostroza\\_Flor\\_Katherine.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/11731/Gestion_Calidad_Formalizacion_Aquino_Hinostroza_Flor_Katherine.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Arias - Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda-Novales, M. G. (02 de Abril de 2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Recuperado el 30 de Agosto de 2019, de Metodología De La Investigación: <http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181/309>
- Arroyo, J. R. (13 de Julio de 2016). *10 metodologías y estrategias para implementar ISO 9001*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Escuela Europea de Excelencia: <https://www.escolaeuropeaexcelencia.com/2016/07/10-metodologias-estrategias-para-implementar-iso-9001/>
- Ayala Ramos, C. E. (2019). *Gestión De Calidad Y Su Incidencia En La Competitividad De Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro Abarrotes Del Distrito De Sullana. Año 2018*. Recuperado El 24 De Agosto De 2019, De [Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/11778/Gestion\\_De\\_La\\_Calidad\\_Ayala\\_Ramos\\_Carlo\\_Erick.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/11778/Gestion_De_La_Calidad_Ayala_Ramos_Carlo_Erick.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Bardales, P. J. (2018). *El Entorno d elas MYPE*. España.
- Berardi, L. (Marzo de 2015). *La investigación cuantitativa*. (C. S.R.L., Ed.) Recuperado el 30 de Agosto de 2019, de Libro Investigación Educativa - Abriendo puertas al conocimiento: <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/4519>
- Borja Dousderés, S., & Jijón Alba, J. (Julio de 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*. Recuperado el 23 de Agosto de 23, de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>
- Camacho Peña, E. L. (2017). *Caracterización de la atención al cliente bajo el enfoque de la gestión de calidad de la empresa hipermercados tottus del distrito de Sullana año 2017*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Tesis

para optar el título profesional de licenciada en Administración:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045997>

Castillo, N. (15 de Febrero de 2016). *El comercio*. Obtenido de [http://elcomercio.pe/economia/dia-1/mypes-mercado-potencial-mas-productos-financieros-noticia-1878704?ref=flujo\\_tags\\_513994&ft=nota\\_4&e=titulo](http://elcomercio.pe/economia/dia-1/mypes-mercado-potencial-mas-productos-financieros-noticia-1878704?ref=flujo_tags_513994&ft=nota_4&e=titulo)

Comex Perú. (19 de Noviembre de 2018). *Sociedad de Comercio Exterior del Perú*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2019, de <https://semanariocomexperu.wordpress.com/incentivando-la-formalidad-en-las-mype/>

Da Silva, K. (26 de Agosto de 2018). *El concepto de servicio al cliente*. Recuperado el 24 de Agosto de 2019, de Negocios.: <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>

De Molina, A. (30 de Enero de 2018). *¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa?* Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Conexión ESAN: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>

De Molina, A. (29 de Enero de 2018). *Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Conexión ESAN: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>

Diario Gestión. (15 de Octubre de 2019). *Economía peruana creció 3.39% en agosto, la tasa más alta del año*. Recuperado el 2019 de Noviembre de 2019, de <https://gestion.pe/economia/inei-economia-peruana-crecio-339-en-agosto-la-tasa-mas-alta-del-ano-peru-mef-noticia/>

Díaz, L. (2019). *Fundamentos principales de las MYPE*. Florencia.

Echevarria Barzola, R. S., & Lopez Peñafiel, D. A. (Mayo de 2017). *Propuesta Para La Transición A La Norma Iso 9001: 2015 En Supermercados Fernández.*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/33201/1/PROPUESTA%20PARA%20LA%20TRANSICION%20A%20LA%20NORMA%20ISO%209001%20EN%20SUPERMERCADOS%20FERNANDEZ\\_06.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/33201/1/PROPUESTA%20PARA%20LA%20TRANSICION%20A%20LA%20NORMA%20ISO%209001%20EN%20SUPERMERCADOS%20FERNANDEZ_06.pdf)

El Comercio. (22 de Julio de 2019). *¿Cuál es la situación actual de los regímenes mypes?* Recuperado el 18 de Agosto de 2019, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/situacion-actual-regimenes-mypes-noticia-657619>

- Estela Raffino, M. (16 de Noviembre de 2018). *"Servicio al Cliente"*. Recuperado el 24 de Agosto de 2019, de Concepto.de.: <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Fernandez, I. (04 de Marzo de 2018). *¿Por qué tu empresa debe contar con un buen sistema de gestión de calidad?* Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de DataScope: <https://www.mydatascope.com/blog/es/2018/05/04/por-que-tu-empresa-debe-contar-con-buenos-sistemas-de-gestion-de-calidad/>
- Garcia, J. P. (2017). *Diseño del Sistema de Gestión de Calidad Bajo la Norma ISO 9001:2015 al Supermercado Rapifacil de Bogotá*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Trabajo de grado: [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/24880/11131083\\_2017.pdf?sequence=1](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/24880/11131083_2017.pdf?sequence=1)
- Gonzales, C. (13 de Mayo de 2015). *Conceptos: Universo, Población y Muestra*. Recuperado el 30 de Agosto de 2019, de <https://www.cgonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>
- Gonzales, C. I. (2018). *Caracterización De La Competitividad Y Calidad De Servicio En Las Mype Comerciales Rubro Abarrotos De Castilla, Año 2018*. Recuperado El 24 De Agosto De 2019, De [Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/6260/Competitividad\\_Calidad\\_De\\_Servicio\\_Gonzales\\_Carrion\\_Ingrid\\_Fiorella.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/6260/Competitividad_Calidad_De_Servicio_Gonzales_Carrion_Ingrid_Fiorella.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 29 de Agosto de 2019, de 6ta edición: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huitz Ordoñez, L. Y. (Noviembre de 2014). *Servicio al cliente en los sumpermercados Quetzaltecos*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Tesis grado academico de licenciada: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2014/01/01/Huitz-Leticia.pdf>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (Diciembre de 2015). *La encuesta*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2019, de Metodología de la Investigación Social Cuantitativa: [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- Madurga, J. (08 de Marzo de 2017). *Todo lo que debes saber sobre la norma ISO 9001*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de CTMA Consultores: <https://ctmaconsultores.com/todo-sobre-norma-iso-9001/>

- Mejía, G. (22 de Septiembre de 2018). *Las 7 claves básicas del servicio al cliente (que te harán vender más)*. Recuperado el 24 de Agosto de 2019, de Servicio Al Cliente Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/265083>
- Merino Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Recuperado el 30 de Agosto de 2019, de Libros profesionales: [https://books.google.com.pe/books?id=ZjSuCAAQBAJ&dq=investigaci%C3%B3n+descriptiva+segun+autores+2015&lr=&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=ZjSuCAAQBAJ&dq=investigaci%C3%B3n+descriptiva+segun+autores+2015&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Mesina Calderón, P., & Ogeda Manríquez, E. (2016). *Determinantes de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Los Ángeles*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Tesis para optar al Título Profesional de Ingeniero Comercial y al Grado Académico de Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas: <http://repositorio.udec.cl/bitstream/handle/11594/2390/Mesina%20-%20Ogeda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Meza Palacios, F. N. (2017). *Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente En Las Mypes Del Sector Comercio, Rubro Bodegas, Distrito De Satipo Año 2017*. Recuperado El 24 De Agosto De 2019, De [Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/4053/Gestio\\_n\\_De\\_Calidad\\_Y\\_Atencion\\_Al\\_Cliente%20\\_Meza\\_Palacios\\_Fiorella\\_Noemi.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/4053/Gestio_n_De_Calidad_Y_Atencion_Al_Cliente%20_Meza_Palacios_Fiorella_Noemi.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Morocho Rios, J. L. (2015). *Calidad De Atención Y Satisfacción De Los Clientes En Las Mype Comerciales -Rubro Abarrotes En El Distrito 26 De Octubre De Piura, Periodo 2012*. Recuperado El 24 De Agosto De 2019, De [Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/6050/Calida\\_d\\_De\\_Atencion\\_Satisfaccion\\_De\\_Los\\_Clientes\\_Morocho\\_Rios\\_Jorge\\_Luis.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/6050/Calida_d_De_Atencion_Satisfaccion_De_Los_Clientes_Morocho_Rios_Jorge_Luis.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Núñez Sullón, D. J. (2016). *Factores de la competitividad y la gestión de calidad en las mype comerciales rubro - abarrotes en la ciudad de Talara Alta (Piura), período 2016 I -II*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043100>
- Palacios Dongo, A. (19 de Agosto de 2018). *Perú: Situación de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado el 18 de Agosto de 2019, de Con Nuestro Perú: <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Peñaranda Castañeda, C. (24 de Diciembre de 2018). *Perú mejoró sus indicadores macroeconómicos en el 2018*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de

<https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/iedep-revista/la%20camara-26-12-2018.pdf>

- Perú 21. (03 de Mayo de 2018). *Mariana Ruiz*. Recuperado el 20 de Agosto de 2019, de <https://peru21.pe/economia/50-mypes-cierran-3-anos-405727>
- Pickers, S. (04 de Noviembre de 2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?* Recuperado el 30 de Agosto de 2019, de Passionate People Creative Solutions.: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-De-Una-Muestra>
- Pinto Llosa, J. R. (2017). *“La Calidad Del Servicio En La Bodega Santa Elena Del Distrito De Pocollay En El Año 2017, A Través Del Modelo Servqual”*. Recuperado el 24 de Agosto de 2019, de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/312/1/Pinto-Llosa-Jaime-Rodolfo.pdf>
- Reyes Suárez, L. E. (2015). *Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las mype rubro bodegas del distrito de Paita, año 2015*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044031>
- Riquelme, M. (13 de Marzo de 2017). *¿Que Es La Gestión De Calidad?* Recuperado el 2019 de Agosto de 23, de Web y empresas: <https://www.webyempresas.com/que-es-la-gestion-de-calidad/>
- Rodriguez, A. (30 de Octubre de 2015). *Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia*. Recuperado el 24 de Agosto de 2019, de CreceNegocios.: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Rubio Guerrero, G. (08 de Octubre de 2014). *La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Artículo de investigación científica y tecnológica: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a06.pdf>
- Sabino Tucto, L. C. (2018). *Gestión De La Calidad Con El Uso De La Competitividad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Bodegas De La Ciudad De Tingo María, Año 2017*. Recuperado El 20 De Agosto De 2019, De [Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/4350/Gestion%20de%20calidad\\_Sabino\\_Tucto\\_%20lilia\\_Cristina.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/4350/Gestion%20de%20calidad_Sabino_Tucto_%20lilia_Cristina.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)

- Salazar Santillán, D. M. (2017). *Caracterización De La Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Promoción De Ventas En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio* -. Recuperado El 20 De Agosto De 2019, De 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:  
[Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/840/Mype\\_Promocion%20de%20ventas\\_%20salazar\\_Santillan\\_%20delia\\_Maria.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/840/Mype_Promocion%20de%20ventas_%20salazar_Santillan_%20delia_Maria.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Sánchez Galan, J. (2016). *Gestión de la calidad total*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-la-calidad-total.html>
- Soarez Soplin, M. M. (2018 ). *Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente, En Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro Minimarkets, Distrito De Iquitos, Año 2018*. Recuperado El 24 De Agosto De 2019, De [Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/11813/Gestion\\_Atencion%20\\_Soarez\\_Soplin\\_Mirfa\\_Maria.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/11813/Gestion_Atencion%20_Soarez_Soplin_Mirfa_Maria.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- SUNEDU. (18 de Diciembre de 2015). *Reglamento del Registro Nacional de Grados y Títulos*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de <https://www.sunedu.gob.pe/reglamento-del-registro-nacional-de-grados-y-titulos/>
- Tello Cabello, S. (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-5157875.pdf>
- Uladech. (25 de Enero de 2016). *Código de ética para la investigación*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2019, de <https://erp.uladech.edu.pe/sigec/moduloinvestigacion/php/download.php?fechaenvio=0000-00-00%2000:00:00&rutaa=03&rutab=03012&rutac=archivo&rutad=001383&rutae=16204&rutaf=00138320191109073534.pdf&rutag=>
- Vanguardia Financiera. (5 de Setiembre de 2017). Recuperado el 2019 de Agosto de 21, de <http://www.vaf.pe/2017/09/05/dificultades-de-las-pymes-en-el-peru/>

# **ANEXOS**

## Cuestionario dirigido al Propietario



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas del A.H. Almirante Miguel Grau - Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### Datos demográficos

Edad \_\_\_\_\_ Estado civil \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_

Nivel de estudios \_\_\_\_\_ Giro del negocio \_\_\_\_\_

Años en el negocio \_\_\_\_\_ Número de trabajadores \_\_\_\_\_

1.- ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención?

SI  NO

2.- ¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?

SI  NO

3.- ¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?

SI  NO

4.- ¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?

SI  NO

5.- ¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?

SI  NO

6.- ¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?

SI  NO

7.- ¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?

SI  NO

8.- ¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?

SI  NO

9.- ¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?

SI  NO

## Cuestionario dirigido al Colaborador



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas del A.H Almirante Miguel Grau - Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### Datos demográficos

Edad \_\_\_\_\_ Estado civil \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_

Nivel de estudios \_\_\_\_\_

1.- ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?

SI  NO

2.- ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe?

SI  NO

3.- ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?

SI  NO

4.- ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?

SI  NO

5.- ¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?

SI  NO

6.- ¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?

SI  NO

7.- ¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?

SI  NO

8.- ¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?

SI  NO

9.- ¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?

SI  NO

## Cuestionario dirigido al Cliente



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas del A.H Almirante Miguel Grau - Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### Datos demográficos

Edad \_\_\_\_\_ Estado civil \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_

Nivel de estudios \_\_\_\_\_

1.- ¿Recibe de forma oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?

SI  NO

2.- ¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?

SI  NO

3.- ¿Los propietarios de las bodegas acepta las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?

SI  NO

4.- ¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?

SI  NO

5.- ¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias?

SI  NO

6.- ¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?

SI  NO

7.- ¿El ambiente de la bodega es atractiva a la vista del cliente?

SI  NO

8.- ¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?

SI  NO

9.- ¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?

SI  NO

10.- ¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?

SI  NO

LIBRO DE CÓDIGO											
Ord.	Descripción		Propietarios Encuestados					Frecuencia		Porcentaje	
			1	2	3	4	5	Parciales	Total	Sumatoria	Total %
	<b>Características demográficas</b>										
1	Edad	18 a 25 años							5		100%
		26 a 45 años		2	2			2		40%	
		46 a 50 años	3					1		20%	
		Más de 50 años				4	4	2		40%	
2	Estado civil	Soltero(a)			1			1	5	20%	100%
		Casado(a)				2	2	2		40%	
		Conviviente	3					1		20%	
		Viudo(a)		4				1		20%	
		Divorciado(a)									
3	Genero	Masculino					1	1	5	20%	100%
		Femenino	2	2	2	2		4		80%	
4	Nivel de estudios	Primaria		1		1		2	5	40%	100%
		Secundaria	2				2	2		40%	
		Superior			3			1		20%	
5	Años del negocio	Menos de 05 años							5		100%
		Hasta 10 años		2				1		20%	
		Más de 10 años	3		3	3	3	4		80%	
6	Nº de trabajadores	1 a 2			1	1	1	3	5	60%	100%
		3 a 4		2				1		20%	
		4 a 5	3					1		20%	
		Más de 5									
OE 1	Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.										

1	1.- ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención?	Si	1	1			1	3	5	60%	100%
		No			2	2		2		40%	
2	2.- ¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?	Si	1	1	1		1	4	5	80%	100%
		No				2		1		20%	
3	3.- ¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?	Si	1	1	1	1	1	5	5	100%	100%
		No						0		0%	
4	4.- ¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?	Si	1	1			1	3	5	60%	100%
		No			2	2		2		40%	
OE 2	<b>Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad.</b>										
5	5.- ¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?	Si	1	1	1	1	1	5	5	100%	100%
		No						0		0%	
6	6.- ¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?	Si	1	1	1	1	1	5	5	100%	100%
		No						0		0%	
7	7.- ¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?	Si	1	1	1	1	1	5	5	100%	100%
		No						0		0%	
8	8.- ¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?	Si	1	1	1			3	5	60%	100%
		No				2	2	2		40%	
9	9.- ¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?	Si	1	1	1	1	1	5	5	100%	100%
		No						0		0%	

LIBRO DE CÓDIGO																			
Ord.	Descripción		Colaboradores Encuestados													Frecuencia		Porcentaje	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Parcial es	Total	Sumato ria	Total %
	<b>Características demográficas</b>																		
1	Edad	18 a 25 años		1	1	1			1						4	13	30.77%	100%	
		26 a 45 años	2				2	2		2	2	2	2	8	61.54%				
		46 a 50 años															7.69%		
		Más de 50 años								4					1		7.69%		
2	Estado civil	Soltero(a)	1	1	1	1		1	1				1	1	8	13	61.54%	100%	
		Casado(a)											2		1		7.69%		
		Conviviente					3			3	3				3		23.08%		
		Viudo(a)									4				1		7.69%		
		Divorciado(a)																	
3	Genero	Masculino					1							1	13	7.69%	100%		
		Femenino	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2		12		92.31%	
4	Nivel de estudios	Primaria								1				1	13	7.69%	100%		
		Secundaria	2	2	2	2	2	2			2		2	2		9		69.23%	
		Superior							3	3			3			3		23.08%	

<b>OE 1</b>	<b>Identificar los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019.</b>																		
10	10.- ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?	Si	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1	10	13	76.92%	100%	
		No								2	2	2			3		23.08%		
11	11.- ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe?	Si	1	1	1	1	1	1		1			1		8	13	61.54%	100%	
		No						2	2		2	2		2	5		38.46%		
12	12.- ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	13	100%	100%	
		No													0		0%		
13	13.- ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?	Si	1	1	1	1	1	1	1				1		9	13	69.23%	100%	
		No								2	2	2	2		4		30.77%		
<b>OE 2</b>	<b>Determinar los elementos con que cuentan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para mejorar su gestión de calidad.</b>																		

14	14.- ¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	13	100%	100%
		No																0		0%	
15	15.- ¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	13	100%	100%
		No																0		0%	
16	16.- ¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	13	100%	100%
		No																0		0%	
17	17.- ¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?	Si	1	1	1	1		1			1	1		1	1			9	13	69.23%	100%
		No					2		2	2				2						4	
18	18.- ¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	13	100%	100%
		No																0		0%	

## LIBRO DE CÓDIGO

Ord.	Descripción	Nivel	Código	Porcentaje Total	
	<b>Características demográficas</b>				
1	Edad	18 a 25 años	1	19.53 %	100 %
		26 a 45 años	2	37.76 %	
		46 a 50 años	3	29.43 %	
		Más de 50 años	4	13.28 %	
2	Estado civil	Soltero(a)	1	24.74 %	100 %
		Casado(a)	2	12.50 %	
		Conviviente	3	56.77 %	
		Viudo(a)	4	2.60 %	
		Divorciado(a)	5	3.39 %	
3	Genero	Masculino	1	23.18 %	100 %
		Femenino	2	76.82 %	

4	Nivel de estudios	Primaria	1	21.88 %	100 %
		Secundaria	2	53.91 %	
		Superior	3	24.22 %	
<b>OE 3</b>	<b>Conocer las técnicas que están utilizando las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para medir la satisfacción de servicio al cliente.</b>				
19	19.- ¿Recibe de manera oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?	Si	1	75.26 %	100 %
		No	2	24.74 %	
20	20.- ¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?	Si	1	80.47 %	100 %
		No	2	19.53 %	
21	21.- ¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?	Si	1	82.03 %	100 %
		No	2	17.97 %	
<b>OE 4</b>	<b>Definir los factores que utilizan las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019 para con sus clientes.</b>				
22	22.- ¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?	Si	1	80.47 %	100 %
		No	2	19.53 %	

23	23.- ¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias?	Si	1	97.66 %	100 %
		No	2	2.34 %	
24	24.- ¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?	Si	1	82.03 %	100 %
		No	2	17.97 %	
25	25.- ¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?	Si	1	100 %	100 %
		No	2	0 %	
26	26.- ¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?	Si	1	84.11 %	100 %
		No	2	15.89 %	
27	27.- ¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?	Si	1	33.33 %	100 %
		No	2	66.67 %	
28	28.- ¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?	Si	1	76.30 %	100 %
		No	2	23.70 %	

<b>MATRIZ DE PREGUNTAS</b>				
<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Fuente</b>
Gestión	Beneficios	Generar mayor eficiencia	1.- ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención?	Propietarios
		Estimula la moral de los empleados	2.- ¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?	
		Mejora la gestión de procesos	3.- ¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?	
		Ofrece niveles altos de satisfacción del cliente	4.- ¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?	
	Elementos	Estructura organizacional	5.- ¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?	
		Planificación	6.- ¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?	
		Recursos	7.- ¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?	
		Procesos	8.- ¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?	
		Procedimientos	9.- ¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?	

de calidad	Beneficios	Generar mayor eficiencia	10.- ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?	Trabajadores
		Estimula la moral de los empleados	11.- ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe?	
		Mejora la gestión de procesos	12.- ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?	
		Ofrece niveles altos de satisfacción del cliente	13.- ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?	
	Elementos	Estructura organizacional	14.- ¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?	
		Planificación	15.- ¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?	
		Recursos	16.- ¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?	
		Procesos	17.- ¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?	
		Procedimientos	18.- ¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?	
	Servicio	Técnicas	Explicación	
Empatía			20.- ¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?	

al cliente		Interrogación	21.- ¿Los propietarios de las bodegas aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?	
	Factores	Higiene	22.- ¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?	Clientes
		Atención personalizada	23.- ¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias?	
		Rapidez en la atención	24.- ¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?	
		Ambiente agradable	25.- ¿El ambiente de la bodega es atractivo a la vista del cliente?	
		Comodidad	26.- ¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?	
		Seguridad	27.- ¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?	
		Amabilidad	28.- ¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?	

## **Prueba Piloto**

Luego de ser debidamente revisado el cuestionario por el docente asesor, se encuestó al 10 % del total de la población del rubro bodegas del asentamiento humano Almirante Miguel Grau – Piura 2019, con el que se trabajó para realizar esta investigación, realizando un total 41 encuestas distribuidas de la siguiente manera: 1 propietario, 2 trabajadores y 38 clientes.

### **Encuesta**

Para la variable gestión de calidad se aplicó un cuestionario de 9 preguntas tanto para propietarios como trabajadores y con respecto a la variable servicio al cliente el cuestionario consta de 10 preguntas dirigidas directamente a consumidores directos de las bodegas. Se empleó un tiempo estimado de 10 minutos para cada persona encuestada.

### **Desarrollo de la Encuesta**

#### **1. Elaboración del cuestionario**

Se elaboró el cuestionario luego de realizar la matriz de operacionalización en donde se determina cuáles son los indicadores que medirán a cada una de las variables siempre y cuando reflejen las definiciones del marco teórico, para después ser revisado y/u observado por el docente asesor para luego realizar un cuestionario final.

#### **2. Coordinación con Propietarios**

Para poder desarrollar la encuesta sin problema alguno y de manera oportuna el investigador se acercó a las bodegas con una solicitud de accesibilidad para realizar la investigación y a la vez coordinar la hora y fecha exacta en que cuenten con un tiempo disponible.

### **3. Ejecución de la encuesta**

Se realizó la encuesta el día martes 08 de octubre del 2019 a horas 03:00 pm tanto para propietarios, trabajadores y clientes puesto que era una hora en que se realizan menos actividades en el hogar y también existe menor concurrencia de clientes en las bodegas

#### **3.1. Acciones a tomar en cuenta para el desarrollo de la encuesta**

Como acción principal a realizar es saludar cordialmente a las personas que se encuestara explicando brevemente el motivo por el que se realiza la investigación, se procede a como marcaran las respuestas y si en caso tengan una duda o consulta se dispone de total cordialidad para absolverlas.

#### **3.2. Tiempo y consultas**

Se tomó en cuenta el tiempo que se estableció para resolver cada encuesta y llegar a la meta, mientras la persona resolvía la encuesta el investigador se mantuvo atento para poder resolver de manera inmediata las dudas ante cualquier pregunta confusa.

#### **3.3. Fin de encuesta**

De manera exitosa se aplicó la encuesta a 1 propietario, 2 trabajadores y 38 consumidores de las bodegas bajo estudio en el asentamiento humano Almirante Miguel Grau – Piura, el cual la prueba piloto fue satisfactoria para el investigador puesto que los encuestados no mostraron confusión o duda alguno al momento de realizar los cuestionarios.

### **Anexos**

"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

Piura, 28 de agosto del 2019

Solicito: Accesibilidad para realizar investigación.

Sr(a): Adela Dominguez Cordova  
Propietaria(o) de la bodega

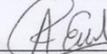
Yo, **Astrid Paola Escobar Ramos**, identificada con DNI N°: **48619511**, con código universitario N° 0811130020, bachiller en ciencias administrativas y estudiante del taller de tesis para la obtención de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Filial – Piura, ante usted con el debido respeto me dirijo y expongo.

Que, recuro a usted, para solicitarle permita realizar una investigación en su bodega netamente con fines de estudio, el cual consta de dos fases: 1° fase usted brindara datos del negocio tal como muestra el siguiente cuadro y en la 2° fase se realizará una encuesta tanto a usted como propietario y a sus trabajadores.

Ítem	Nombre del negocio	N° RUC	N° Trabajadores	Dirección
1	Evenecer	10026290605	1	A.H Almirante Miguel Grau Mz B lote 40 Calle Lazareto.

En la seguridad que el pedido tendrá favorable acogida, no dudando de su espíritu altruista y a la espera de su pronta respuesta, me despido de usted no sin antes reiterarle la muestra de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Astrid Paola Escobar Ramos  
DNI: 48619511



Cuestionario dirigido al Propietario



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas del A.H Almirante Miguel Grau - Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad 60 Estado civil casado Género femenino  
Nivel de estudios primaria Giro del negocio bodega  
Años en el negocio 18 Número de trabajadores 1

1.- ¿Ud. establece pautas para que sus colaboradores mejoren su atención?

SI  NO

2.- ¿Da incentivos a sus colaboradores cuando las ventas superaron sus expectativas?

SI  NO

3.- ¿Ud. como propietario de la bodega corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?

SI  NO

4.- ¿Cuenta con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?

SI  NO

5.- ¿Sus colaboradores conocen las actividades que realizarán a diario en la bodega?

SI  NO

6.- ¿Considera usted que sus colaboradores cumplen con las ventas que usted tiene planeadas?

SI  NO

7.- ¿Abastece constantemente su bodega con nuevos productos?

SI  NO

8.- ¿Sus colaboradores conocen los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?

SI  NO

9.- ¿Acepta Ud. las sugerencias de mejora por parte de sus colaboradores?

SI  NO

Cuestionario dirigido al Colaborador



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas del A.H Almirante Miguel Grau - Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad 30 Estado civil soltera Género femenino  
Nivel de estudios secundaria

1.- ¿Su jefe establece pautas para que Ud. mejore su atención?

SI  NO

2.- ¿Recibe incentivos cuando las ventas superaron las expectativas de su jefe?

SI  NO

3.- ¿Su jefe corrige las ineficiencias que puedan existir en el establecimiento?

SI  NO

4.- ¿Cuentan con un libro de reclamaciones, para resolver las insatisfacciones de los clientes?

SI  NO

5.- ¿Conoce Ud. las actividades que realizará a diario en la bodega?

SI

NO

6.- ¿Considera Ud. que cumple con las ventas que su jefe tiene planeadas?

SI

NO

7.- ¿Su jefe abastece constantemente la bodega con nuevos productos?

SI

NO

8.- ¿Conoce Ud. los beneficios de cada uno de los productos que ofrece?

SI

NO

9.- ¿Su jefe acepta las sugerencias de mejora que usted le brinda?

SI

NO

Cuestionario dirigido al Cliente



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad y el servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas del A.H Almirante Miguel Grau - Piura, año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad 46 Estado civil soltera Género Femenino  
Nivel de estudios primaria

1.- ¿Recibe de forma oportuna la información de los productos que compra en las bodegas?

SI  NO

2.- ¿Considera Ud. que existe empatía entre los clientes y vendedores de la bodega?

SI  NO

3.- ¿Los propietarios de las bodegas acepta las sugerencias de mejora por parte de sus clientes?

SI  NO

4.- ¿Considera Ud. que los vendedores brindan una misma atención a todos los clientes?

SI  NO

5.- ¿El personal antiguo de la bodega conoce sus gustos y preferencias?

SI

NO

6.- ¿El vendedor concluye el servicio en el menor tiempo posible?

SI

NO

7.- ¿El ambiente de la bodega es atractiva a la vista del cliente?

SI

NO

8.- ¿El propietario de la bodega hace lo posible para que Ud. se sienta cómodo comprando?

SI

NO

9.- ¿Las bodegas cuentan con un botiquín de primeros auxilios en caso de algún accidente?

SI

NO

10.- ¿Visualiza Ud. si los productos perecibles están debidamente cuidados y protegidos?

SI

NO

# Hoja de Turnitin

Indicador de documentos

## Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 19-oct-2019 19:14 -05

Identificador: 1196166102

Número de palabras: 11340

Entregado: 1

PRE BANCA Por Astrid Escobar Ramos

	Similitud según fuente	
Índice de similitud		
0%	Internet Sources:	0%
	Publicaciones:	0%
	Trabajos del estudiante:	0%

USER: 45757402

Nro: 082019-00007799  
Fecha: 20-11-2019 11:12

### CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) ESCOBAR RAMOS ASTRID PAOLA, con código de matrícula 0811130020, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 20 DE NOVIEMBRE DEL 2019.

 UNIVERSIDAD CATOLICA  
LOS ANGELES SHIMBOTE  
*Juliana Lisseth Mascol Carbajo*  
COORDINADORA DE COBRANZAS

 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE SHIMBOTE  
FILIAL PIURA  
*Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara*  
ESPECIALISTA C.I.R.



V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (\*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA  
(\*)

(\*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.