

UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**UNIVERSIDAD
LÍDER PERUANA**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA
“CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LA CALIDAD
DE SERVICIO EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE
QUILLABAMBA, 2022”**

Autor:

Bach. Fernandez Chalco Josue

Asesor

Dr. Lucio Ticona Carrizales

Santa Ana, La Convención, Cusco

2024

II. TÍTULO Y LÍNEA DE LA INVESTIGACIÓN

Título de la investigación:

“CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LA CALIDAD DE SERVICIO
EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022”

Línea de investigación:

Gestión pública y desarrollo social

III. HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**HOJA DE DECLARACION JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Yo, Jesue fernandez challo....., identificado
(a) con DNI N° 72887974....., Bachiller de la Escuela Profesional
de Economía....., domiciliado(a) en La calle/Jirón/Av
Jr. Nancy Flores..... del Distrito Santa Ana..... Provincia La Convención
Departamento Cusco..... Celular 996 074 907..... Email: J.f.phenix001@gmail.com

DECLARO BAJO JURAMENTO: Que la tesis que presento es original e inédita, no siendo copia parcial ni total de una tesis desarrollada, y/o realizada en el Perú o en el extranjero, en caso contrario de resultar falsa la información que proporciono, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del código penal concordante con el Art. 32° de la Ley N° 27444, y la ley del procedimiento Administrativo general y las Normas Legales de Protección a los Derechos de Autor.

En fe de lo cual firmo la presente.

Santa Ana, 27 de octubre.....del 2023..

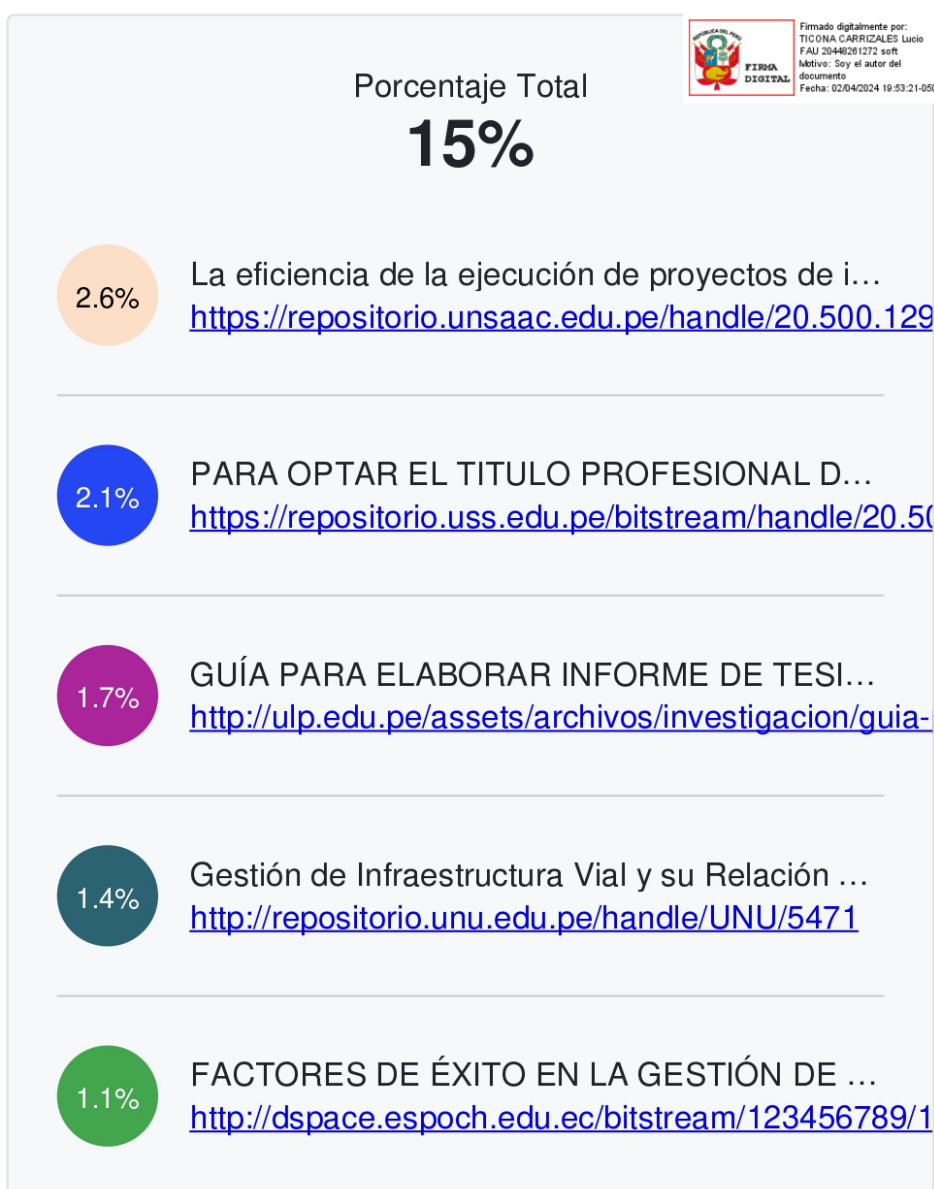

.....
DNI N°: 72887974.....

IV. REPORTE DE SIMILITUD



Informe del Detector de Plagio Viper

Informe de tesis Josue 20.02.24.docx **escaneado Ap**



V. HOJA DE FIRMA DE JURADOS**UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA****ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

**UNIVERSIDAD
LÍDER PERUANA**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA
“CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LA CALIDAD
DE SERVICIO EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE
QUILLABAMBA, 2022”**

Presentado por Bach. Josue Fernandez Challco

Presidente:

Dr. Máximo Fidel Pasache Ramos

Primer miembro:

Mg. Alejandro Rojas Luque

Segundo miembro:

Mg. Henry Washington Cuadros Tito

VI. DEDICATORIA

“A mis padres, quienes siempre han sido mi apoyo y fuente de inspiración en todo el proceso. Gracias por creer en mí y por motivarme a alcanzar mis metas. Y a todos aquellos que de alguna manera contribuyeron en mi formación académica, esta tesis está dedicada a ustedes por ser parte fundamental de mi éxito.”

VII. AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia por su constante apoyo emocional y por creer en mí. Sus palabras de aliento y comprensión fueron un gran impulso en momentos de duda y dificultad.

Este logro es de todos aquellos que me acompañaron en este proceso. Gracias a cada uno de ustedes por su apoyo incondicional y por formar parte de este importante capítulo de mi vida académica.

¡A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento!

VIII. ÍNDICE DE CONTENIDO

I. CARÁTULA	i
II. TÍTULO Y LÍNEA DE LA INVESTIGACIÓN.....	ii
Título de la investigación:.....	ii
III. HOJA DE DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....	iii
IV. REPORTE DE SIMILITUD.....	iv
V. HOJA DE FIRMA DE JURADOS	v
VI. DEDICATORIA	vi
VII. AGRADECIMIENTOS	vii
VIII. ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
IX. ÍNDICE DE TABLAS	xi
X. ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
XI. RESUMEN	xiii
XII. ABSTRACT	xiv
XIII. INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I. Planteamiento del problema.....	1
1.1. Descripción de la realidad del problema.....	1
1.2. Formulación del problema	3
1.2.1. Problema general.....	3
1.2.2. Problemas específicos.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1. Objetivo general.....	3
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Formulación de la hipótesis.....	4
1.4.1. Hipótesis general.....	4
1.4.2. Hipótesis específica.....	4

1.5.	Justificación de la investigación	4
1.5.1.	Justificación teórica.....	4
1.5.2.	Justificación practica.....	5
1.5.3.	Justificación de implicancia social.....	5
1.5.4.	Justificación metodológica.....	5
1.6.	Delimitaciones de la investigación	6
1.6.1.	Espacial	6
1.6.2.	Temporal	6
1.6.3.	Teórico	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO		6
2.1.	Antecedentes de la investigación.....	6
2.1.1.	Antecedentes Internacionales.....	6
2.1.2.	Antecedentes Nacionales	9
2.1.3.	Antecedentes Locales.....	12
2.2.	Bases teóricas	14
2.2.1.	Infraestructura	14
2.2.2.	Componentes de la infraestructura.....	15
2.2.3.	Calidad de servicio.....	18
2.2.4.	Identificación y conceptualización de variables	22
2.2.5.	Operacionalización de variables	23
2.3.	Marco conceptual	23
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		25
3.1.	Tipo de investigación.....	25
3.2.	Enfoque de la investigación	25
3.3.	Diseño de la investigación.....	25
3.4.	Alcance de la investigación.....	25
3.5.	Población y muestra.....	26

2.3.1. Población.....	26
2.3.2. Descripción de muestra	26
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
2.3.3. Técnica.....	26
2.3.4. Instrumento	26
3.7. Procedimiento de procesamiento de datos	27
3.8. Confiabilidad y validez	27
CAPÍTULO IV. RESULTADOS, CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y DISCUSIÓN	29
4.1. Resultados	29
4.2. Contrastación de hipótesis	34
4.3. Discusión.....	38
CONCLUSIONES	41
RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS	46
Anexo 01: Operacionalización de variables.....	47
Anexo 02: Matriz de consistencia	49
Anexo 03: Instrumento de recopilación de datos	52

IX. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Prueba de confiabilidad	28
Tabla 2	Variable Infraestructura	29
Tabla 3	Dimensiones de infraestructura	30
Tabla 4	Variable Calidad de servicio.....	31
Tabla 4	Dimensiones de Calidad de servicio.....	32
Tabla 5	Prueba de normalidad	34
Tabla 6	Prueba de hipótesis general.....	35
Tabla 7	Prueba de hipótesis específica 1	36
Tabla 8	Prueba de hipótesis específica 2	37

X. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variable Infraestructura	29
Figura 2 Dimensiones de Infraestructura.....	30
Figura 3 Variable calidad de servicio.....	31
Figura 4 Dimensiones de la calidad de servicio	32

XI. RESUMEN

Título de investigación: CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022

Objetivo: Determinar de qué manera las condiciones de infraestructura influyen en la calidad de servicio en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

Metodología: La metodología desarrollada fue de tipo básica, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, además del alcance correlacional. En esta investigación se ha considerado una muestra representativa de 221 comerciantes del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, a quienes se intervino mediante el instrumento de cuestionario.

Resultados: Mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,041 < 0,05$, por lo que se entiende que la relación de infraestructura y la calidad de servicio es significativa. Por otro lado, el coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,588, que indica la relación positiva moderada de la infraestructura y la calidad de servicio.

Conclusión: se arribó a la conclusión de que las condiciones de infraestructura influyen de manera significativa y positiva en la calidad de servicio en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

Palabras clave: Infraestructura, calidad de servicio, mercado de abastos.

XII. ABSTRACT

Research title: INFRASTRUCTURE CONDITIONS AND SALES LEVELS IN THE QUILLABAMBA SATELLITE SUPPLY MARKET, 2022

Objective: Determine how infrastructure conditions influence sales levels in the Satélite de Quillabamba supply market, 2022.

Methodology: The methodology developed was basic, with a quantitative approach and non-experimental design, in addition to the correlational scope. In this research, a representative sample of 221 merchants from the Satelite de Quillabamba food market has been considered, who were interviewed using the questionnaire instrument.

Results: Using Spearman's Rho correlation statistical test, a bilateral significance value of $p\text{-value}=0.041 < 0.05$ was obtained, which means that the relationship between infrastructure and sales is significant. On the other hand, the correlation coefficient showed a result of 0.588, which indicates the moderate positive relationship between infrastructure and sales.

Conclusion: the conclusion was reached that infrastructure conditions significantly and positively influence sales levels in the Satélite de Quillabamba supply market, 2022.

Keywords: Infrastructure, sales, supply market.

XIII. INTRODUCCIÓN

En un mercado de abastos, las condiciones de infraestructura juegan un papel crucial en el éxito de los comerciantes. La calidad de las instalaciones, el estado de las carreteras y accesos, la disponibilidad de servicios básicos y la seguridad son factores determinantes que afectan directamente la calidad de servicio. En este artículo, exploraremos la relación entre las condiciones de infraestructura y La calidad de servicio en el mercado de abastos, destacando la importancia de invertir en mejoras y mantenimiento para impulsar el crecimiento económico de este sector.

Las condiciones de infraestructura en el mercado de abastos son fundamentales para garantizar un entorno seguro, eficiente y atractivo tanto para los comerciantes como para los clientes. Un mercado bien equipado, con instalaciones modernas y servicios de calidad, tiene el potencial de atraer a más clientes y aumentar las ventas de los comerciantes. Por el contrario, la falta de infraestructura adecuada puede afectar negativamente la imagen del mercado y disuadir a los consumidores de visitarlo.

Uno de los aspectos más importantes de las condiciones de infraestructura en el mercado de abastos es la accesibilidad. Los comerciantes necesitan poder llegar fácilmente al mercado, ya sea en transporte público o en vehículo propio. Asimismo, los clientes deben contar con suficientes opciones de transporte y estacionamiento para poder acceder al mercado de manera cómoda y segura. Un mercado de abastos bien conectado y accesible atraerá a más clientes y aumentará las ventas de los comerciantes.

La seguridad es otro aspecto crucial en el mercado de abastos. Tanto los comerciantes como los clientes deben sentirse seguros en el mercado y protegidos de posibles delitos como robos o agresiones. Contar con medidas de seguridad adecuadas, como cámaras de vigilancia, iluminación adecuada, son aspectos que determinan la satisfacción de los clientes o compradores.

Es por ello que nace la importancia del desarrollo de la presente investigación.

Por lo expuesto se ha desarrollado el siguiente contenido en estructura. De contenido con 4 capítulos detallados a continuación:

Capítulo I: En este capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, con la descripción del problema en investigación con el apoyo de definiciones y argumentos que fortalecen al planteamiento, seguidamente se presenta la formulación del problema general y específicos de acuerdo a las dimensiones de la primera variable en relación a la segunda variable, asimismo, se presentan los objetivos tanto general y específicos de la investigación, a continuación se desarrolla la formulación de hipótesis. Seguidamente, la justificación de la investigación, en la cual se desarrolla la razón de la existencia del problema en curso, finalmente se presentan las delimitaciones de estudio.

Capítulo II: Marco teórico, que comprende los antecedentes a nivel internacional, nacional y local, que pueden exponer situaciones congruentes al tema en curso, estas en su resumen presentan objetivos, método y conclusiones para poder ser contrastadas finalmente con los resultados obtenidos. A continuación, este capítulo contiene también las bases teóricas, en la que se desarrollan las teorías relacionadas al tema con fundamento bibliográfico, seguidamente, se presenta la identificación y conceptualización de las variables en estudio, acompañados de la operacionalización de variables, finalmente, se presenta el marco conceptual, en la que se desarrolla la definición de términos básicos en la investigación.

Capítulo III: La metodología de la investigación, en la cual se detalla en tipo de investigación, seguido del enfoque, diseño y alcance de investigación, con el cual se segmenta la población y muestra de la investigación además de las técnicas e instrumentos de investigación. Seguidamente se presenta las técnicas y procedimientos

de análisis y procesamiento de datos. Además de la confiabilidad y validez de los instrumentos

Capítulo IV: En este capítulo se presentan los aspectos administrativos, en la que se detalla el cronograma de actividades, recursos humanos y materiales, además del presupuesto para el desarrollo de la investigación.

Para concluir: Referencias bibliográficas y anexos

CAPÍTULO I. Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la realidad del problema

Desde tiempos memorables, hasta la actualidad, el mercado de abastos desempeña un papel crucial en la cadena de suministro y distribución de productos alimenticios. En este contexto, las condiciones de infraestructura, como la accesibilidad, la eficiencia logística y las instalaciones físicas, pueden tener un impacto significativo en el rendimiento y a calidad de servicio de los comerciantes y proveedores presentes en el mercado. Este estudio se propone analizar la relación entre las condiciones de infraestructura y la calidad de servicio en el mercado de abastos, con el objetivo de comprender mejor los factores que influyen en el éxito comercial en este entorno.

En ese sentido, los centros de abastos se configuran como fuentes de abastecimiento más frecuentados por los consumidores, en particular, son los sectores más populares los que los prefieren por ofrecer bajos precios, diversidad en los productos y servicios que se ofrecen, y proximidad a sus hogares. A pesar de eso, se evidencia la presencia de quejas y críticas que en la mayoría de ocasiones se encuentra relacionada con la inseguridad, condiciones higiénicas de ambientes internos y externos, congestión en el tránsito, horarios de atención, y condiciones de conservación de alimentos perecibles. El problema es aún más crítico frente a este contexto, si se toma en cuenta los problemas que tienen los comerciantes minoristas (ambulantes) para acceder a información sobre temas legales y técnicas vinculadas al buen funcionamiento y desempeño de mercados de abasto.

En el plano nacional, en base a información para el año 2018, a nivel nacional, se evidencian 2,612 mercados de abasto (centros de abasto). De acuerdo a informes recientes del Instituto Nacional de Estadística e Informática (Instituto

Nacional de Estadística e Informática. , 2018), los centros de abastos en los últimos veinte años se incrementaron en 138%, al pasar de 1,097 (1996) a 2,612 (2016), como respuesta de un mayor dinamismo en la economía y de la población. En el periodo 1996 - 2016 el PBI peruano se quintuplicó en valores corrientes (378,4%). En tanto, el número de puestos fijos de los mercados de abastos se elevó en 111,2%, al pasar de 155,765 a 328,946. Es importante precisar, que los centros de abasto continúan siendo el medio principal de suministro de alimentos, bienes y servicios de los consumidores a nivel nacional por encima de centros comerciales.

Por otro lado, en el entorno dinámico comercial contemporáneo, la infraestructura juega un papel fundamental en la eficiencia operativa y la atracción de consumidores. Este estudio se propone analizar de manera exhaustiva la importancia de la infraestructura para la comercialización, explorando cómo aspectos como la accesibilidad, la estética y la funcionalidad impactan directamente en la capacidad de los comerciantes para llevar a cabo transacciones exitosas y atraer a una clientela diversa (Roca, 2018)

El mercado de Magdalena del mar tiene una infraestructura en malas condiciones, sin ningún mantenimiento a lo largo de los años, tiene problemas de dimensionamiento ya que han sobrepasado su capacidad (aforo), presentando problemas en las áreas de desplazamiento por lo que dificulta la circulación en su interior. Falta de organización espacial de los puestos de venta, necesitan de una infraestructura saludable, con ventilación e iluminación adecuada para la exhibición de sus productos, con el fin de brindar una mejor calidad de atención a los compradores en general. Área de servicios generales para la eliminación de residuos se encuentran en pésimo estado. Falta de depósitos y ductos adecuados.

En el plano regional, se ha evidenciado en Quillabamba que, el mercado de abastos Satelite, ha presnetado algunas limitaciones en su infraestructura, como la estructura de sus espacios, como la calidad de sistemas de abastesimiento, por lo que la calidad de sus productos se ven afectados por la falta de seguridad, disponibilidad y presentacion. Todos los aspectos mencionados pueden afectar de manera significativa en la calidad de servicio de los comenrciantes de dicho mercado, pues la diferencia de precios sería un factor determinante que los consumidores evaluarían de manera negativa, lo cual limitaría en el crecimeinto de sus ventas. Es por ello que la presnete investigaicon busca analizar el aspecto de infraestructura como incidencia en la calidad de servicio en este centro de abastos.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera las condiciones de infraestructura influyen en la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿La mejora en la estructura determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022?
- ¿La mejora en la calidad de productos determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera las condiciones de infraestructura influyen la calidad de servicio en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar si la mejora en la estructura determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022
- Determinar si la mejora en la calidad de productos determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022

1.4. Formulación de la hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Las condiciones de infraestructura influyen positivamente la calidad , en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

1.4.2. Hipótesis específica

- La mejora en la estructura determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022.
- La mejora en la calidad de productos determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

La justificación teórica se refiere que la investigación busca acortar las limitaciones de conocimiento respecto al tema abordado (Alvarez, 2019).

La justificación teórica de la presente investigación busco estudiar la relación existente entre las condiciones de infraestructura y LA CALIDAD de servicio, además de proponer un instrumento de recolección de datos que permitirá medir las variables a través de sus indicadores.

1.5.2. Justificación practica

La justificación práctica se refiere a como la investigación a través de sus resultados se podrá cambiar la realidad del ámbito en estudio (Alvarez, 2019).

La presente investigación tiene una utiliza en el ámbito social debido a que se estudió dos variables que la involucran, que son las condiciones de infraestructura y calidad de servicio, aportado conocimientos y marco teórico recopilando información de investigaciones anteriores y artículos respecto a la relación entre estas dos variables.

1.5.3. Justificación de implicancia social

La justificación social de una investigación indica que toda investigación debe contar con trascendencia social logrando y buscar proponer soluciones a los problemas suscitados en el ámbito de estudio (Ñaupas, Valdivia, & Romero, 2019).

La presente investigación está orientada a estudiar a la relación entre dos variables, buscando el beneficio de la sociedad que forma parte de este proyecto.

1.5.4. Justificación metodológica

Se refiere a mencionar el propósito de utilizar la metodología propuesta, es importante que se subraye la elección de esta (Alvarez, 2019).

Para la presente investigación se recopilaron los datos a través de la propuesta de un instrumento que está conformado por los indicadores que miden en conjunto a las variables en estudio.

1.6. Delimitaciones de la investigación

1.6.1. Espacial

La investigación se realizó en Quillabamba, provincia de La Convención región Cusco.

1.6.2. Temporal

La investigación se realizó durante el año 2022.

1.6.3. Teórico

La investigación se delimita en el marco teórico de las variables condiciones de infraestructura y LA CALIDAD de servicio

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Crispin et al. (2020) en el artículo calidad de servicio y satisfacción del cliente en los bancos privados, el objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes en los bancos, el enfoque de investigación cuantitativo, diseño no experimental. Resultados. Se evidenció que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de los bancos privados de Huánuco, existiendo una correlación directa considerable ($r_s = 0,785$, $\text{Sig.} = 0,000$). Conclusiones. La investigación concluyó que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en los bancos.

Romero (2023) en su investigación: Comercio y calidad de la infraestructura logística en Bolivia. Este estudio examina el impacto del factor logístico en el volumen comercial de Bolivia, con el propósito de cuantificar dicho efecto tanto a nivel global como desglosado por regiones. En una primera

fase, se analizan diversos indicadores para evaluar la situación del sector logístico boliviano en comparación con otros países de la región, con el objetivo de identificar su posición relativa. Posteriormente, se emplea un panel de efectos mixtos en el marco del modelo de gravedad en el comercio para demostrar la relevancia de la mejora en la extensión de carreteras asfaltadas y la disponibilidad de servicios móviles (considerados como indicadores del factor logístico interno) como factores determinantes en el comercio exterior del país. Además, se examina cómo este efecto varía según las regiones nacionales e internacionales. Este enfoque añade un aporte significativo a la literatura existente al incorporar elementos que no suelen ser considerados en otros estudios a nivel de Bolivia.

Quisberth (2017) en su investigación titulada: La inversión en infraestructura como política de crecimiento económico para la economía boliviana, cuyo objetivo fue cuantificar el efecto de la inversión en infraestructura sobre el crecimiento económico de Bolivia, la metodología desarrollada fue inductivo, por principios de causalidad para analizar el crecimiento económico, la técnica a la que se recurrió en la investigación fue instrumental econométrica, de esta forma se pretende realizar un análisis no solamente teórico, sino también avalar la investigación mediante técnicas actuales de predicción. En los resultados, se pudo identificar que el modelo econométrico ayuda a encontrar elasticidades, en este sentido se pudo establecer que un incremento en 1% en la inversión en infraestructura genera un efecto del 0,22%, mientras que la inversión pública y total generan un efecto casi del 1%, por otro lado, el tipo de cambio es significativo y con un efecto positivo dentro la estimación. Por lo que se concluye que existe una correlación

alta entre las inversiones y el crecimiento del producto interno bruto de la economía, por consiguiente, las políticas económicas deben estar relacionadas entre el gasto de capital y el desarrollo de la economía boliviana.

Díaz, Salazar, & Vernaza (2019) en su investigación sobre Factores de éxito en la gestión de ventas aplicados a establecimientos gastronómicos, cuyo objetivo fue identificar aquellos factores que influyen en la gestión de ventas en establecimientos gastronómicos. La metodología empleada en la investigación fue cualitativo y método deductivo, la información recolectada fue bibliográfica sobre los diversos factores o aspectos que influyen en el proceso de venta; mismos que son criterios clave durante el proceso de gestión. Como resultado de la investigación se contempló generar un mayor número de ventas, en vista de que los establecimientos gastronómicos deben considerar diversos factores administrativos y operativos con el fin de ser planificados, organizados, dirigidos y controlados para obtener resultados positivos. Por otro lado, entre los principales factores de éxito en la gestión de ventas aplicados a establecimientos gastronómicos se encuentra: la ubicación, la atmósfera del establecimiento, la calidad y el servicio; aspectos que generan fidelidad de los clientes y permite alcanzar mayor nivel de ventas.

Arteaga (2022) en su investigación sobre gestión de ventas y su impacto en la rentabilidad del concesionario Metrocar, donde su objetivo fue analizar la gestión de venta y su impacto en la rentabilidad. La investigación fue de tipo descriptivo con diseño no experimental transversal. De los resultados se obtuvo que, la empresa planifica las ventas realizando comparativos de cumplimiento, se establecen objetivos de ventas alcanzables cumpliendo con las proyecciones estimadas, así como también el nivel de competitividad de la

empresa es considerado como satisfactorio. Por otro lado, la rentabilidad económica de la empresa y financiera muestran que los activos están produciendo rendimiento sobre la inversión, así como se han generado utilidades a favor del propietario, por otra parte, se determinó que la capacidad de convertir las ventas en utilidades no ha sido eficiente en Metrocar. Finalmente, se concluyó que la empresa mostró ventas crecientes cumpliendo con los objetivos establecidos, sin embargo, los gastos operativos fueron muy altos afectando a la rentabilidad neta, resultado de esto se declaró 0%.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Sanchez (2023) en su trabajo titulado: “Diseño para el mejoramiento de la infraestructura del Mercado Municipal de Batangrande del distrito de Pítipo, provincia de Ferreñafe, departamento de Lambayeque”. Trabajo que tuvo por objetivo mejorar la infraestructura del Mercado Municipal de Batangrande en el distrito de Pítipo, provincia de Ferreñafe, departamento de Lambayeque en el año 2021. Se busca abordar las deficiencias estructurales y las condiciones inadecuadas en las que actualmente opera el mercado. Para ello, se llevará a cabo el diseño de nuevas estructuras de concreto armado, así como la implementación de instalaciones sanitarias y eléctricas adecuadas. El propósito final es crear una infraestructura segura, eficiente y apta para el comercio, con el objetivo de elevar los estándares de vida de la población. El análisis topográfico indica que el área destinada para la construcción de la edificación abarca 2118.093 metros cuadrados, con un perímetro de 185.62 metros lineales. Además, se caracteriza por tener una topografía llana, sin presencia de elevaciones abruptas o relieves accidentados.

Rojas (2022) en el estudio calidad de servicio y satisfacción del cliente en empresas familiares de distribución de gas a domicilio, el objetivo fijado fue demostrar el grado de relación de las variables, la metodología utilizada fue cuantitativa, diseño no experimental. Los resultados fueron a través del coeficiente Pearson 0.639; es decir, existe una asociación moderada y positiva entre las dos variables que son “fiabilidad y satisfacción del cliente”. En términos porcentuales, el coeficiente de determinación es de 40.83%, para la capacidad de respuesta coeficiente de Pearson resultó 0.69; es decir, existe una asociación moderada y positiva entre ambas variables que son “capacidad de respuesta y satisfacción del cliente”. La investigación concluye que, en base a los resultados obtenidos existe una relación de influencia significativa entre las variables mencionadas en 78% los cuales fueron validados con las pruebas estadísticas.

Aguinaga & Rojas (2018) en su investigación sobre “Cadena de valor y el incremento de la calidad de servicio en la empresa de cerámicos Lambayeque SAC” cuyo objetivo fue proponer el modelo de cadena de valor para incrementar la calidad de servicio en la empresa. La investigación fue de tipo descriptiva-correlacional y de diseño explicativos, siendo una población de 120 trabajadores, la recolección de datos fue realizado mediante un formulario tipo encuesta y una entrevista, asimismo, emplearon recopilación de datos secundarios como libros, revistas y periódicos. De los resultados se obtuvo, que en la empresa existe un modelo de gestión de procesos que no le otorgan valor al producto final; es decir, sus productos no tienen una diferenciación exclusiva en relación a los competidores. Así también, se halló

la existencia de un alto nivel de satisfacción en relación a las ventas que se realizan en dicha empresa.

Gomez & Contreras (2022) en su investigación titulada Inversión pública en infraestructura de transporte y el bienestar económico en los residentes del distrito de Punta Hermosa 2015-2019, donde su objetivo fue determinar de qué manera la inversión pública en infraestructura de transporte es un referente en la percepción del bienestar económico de los residentes del distrito de Punta Hermosa. El estudio de la investigación desarrolló la metodología de diseño no experimental con tipo de alcance básico y enfoque cuantitativo, con una muestra aleatoria de 375 personas que viven en Punta Hermosa, la técnica que se empleó la técnica de revisión documental para la variable independiente Inversión pública en infraestructura de transporte; mientras que, para la variable dependiente Bienestar económico se utilizó el cuestionario de encuesta. Donde se obtuvo como resultado aceptar la hipótesis planteada en todas sus dimensiones, debido a que los residentes consideran que la inversión pública en infraestructura de transporte es un componente para lograr el bienestar económico de la sociedad. Por ende, se pudo concluir que a medida que haya un incremento en la inversión pública en infraestructura de transporte, los residentes percibirán un incremento en el nivel de empleo, encontrándose que, la inversión pública en infraestructura de transporte es considerado como un referente en el incremento del nivel de empleo de los residentes del distrito de Punta Hermosa.

Rojas (2022) en su investigación sobre “Gestión de infraestructura vial y su relación con el crecimiento económico y social, en la Av. aviación del distrito de Manantay” el cual tuvo como objetivo determinar la relación entre

la gestión de infraestructura vial con el crecimiento económico y social. La metodología empleada fue de tipo de investigación aplicada, nivel no experimental, diseño descriptivo correlacional causal, su técnica fue la encuesta y su instrumento fue el cuestionario. En los resultados se obtuvo que el 16% de personas, que habitan en los márgenes las avenidas precisaron que la gestión de infraestructura vial y el crecimiento económico y social es regular, además, se aceptó la hipótesis general, es decir que se tuvo una correlación (0.574) positiva fuerte y un Sig. (Bilateral) menor de 0.05 (0.000), por lo tanto, se aceptó la hipótesis general, es decir, que la gestión de infraestructura vial se relaciona significativamente con el crecimiento económico y social.

2.1.3. Antecedentes Locales

Flores (2019) en su investigación titulada “La eficiencia de la ejecución de proyectos de inversión pública y su efecto socio económico en la población del distrito de Wanchaq. periodo 2013-2016”, cuyo objetivo fue analizar los efectos socioeconómicos de los habitantes que se da por la eficiencia de la ejecución de los proyectos de inversión pública del distrito. La metodología desarrollada fue de tipo científico, considerando como población al total de la población del Distrito de Wanchaq, basado en una muestra representativa de 382 habitantes mayores de edad del Distrito de Wanchaq a quienes se aplicó un instrumento de cuestionario cerrado. Concluyendo que el principal sector económico en el distrito de Wanchaq ha tenido un crecimiento moderado en el periodo investigado, esto es porque el 72% de la población económicamente activa de Wanchaq, se dedican a actividades comerciales y de servicios, y de

ellos el 45.10% son de bienes de consumo inmediato. Este crecimiento fue debido a la eficiente ejecución de los proyectos de inversión pública, los cuales han permitido un mejor comportamiento en el comercio y mayores oportunidades para su desarrollo. Sobre todo, porque los proyectos de inversión pública de mejoramiento de transitabilidad y los de recreación han dinamizado dichas zonas y permitiendo un mayor comercio, esto se demuestra con las 116 nuevas licencias para diferentes comercios en el periodo investigado y también con la mejora de los ya existentes.

Condori & Huamán (2021) en su tesis sobre Marketing digital y nivel de ventas de los comerciantes en el Centro Comercial El Molino I de la ciudad del Cusco, donde su objetivo fue determinar la relación entre el marketing digital y el nivel de ventas. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo correlacional, la muestra estuvo conformada por 90 comerciantes, y para la recolección de datos se empleó un cuestionario tipo Likert. Los resultados obtenidos confirmaron la hipótesis general, la cual indicó que existe relación estadística entre el marketing digital y el nivel de ventas, mediante la prueba chi-cuadrado con $p = 0.000 < 0.05$, y un nivel de asociación mediante la correlación de Spearman de 0.386, equivalente a una relación positiva media.

Zamlaloe & Mamani (2021) en su tesis titulada Impacto económico y bienestar social del proyecto Vía de Evitamiento en el distrito de San Sebastián - Cusco, 2019, el cual tuvo como objetivo principal establecer la relación entre el impacto económico y bienestar social del proyecto Vía de Evitamiento en el distrito de San Sebastián, la metodología de la investigación fue de tipo

correlacional descriptiva de enfoque cuantitativo no experimental, se desarrolló el instrumento de análisis documental para evaluar el impacto económico, y cuestionarios cerrados para la variable de bienestar social, en los resultados se obtuvo que el proyecto generó un impacto económico positivo en el bienestar social de acuerdo al coeficiente de Pearson que fue de 0.95, concluyendo que existe una relación directa entre las variables impacto económico y bienestar social, destacando que el bienestar social está en manos de como la gestión pública ejecute los proyectos de inversión en las diferentes zonas de la ciudad.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Infraestructura

Las infraestructuras son aquel conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera, asimismo constituyen un pilar del desarrollo social y económico y que es una de las determinantes de nuestras posibilidades de desarrollo.

Por su parte, Salinas (2018) menciona que la infraestructura representa las ruedas de la actividad económica. Las infraestructuras desempeñan un papel fundamental en el desarrollo social y en la inserción de un país en un entorno globalizado, desde una perspectiva macroeconómica, se reconoce ampliamente que la inversión pública en infraestructuras, como carreteras, aeropuertos, puertos, puentes, ferrocarriles, telecomunicaciones, entre otras, constituye un pilar fundamental para estimular el crecimiento económico de una nación. Esto se debe a que dicha inversión proporciona la base esencial que sustenta diversas actividades tanto del sector privado como del estatal.

Las infraestructuras no solo facilitan la conectividad física, sino que también juegan un papel crucial en la creación de condiciones propicias para mercados más eficientes. Su desarrollo puede influir significativamente en los costos de transporte de mercancías, afectando directamente la productividad de las empresas. Asimismo, el avance de las infraestructuras puede tener un impacto transformador en la oferta de bienes y servicios en áreas específicas, generando un ambiente propicio para el desarrollo económico y la prosperidad.

2.2.2. Componentes de la infraestructura

La infraestructura de calidad está compuesta por tres principales componentes los cuales son normalización, la metrología y la acreditación de las actividades de la evaluación de la conformidad, siendo las definiciones de los tres pilares las siguientes:

a. Normalización

La normalización se enfoca en establecer disposiciones para abordar problemas reales o potenciales, buscando la uniformidad y repetición de prácticas en diversos contextos, ya sean tecnológicos, políticos o económicos. Las normas desempeñan un papel crucial al definir requisitos y criterios de evaluación para la conformidad de productos y procesos mediante sistemas de gestión. En este sentido, contribuyen a mejorar la competitividad al proporcionar herramientas técnicas que demuestran que los productos y servicios cumplen con los requisitos gubernamentales o del mercado. El propósito de las normas dentro de la infraestructura de calidad es mejorar la idoneidad de productos, procesos y servicios para sus objetivos previstos. En el Perú, el INACAL actúa como organismo rector en normalización, aprobando Normas Técnicas Peruanas (NTP) que

especifican requisitos para productos, métodos de ensayo y procedimientos de muestreo (Congreso de la República del Perú, 2014).

En consecuencia, la normalización persigue fundamentalmente tres objetivos:

- **Simplificación.** Se trata de reducir los modelos para quedarse únicamente con los más necesarios.
- **Unificación.** Para permitir el intercambio a nivel internacional.
- **Especificación.** Se persigue evitar errores de identificación creando un lenguaje claro y preciso.

b. Metrología

Ciencia que tiene por objeto el estudio de las propiedades medibles, las escalas de medida, los sistemas de unidades, los métodos y técnicas de medición, así como la evolución de estos elementos, la evaluación de la calidad de las mediciones y su mejora continua, con el propósito de facilitar el avance científico, el desarrollo tecnológico, el bienestar social y la calidad de vida. En el ámbito de la Metrología, la fiabilidad y comparabilidad de las mediciones se garantizan a través del Sistema Internacional de Unidades (SI) y sus magnitudes principales, a las cuales todas las mediciones hacen referencia.

En el Perú, el INACAL asume el rol de entidad líder en Metrología, siendo responsable de la aprobación de normas metrológicas. Además, desempeña funciones clave como proveedor de Materiales de Referencia Certificados (MRC) y ofrece servicios de calibración de instrumentos de medición, particularmente cuando no hay laboratorios de calibración

secundarios disponibles para llevar a cabo dichas tareas (Congreso de la República del Perú, 2014).

La metrología abarca tres campos:

- **Metrología científica.** Establecimiento, mantenimiento y reproducción de patrones.
- **Metrología industrial.** Calibración de instrumentos utilizados en los procesos productivos, métodos y tolerancias.
- **Metrología legal.** Transacciones comerciales, seguridad, salud, protección al consumidor.

c. Acreditación

La acreditación se define como un proceso mediante el cual un organismo con la debida autoridad otorga un reconocimiento formal a otra entidad competente para realizar tareas específicas. Es fundamental resaltar que, en principio, la acreditación es de carácter voluntario y puede ser concedida tanto a instituciones de naturaleza privada como pública. Su objetivo es abordar las necesidades del mercado tanto en el sector privado como en el público, especialmente cuando respalda las políticas gubernamentales relacionadas con la regulación, control y fiscalización, como se evidencia en la legislación referente al cumplimiento de los VMA (Ministerio de vivienda construcción y saneamiento, 2019).

En relación a la infraestructura de la calidad, todas las economías necesitan tener acceso a los servicios de evaluación de la conformidad creíbles. Estos son necesarios para una variedad de propósitos, incluyendo:

- Asegurar que los productos, procesos, servicios, bienes y el personal cumplen con las especificaciones necesarias, que pueden abarcar requisitos establecidos en regulaciones locales o internacionales, las especificaciones de los compradores, acuerdos comerciales, entre otros
- Establecer y supervisar los requisitos necesarios para garantizar la protección de la salud, la seguridad y el medio ambiente.
- Brindar respaldo a los servicios de infraestructura pública en sectores como construcción, energía, suministro de agua y gas, defensa, transporte y sistemas de comunicación.
- Salvaguardar los derechos de los consumidores mediante la vigilancia de prácticas comerciales desleales.
- Validar la credibilidad de los sistemas forenses y de justicia.
- Garantizar la compatibilidad e interoperabilidad de los componentes de productos y sistemas.
- Contribuir a la cuarentena efectiva de productos perjudiciales, plagas y enfermedades desde su entrada en una economía.
- Facilitar oportunidades de comercio internacional al reducir obstáculos técnicos y demostrar el cumplimiento con las especificaciones de normas internacionales, reglamentos técnicos y requisitos comerciales.

2.2.3. Calidad de servicio

Es la traducción de las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; puede estar definida solamente en términos del agente.

También, se comprende como es el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre el resultado del servicio ofrecido (Castañeda, 2022).

La calidad del servicio al cliente se trata de cubrir y rebasar las expectativas que tienen los clientes. Es sumamente importante porque, como ya lo mencionamos, de esto puede depender el éxito de un negocio, el número de clientes, la fidelización de los mismos y hasta las recomendaciones con otros consumidores.

Lo anterior puedes lograrlo poniéndote en el lugar de tus compradores y previniendo problemas o dificultades que fomenten malas experiencias durante el proceso de compra o con lo que ofreces. Debes conocer qué es lo que tu público está buscando ya que, cada vez los consumidores demandan recibir mejor y mayor calidad en el servicio.

Como marcas tenemos la responsabilidad de llenar las expectativas del comprador, ya que cada vez es más amplia la competencia en el mercado y debemos resaltar entre la contienda por la atención del público.

Parasumaran et al. (1985) que se refiere a la calidad que percibe el consumidor acerca de la excelencia sobre un servicio. Dándole importancia al servicio con la organización.

Por otro lado, Páramo (2019) menciona que la calidad y servicio es el grado de amplitud que coexiste desde las expectativas o perspectivas del entorno de una organización, en la que se desarrolla aspecto de tangibilidad, confianza y capacidad de los miembros de la organización.

Por otro lado, se puede afirmar también, que la calidad de servicio es una asistencia que cumple con las perspectivas de los clientes, satisface sus necesidades y requerimientos (Molina & Castillo, 2017)

La calidad del servicio es descrita por Zubieta (2018) como el efecto de la interacción entre el servidor y el usuario, para lo cual identifican tres dimensiones: calidad física (apariencia física), calidad comercial (imagen de la empresa) y calidad de comunicación (interacción entre la persona ante el servicio y el usuario). Los autores enfatizan que la calidad que se encuentra en un servicio surge durante su desarrollo, entrega o implementación a través de la interacción entre el usuario y prestador del servicio.

La calidad del servicio se crea en la mente de los usuarios y se basa en conocer las necesidades de los usuarios y más que las expectativas o esperanzas que los usuarios tienen por un determinado servicio. La calidad del servicio está directamente relacionada con la satisfacción del usuario (Gaffar, 2016).

2.2.3.1. Importancia de la calidad de servicio

La importancia de ofrecer un servicio de calidad, es obtener mejores comentarios, incremento de visitas y de ventas, así como generar valor a nuestra marca. Además de ser un referente importante para prepararnos día a día, y permanecer vigentes en un mundo de competencia global (Castañeda, 2022)

La secuencia del servicio es el seguimiento desde de inicio a fin del servicio que, permite desarrollar nuestro estándar de calidad y partir de ahí para distinguir y marcar la esencia. El estándar de servicio ayudara a que los responsables de cada área sepan las actividades que se tiene que llevar para que los clientes cumplan sus expectativas.

Un estándar completo y con mayor eficacia orienta a resultados de un mejor servicio y por ende una mayor satisfacción a los clientes.

2.2.3.2. Disposición de bienes

La disposición de bienes se refiere a la acción o proceso de transferir la propiedad de bienes de una persona o entidad a otra. Este término puede abarcar diferentes tipos de transacciones y mecanismos, como la venta que comprende la transferencia de la propiedad de un bien a cambio de una compensación económica. El intercambio que supone la transferencia de bienes mediante un trueque, donde se intercambian bienes o servicios sin mediar dinero (Arteaga, 2022)

2.2.3.3. Incremento de ventas

El incremento de ventas se refiere al aumento en el volumen o valor de los productos o servicios vendidos por una empresa durante un período específico, en comparación con un período anterior. Este aumento puede medirse de diversas maneras, incluyendo el número de unidades vendidas, los ingresos totales generados por las ventas, o el porcentaje de crecimiento en comparación con el período anterior.

El incremento de ventas es un indicador clave de rendimiento (KPI) para las empresas, ya que refleja su capacidad para crecer y expandirse en el mercado. Este incremento puede ser resultado de varios factores, como el incremento de la demanda con mayor interés o necesidad de los consumidores por los productos o servicios ofrecidos. Por otro lado, las estrategias de marketing efectivas mediante campañas publicitarias exitosas que aumentan la visibilidad y el atractivo de los productos.

Así también, la mejora en el servicio al cliente con el desarrollo de experiencias de compra positivas que fomentan la repetición de compras y la lealtad del cliente.

El seguimiento y análisis del incremento de ventas permite a las empresas ajustar sus estrategias y tomar decisiones informadas para continuar su crecimiento.

2.2.4. Identificación y conceptualización de variables

Variable dependiente

Infraestructura

International recovery platform (IRP). La infraestructura puede ser definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía.

Dimensiones:

- Estructura
- Calidad de productos

Variable independiente

Calidad de servicio

Morales, V. (2014) “Todo negocio tiene la oportunidad de realizar distintos tipos de ventas de sus productos o servicios. En particular de decisión de vender de manera directa, o mediante el uso de canales de distribución masiva, lo que conlleva a usar publicidad para mejorar el desempeño de ventas del producto o servicio”.

Dimensiones:

- Disposición de bienes
- Incremento de ventas

2.2.5. Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala
Infraestructura	Estructura	Distribución de espacios	Cuestionario y Escala de Likert
		Estado de infraestructura del mercado	
		Calidad del sistema de abastecimiento	
	Calidad de productos	Seguridad	
		Disponibilidad	
		Presentación	
Calidad de servicio	Disposición de bienes	Diferencia de Precios	
		Crecimiento de Consumo	
	Incremento de ventas	Cantidad de ventas	
		Horas de venta	

2.3. Marco conceptual

Infraestructura: Se refiere al conjunto de elementos físicos y organizativos que respaldan y hacen posible el funcionamiento de una entidad, sistema o actividad. Estos elementos pueden incluir instalaciones físicas, sistemas de transporte, redes de comunicación, servicios públicos, tecnologías de la información, entre otros.

Ventas: Contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero.

Organización: Formación social o grupo institucionalmente independiente.

Negociación: Proceso por el cual las partes interesadas resuelven conflictos, acuerdan líneas de conducta, buscan ventajas individuales y/o colectivas, procuran obtener resultados que sirvan a sus intereses mutuos.

Competencia: Se refiere a la rivalidad o enfrentamiento entre individuos, empresas, organizaciones o sistemas, en la búsqueda de alcanzar objetivos similares, como la captación de clientes, el logro de metas comerciales o la excelencia en un determinado campo.

Rentabilidad: Es la ganancia que una persona recibe por poner sus ahorros en una institución financiera y se expresa a través de los intereses, que corresponden a un porcentaje del monto de dinero ahorrado.

Innovación: Se define como el proceso de concebir, desarrollar e implementar nuevas ideas, métodos, productos, servicios o prácticas con el objetivo de generar un cambio positivo o crear valor.

Gestión: Se refiere al proceso de planificación, organización, dirección y control de los recursos, actividades y esfuerzos de una entidad, con el objetivo de alcanzar metas específicas y optimizar el rendimiento.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Debido a que en la investigación estudió la relación entre las dos variables de estudio, el tipo de investigación es básica.

De acuerdo a Banea (2017), la investigación pura o básica es el tipo de investigación que busca estudiar un problema enfocado netamente a la búsqueda de conocimiento.

3.2. Enfoque de la investigación

El enfoque de la presente investigación fue cuantitativo, debido a que se utiliza la prueba estadística para obtener los resultados.

La investigación cuantitativa de acuerdo a (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) , este tipo de investigación estructura, ordena y resumen datos que pueden distintas fuentes y a través de métodos estadísticos y matemáticos se obtienen los resultados.

3.3. Diseño de la investigación

La investigación fue de diseño no experimental, el diseño no experimental se ubica en un periodo de tiempo, en el cual recolectan los datos cuyo diseño también es transversal pues le encuesta se tomarán los datos en único periodo de tiempo con el objetivo de describir las variables y la interrelación en un determinado momento (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

3.4. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación es correlacional, dado que a través de métodos estadístico se buscó medir la relación entre las variables de estudio.

De acuerdo a (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), las investigaciones de enfoque correlacional el investigador busca medir el grado de cohesión entre las variables de estudio, sin la necesidad de incluir variables externas para así obtener resultados.

3.5. Población y muestra

2.3.1. Población

La población está conformada por los 221 comerciantes del mercado de abastos Satelite de Quillabamba.

2.3.2. Descripción de muestra

Se considera como muestra a la totalidad de 221 comerciantes del mercado de abastos Satelite de Quillabamba.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.3.3. Técnica

La fuente de información es primaria debido a que se utilizó la técnica de la encuesta, esta última es un medio por el cual se recolectan datos además se puede definir con un sistema de búsqueda de información en la que el investigador realiza pregunta a los encuestados respecto a los datos que desea obtener y posteriormente ordena, resume y analiza dicha información a diferencia de otros métodos como la entrevista , la encuesta realiza a los encuestados las mismas preguntas , en el mismo orden y en un situación social parecida.

2.3.4. Instrumento

El instrumento de recolección fue el cuestionario el cual estuvo conformado por preguntas sobre las variables en mención.

3.7. Procedimiento de procesamiento de datos

Inicialmente, se obtuvo el consentimiento informado de los representantes para poder realizar las encuestas a la muestra elegida luego se procedió a la recolección de toda la información primaria considerando los aspectos de confidencialidad de los datos personales de los encuestados y la rigurosidad científica.

Luego se realiza el acopio de la información en Excel para luego ser procesada la información y se muestra los resultados en gráficos y tablas realizando un análisis descriptivo de lo hallado.

Posteriormente, se realizó las pruebas correspondientes para evaluar la relación entre las variables de estudio para posteriormente analizar lo encontrado y redactar los resultados luego las conclusiones.

3.8. Confiabilidad y validez

La confiabilidad del instrumento se determina a través de diferentes técnicas y se representa el grado de aplicación y repetición del cuestionario al mismo individuo produce resultados iguales (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

La confiabilidad del instrumento se midió a través del coeficiente de Alpha de Cronbach, este coeficiente evalúa concretamente la consistencia interna de la escala como medición de fiabilidad a través de la correlación entre los ítems de la escala (Morales, Martinez, Area, & Emil, 2008)

Tabla 1*Prueba de confiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de	N de
Cronbach	elementos
,699	15

El resultado hallado fue de 0,669, resultados que evidencia un nivel alto de confiabilidad del instrumento.

La validez del instrumento del instrumento se dio a través de la consulta con expertos en el tema de investigación para que de acuerdo a su experiencia y conocimiento validen que el instrumento.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS, CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y DISCUSIÓN

4.1.Resultados

En el proceso de obtención de resultados, se realizó el procedimiento agrupación de datos con el objetivo de organizar los resultados representados por dimensiones orientado a las pruebas de hipótesis respectivas, por ello se presentan los resultados agrupados a continuación:

Tabla 2

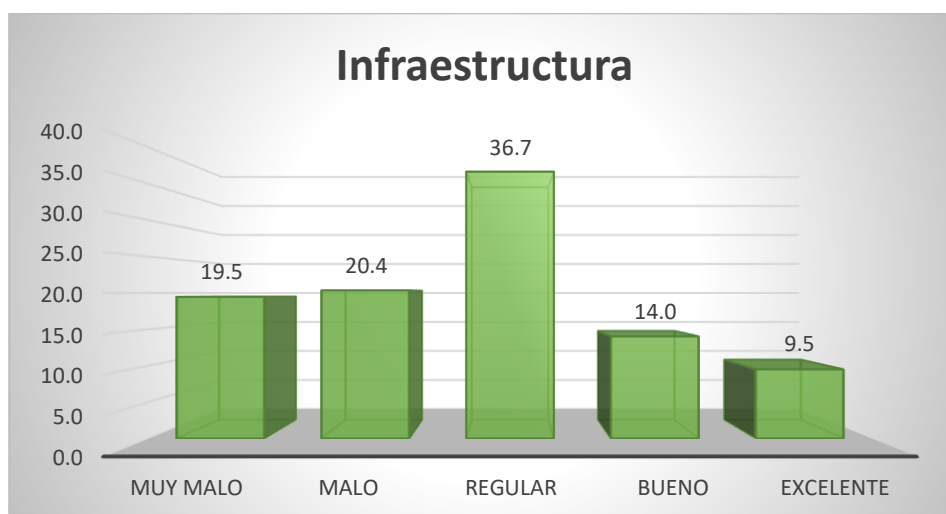
Variable Infraestructura

Infraestructura		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	43	19.5
	Malo	45	20.4
	Regular	81	36.7
	Bueno	31	14.0
	Excelente	21	9.5
	Total	221	100

Nota: Elaboración propia

Figura 1

Variable Infraestructura



Interpretación

De los resultados obtenidos, respecto a la variable infraestructura, se ha encontrado que el 36.7% de la población intervenida ha manifestado que califican como regular la infraestructura del centro de abastos. Por otro lado, el 20.4% de esta misma población intervenida, ha manifestado que la infraestructura es mala. Finalmente, el 14% de la misma, ha manifestado que es buena la infraestructura.

Tabla 3

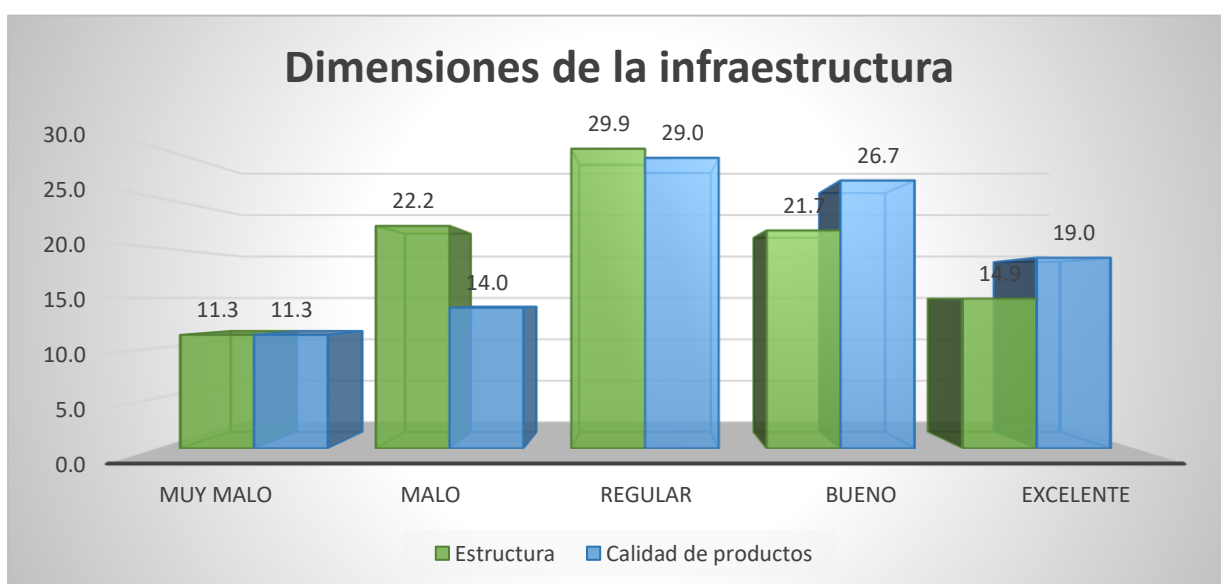
Dimensiones de infraestructura

Estructura	Calidad de productos				
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Muy malo	25	11.3	25	11.3
	Malo	49	22.2	31	14.0
	Regular	66	29.9	64	29.0
	Bueno	48	21.7	59	26.7
	Excelente	33	14.9	42	19.0
	Total	221	100	221	100

Nota: Elaboración propia

Figura 2

Dimensiones de Infraestructura



Interpretación

De los resultados obtenidos, sobre las dimensiones de la infraestructura, se ha

encontrado que el 29.9% de la población intervenida ha manifestado que perciben la estructura del mercado de abastos en un nivel regular. Por otro lado el 29% de esta misma, ha manifestado que la calidad de los productos es de nivel regular de manera complementaria con la estructura del mercado.

Tabla 4

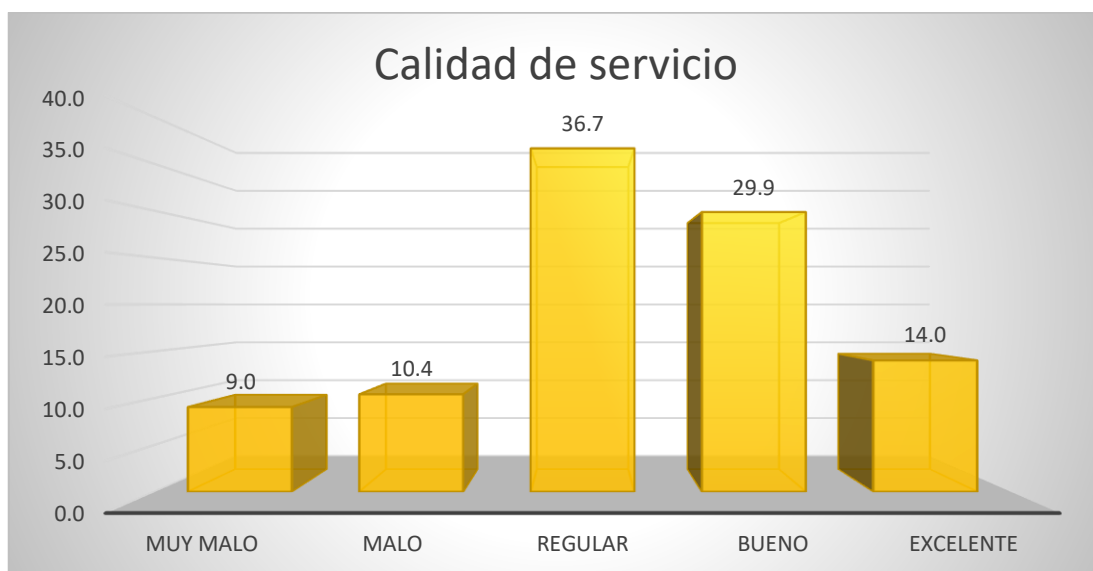
Variable Calidad de servicio

Calidad de servicio		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	20	9.0
	Malo	23	10.4
	Regular	81	36.7
	Bueno	66	29.9
	Excelente	31	14.0
	Total	221	100

Nota: Elaboración propia

Figura 3

Variable calidad de servicio



Interpretación

De los resultados obtenidos sobre la variable de calidad de servicio, se ha

encontrado que el 36.7% de la población intervenida ha manifestado que la calidad de servicio es de nivel regular. Por otro lado, el 29.9% de esta misma población ha manifestado que lo perciben en un nivel bueno y el 14% ha manifestado que evidencian un nivel excelente de calidad de servicio.

Tabla

5

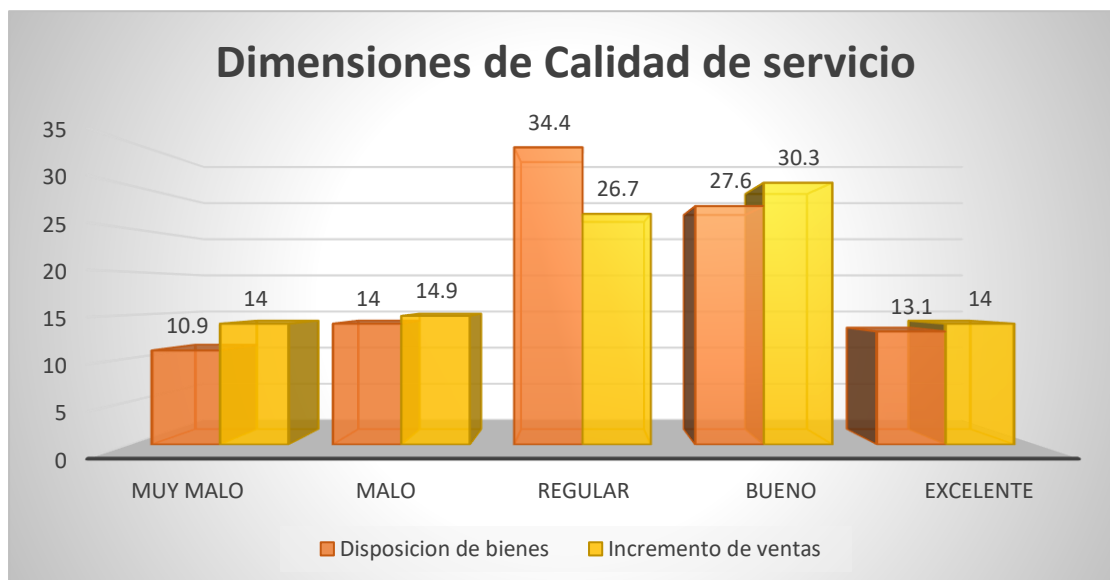
Dimensiones de Calidad de servicio

Disposición de bienes			Incremento de ventas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muy malo	24	31	14.0
	Malo	31	33	14.9
	Regular	76	59	26.7
	Bueno	61	67	30.3
	Excelente	29	31	14.0
	Total	221	100	221

Nota: Elaboración propia

Figura 4

Dimensiones de Calidad de servicio



Interpretación

De los resultados obtenidos sobre las dimensiones de la calidad de servicio, se ha encontrado que el 34.4% de la población intervenida ha manifestado que la disposición de bienes es de nivel regular. Por otro lado el 30.3% de esta misma población ha manifestado que el incremento de sus ventas gracias a la nueva infraestructura del centro de abastos es de nivel bueno.

4.2. Contratación de hipótesis

Con el propósito de comprobar las hipótesis de la presente investigación, se ha recurrido a la prueba estadística de Kolgomorov Sminrov, debido a que se ha contado con una muestra superior a 50 individuos (Hernández & Mendoza, 2018), para hallar el valor de la distribución normal. En este proceso el resultado obtenido fue de $0,000 < 0.05$ (para ambas variables, por lo que se obtuvo resultados de distribución normal).

Tabla

6

Prueba de normalidad

	Es tadístico	Kolgomorov- Sminrov	
		gl	Sig.
Infraestructura	,6 46	221	,000
Calidad de servicio	,6 85	221	,000

Nota: Elaboración propia

En la tabla previa, el análisis de la “Prueba de Kolgomorov- Sminrov” para una muestra de ambas variables exhibe un valor de significancia asintótica (bilateral) de 0,000 para ambas variables. Pues ambos valores son < 0.05 . por lo que ambas variables se adjuntan a una distribución no paramétrica. Por consiguiente, se utilizará el coeficiente Rho de Spearman en el análisis.

Prueba de hipótesis general

HI: Las condiciones de infraestructura influyen significativamente en la calidad de servicio, en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

H0: Las condiciones de infraestructura no influyen significativamente en la calidad de servicio, en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

Tabla 7

Prueba de hipótesis general

Correlaciones		Infraestructura	Calidad de servicio
Infraestructura	Coefficiente de correlación	1	,588*
	Sig. (bilateral)		,041
Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,588*	1
	Sig. (bilateral)	,041	

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla se puede percibir que, mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,041 < 0,05$, por lo que se entiende que la relación de infraestructura y la calidad de servicio es significativa. Por otro lado, el coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,588, que indica la relación positiva moderada de la infraestructura y la calidad de servicio. Entendiendo que, las condiciones de infraestructura influyen de manera significativa y positiva en la calidad de servicio en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

Prueba de hipótesis específica 1

HI: La mejora en la estructura determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022

H0: La mejora en la estructura determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022

Tabla

8

Prueba de hipótesis específica 1

Correlaciones				
			Estructura	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Estructura	Coefficiente de correlación	1.000	,441**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,441**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	

****. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).**

Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla se puede percibir que, mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,000 < 0,05$, por lo que se entiende la relación de la estructura y la calidad de servicio es significativo. Por otro lado, el coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,441, que indica la relación positiva moderada de la estructura y la calidad de servicio. Por lo que se afirma la hipótesis alterna planteada donde la mejora en la estructura determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022.

Prueba de hipótesis específica 2

HI: La mejora en la calidad de productos determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

H0: La mejora en la calidad de productos no determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

Tabla

9

Prueba de hipótesis específica 2

Correlaciones			
Rho de Spearman	Calidad de productos	de	Calidad de productos
			Calidad de servicio
		Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000
		Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,516**
		Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0.000
		Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,516**
		Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0.000

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla se puede percibir que, mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,000 < 0,05$, por lo que se entiende la relación de la calidad de productos y la calidad de servicio es significativo. Por otro lado, el coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,516, que indica la relación positiva moderada de la calidad de productos y la calidad de servicio. Por lo expuesto se acepta la hipótesis alterna planteada, donde la mejora en la calidad de productos determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

4.3. Discusión

A través de la recopilación de información, se han identificado pruebas de hipótesis que serán comparadas con los datos de referencia proporcionados en el marco teórico de la investigación que se expone a continuación.

Respecto a la hipótesis general, mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,041 < 0,05$, por lo que se entiende que la relación de infraestructura y la calidad de servicio es significativa. Por otro lado, el coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,588, que indica la relación positiva moderada de la infraestructura y la calidad de servicio. Entendiendo que, las condiciones de infraestructura influyen de manera significativa y positiva en la calidad de servicio, en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.

Los resultados pueden ser contrastados con la investigación de Aguinaga & Rojas (2018) en su investigación sobre la cadena de valor y el incremento de la calidad de servicio de una empresa, donde se encontró que en la empresa existe un modelo de gestión de procesos que no le otorgan valor al producto final; es decir, sus productos no tienen una diferenciación exclusiva en relación a los competidores. Así también, se halló la existencia de un alto nivel de satisfacción en relación a las ventas que se realizan en dicha empresa.

Por otro lado, Gomez & Contreras (2022) en su investigación sobre la inversión pública en infraestructura de transporte y el bienestar económico, donde se obtuvo como resultado aceptar la hipótesis planteada en todas sus dimensiones, debido a que los residentes consideran que la inversión pública en infraestructura de transporte es un componente para lograr el bienestar económico de la sociedad. Concluyendo que a medida que haya un incremento en la inversión pública en infraestructura de transporte, los residentes percibirán un incremento en el nivel de empleo, encontrándose que, la

inversión pública en infraestructura de transporte es considerado como un referente en el incremento del nivel de empleo.

Flores (2019) en su investigación sobre la eficiencia de la ejecución de proyectos de inversión pública y su efecto socio económico en la población de un distrito donde se encontró que el principal sector económico en el distrito de Wanchaq ha tenido un crecimiento moderado en el periodo investigado, esto es porque el 72% de la población económicamente activa de Wanchaq, se dedican a actividades comerciales y de servicios, y de ellos el 45.10% son de bienes de consumo inmediato. Este crecimiento fue debido a la eficiente ejecución de los proyectos de inversión pública, los cuales han permitido un mejor comportamiento en el comercio y mayores oportunidades para su desarrollo. Sobre todo, porque los proyectos de inversión pública de mejoramiento de transitabilidad y los de recreación han dinamizado dichas zonas y permitiendo un mayor comercio, esto se demuestra con las 116 nuevas licencias para diferentes comercios en el periodo investigado y también con la mejora de los ya existentes.

Por lo expuesto, se puede afirmar que las condiciones de infraestructura y la calidad de servicio son dos aspectos fundamentales en un mercado de abastos porque una infraestructura adecuada facilita el acceso de los proveedores y clientes al mercado de abastos. Carreteras, transporte público, estacionamiento y otras facilidades logísticas influyen en la capacidad de llegar al mercado y realizar transacciones de manera eficiente. Por otro lado, una infraestructura bien diseñada proporciona instalaciones adecuadas para el almacenamiento y la conservación de productos perecederos. Esto es crucial para mantener la calidad de los productos y evitar pérdidas por deterioro.

Un mercado de abastos con buenas condiciones de infraestructura puede atraer a una mayor variedad de proveedores y productos. Esto aumenta la oferta disponible para los compradores, lo que puede traducirse en mayor calidad de servicio al satisfacer una

gama más amplia de necesidades y preferencias del consumidor. Una infraestructura bien mantenida y organizada puede mejorar la experiencia del cliente en el mercado de abastos. Esto puede incluir aspectos como la limpieza, la comodidad, la seguridad y la señalización adecuada, lo que contribuye a fomentar la lealtad del cliente y atraer nuevos visitantes.

Un mercado de abastos próspero puede impulsar la economía local al generar empleo, promover la actividad comercial y atraer turismo. Las ventas exitosas en el mercado de abastos no solo benefician a los comerciantes individuales, sino también a la comunidad en general al estimular el crecimiento económico.

Finalmente, las condiciones de infraestructura y la calidad de servicio son aspectos interrelacionados que influyen en la viabilidad y el éxito de un mercado de abastos. Una infraestructura adecuada puede mejorar la accesibilidad, la oferta de productos y la experiencia del cliente, lo que a su vez puede traducirse en mayores calidad de servicio y beneficios tanto para los comerciantes como para la comunidad en general.

CONCLUSIONES

- Las condiciones de infraestructura influyen de manera significativa y positiva en los la calidad de servicio, en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022, ya que, mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,041 < 0,05$, además del coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,588.
- La mejora en la estructura determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022, ya que, mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,000 < 0,05$, además del coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,441.
- La mejora en la calidad de productos determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022, ya que, mediante la prueba estadística de correlación de Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significación bilateral de $p\text{-valor}=0,000 < 0,05$, además del coeficiente de correlación evidenció un resultado de 0,516.

RECOMENDACIONES

- A la municipalidad provincial de La Convención, impulsar proyectos de infraestructura que cierren brecha socio económicas en la provincial, en beneficio de la Sociedad.
- A las autoridades de la municipalidad provincial ofrecer programas de formación y capacitación para comerciantes del mercado, con el objetivo de mejorar sus habilidades en ventas.
- A los colaboradores de la entidad municipal, utilizar tecnología para mejorar la gestión del mercado, como sistemas de gestión de inventario, plataformas de comercio electrónico para pedidos en línea, sistemas de pago electrónico y herramientas de análisis de datos para entender mejor las preferencias de los clientes y optimizar la oferta de productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., & Salas, L. (2018). *La Administración de Ventas*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Aguinaga, J., & Rojas, K. (2018). *Cadena de valor y el incremento dla calidad de servicio en la empresa de cerámicos Lambayeque SAC*. Universidad de Sipán.
- Alta, L., & Rivera, J. (2021). Marketing experiencial para las empresas del sector privado. *Fundación Koinonía*, 6(12).
- Alvarez, A. (2019). *Justificación de la investigación*. Universidad de Lima. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10821/Nota%20Acad%C3%A9mica%205%20%2818.04.2021%29%20-%20%20Justificaci%C3%B3n%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Arteaga, J. (2022). estión de ventas y su impacto en la rentabilidad del concesionario Metrocar. *Revista Científica MQRinvestigar*, 4, 6.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3ra edición ed.). Grupo Editorial Patria.
- Condori, R., & Huamán, E. (2021). *Marketing digital y nivel de ventas de los comerciantes en el Centro Comercial El Molino I de la ciudad del Cusco*. Universidad Andina del Cusco.
- Congreso de la República del Perú. (2014). *Ley N° 30224. Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad*. Lima, Perú.
- Coronel, A. (2017). *Estrategias de marketing mix para el incremento de ventas en la fábrica de dulces finos "Bruning" S.A.C*. Universidad Señor de Sipán.
- Díaz, P., Salazar, D., & Vernaza, D. (2019). Factores de éxito en la gestión de ventas aplicados a establecimientos gastronómicos. *Gestión de Marketing*.

- Flores, H. G. (2019). *La eficiencia de la ejecución de proyectos de inversión pública y su efecto socio económico en la población del distrito de Wanchaq. Periodo 2016-2016*. Universidad San Antonio Abad del Cusco, Cusco, Perú.
- Gomez, J. E., & Contreras, S. T. (2022). *Inversión pública en infraestructura de transporte y el bienestar económico en los residentes del distrito de Punta Hermosa 2015-2019*. Universidad Científica del Sur, Lima, Perú.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Metodología de la investigación.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. . (2018). *"Al año 2016 a nivel Nacional existen 2 mil 612 Mercados de Abastos"*. . Lima: INEI.
- Mesas, J. (2017). *Definición de ventas*. Obtenido de México: <https://com/ventas-definicion/>
- Ministerio de vivienda construcción y saneamiento. (2019). *Decreto Supremo N° 010-2019-VIVIENDA*. Lima, Perú.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., & Romero, H. (2019). *Metodología de la investigación, Cuantitativa, Cualitativa y redacción de Tesis* (5ta edición ed.). Ediciones de la U.
- Pérez, L., & López, B. (2021). *Administración de ventas*. Universidad Nacional autónoma de Nicaragua, Managua.
- Quisberth, E. (2017). *"LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA COMO POLÍTICA DE CRECIMIENTO ECONÓMICO PARA LA ECONOMÍA BOLIVIANA"*. La paz Bolivia: UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES.
- Ramos, S. (2017). *Técnicas de ventas*. *Fundación Universitaria del Área Andina*.
- Roca, N. (2018). *"ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SU INCIDENCIA EN LOS CONSUMIDORES EN EL MERCADO DE WANCHAQ DISTRITO DE WANCHAQ – CUSCO, 2017"*. UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO. https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2276/Nohelia_Tesis_bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- Rojas, L. (2022). *Gestión de infraestructura vial y su relación con el crecimiento económico y social, en la Av. aviación del distrito de Manantay*. Universidad Nacional de Ucayali.
- Salinas, D. (2018). *Fundamentos Constitucionales y Económicos de la intervención estatal y de la participación activa de los intervención estatal y de la participación activa de los particulares en el mercado*. Universidad de Chile.
- Soto, M., & Ortega, M. (2021). Percepción de los empresarios de un municipio del estado de Guanajuato acerca de las compras potenciales y de las ventas reales. *Universidad Politecnica de Guanajuato Management Review*, 6(1).
- Zamalloa, Ñ. L., & Mamani, S. Y. (2021). *Impacto económico y bienestar social del proyecto Vía de evitamiento en el distrito de San Sebastián - Cusco 2019*. Universidad Peruana Austral, Cusco.

ANEXOS

Anexo 01: Operacionalización de variables

**“CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL MERCADO DE ABASTOS
SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022”**

VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Infraestructura	International recovery platform (IRP). La infraestructura puede ser definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía.	Determinará las características y condiciones del establecimiento y los productos ofertados en el mercado; cuya variable se determinará haciendo uso de una encuesta.	Estructura	Distribución de espacios	Cuestionario y Escala de Likert
				Estado de infraestructura del mercado	
				Calidad del sistema de abastecimiento	
			Calidad de productos	Seguridad	
				Disponibilidad	
				Presentación	

Calidad de servicio	Morales, V. (2014) “Todo negocio tiene la oportunidad de realizar distintos tipos de ventas de sus productos o servicios. En particular de decisión de vender de manera directa, o mediante el uso de canales de distribución masiva, lo que conlleva a usar publicidad para mejorar el desempeño de ventas del producto o servicio”.	Determinará el efecto de las condiciones de la comercialización en el nivel de ventas; la variable se establecerá mediante una encuesta.	Disposición de bienes	Diferencia de Precios	
			Incremento de ventas	Consumo de calidad	
				Cantidad de ventas	
				Horas de venta	

Anexo 02: Matriz de consistencia

**CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL MERCADO DE ABASTOS
SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022”**

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿De qué manera las condiciones de infraestructura influyen en la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022?	Determinar de qué manera las condiciones de infraestructura influyen en la calidad de servicio en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.	Las condiciones de infraestructura influyen significativamente en la calidad de servicio en el mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022.	Variable Dependiente : Infraestructura	Estructura	Distribución de espacios	Tipo: Básica Enfoque: Cuantitativo Alcance: Correlacional causal Diseño: No Experimental - Corte transversal
					Dimensión de espacios	
					Calidad del sistema de abastecimiento	
Seguridad						
Disponibilidad						
Presentación						
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Calidad de productos		

<p>- ¿La mejora en la estructura determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022?</p> <p>- ¿La mejora en la calidad de productos determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022?</p>	<p>- Determinar si la mejora en la estructura determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022</p> <p>- Determinar si la mejora en la calidad de productos determinará la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022</p>	<p>- La mejora en la estructura determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satelite de Quillabamba, 2022</p> <p>- La mejora en la calidad de productos determina positivamente la calidad de servicio del mercado de abastos Satélite de Quillabamba, 2022</p>	<p>Variable independiente: calidad de servicio</p>	<p>Disponición de bienes</p> <p>Incremento de ventas</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1603 209 1883 336">Diferencia de Precios</td> <td data-bbox="1603 336 1883 539">Consumo de calidad</td> <td data-bbox="1603 539 1883 651">Cantidad de ventas</td> <td data-bbox="1603 651 1883 1351">Horas de venta</td> </tr> </table>	Diferencia de Precios	Consumo de calidad	Cantidad de ventas	Horas de venta	<p>Técnica: Observación y Encuesta (Entrevista)</p> <p>Instrumento: Cuestionario (Hoja de encuesta)</p> <p>Población: Distrito santa Ana - Mercado satélite, 221 comerciantes y 30862 personas total de población (consumidor)</p>
Diferencia de Precios	Consumo de calidad	Cantidad de ventas	Horas de venta							

					<p style="text-align: right;">Muestra:</p> $n = \frac{0.95^2 * (0.5 * 221 - 1)}{0.05^2(221 - 1)}$ $= 64$ <p style="text-align: center;">64 comerciantes (formula del muestreo)</p> $n = \frac{0.95^2 * (0.5 * 0.5 * 30862 - 1)}{0.05^2(30862 - 1) + 0.95^2(0.5 * 30862 - 1)}$ $= 90.5$ <p style="text-align: center;">91 clientes (formula del muestreo)</p>
--	--	--	--	--	---

Anexo 03: Instrumento de recopilación de datos

UNIVERSIDAD PRIVADA LIDER PERUANA

Escuela Profesional de Economía

CUESTIONARIO

Agradecemos su colaboración, el presente cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión respecto a: **CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022**, por lo que le solicitamos su completa sinceridad y que solo se marque una opción por ítem. El cuestionario es anónimo por lo que no se le solicitara información personal.

Atentamente.

Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

FERNANDEZ CHALLCO JOSUE

Infraestructura		MM	M	R	B	E
Estructura		1	2	3	4	5
1.	Considera que el mercado tiene una distribución de espacios optimo para las actividades comerciales					
2.	Considera que el estado de infraestructura del					

	mercado es apropiado para ejercer la venta de sus productos					
3.	Considera que la infraestructura del mercado cumple con aspectos de calidad frente a las normas de seguridad de los ambientes comerciales					
4.	Ha evidenciado que la distribución del mercado ayuda a la promoción de sus productos					
Calidad de productos		MM	M	R	B	E
5.	Ha evidenciado que la infraestructura del mercado cumple con las normas básicas de seguridad					
6.	Considera que la disponibilidad de espacios en el mercado hace operativa su actividad comercial (sitios estratégicos)					
7.	Las instalaciones del mercado evidencian una presentación llamativa para el					

	tránsito de los compradores.					
Calidad de servicio						
Disposición de bienes		MM	M	R	B	E
8.	Los compradores comprenden la diferencia de precios de acuerdo a al calidad de los productos					
9.	Ud. realiza un análisis de cada producto en venta para determinar el crecimiento de consumo					
10.	Si existe mayor demanda del producto, prevé mayor abastecimiento					
11.	Considera que el producto que tiene mayor demanda, puede subir el precio de venta.					
Incremento de ventas		MM	M	R	B	E
12.	La infraestructura del mercado ayuda a determinar el costo de sus productos					

13.	La infraestructura de mercado ayuda a exhibir mejor sus productos					
14.	Considera que la infraestructura del mercado ha incrementado sus ventas					
15.	Ud. puede manejar sus horarios de trabajo para atención en el mercado					

Anexo 04: Juicio de expertos

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**Datos del Experto:** SORIA MORMONTOY, Jeronimo**Grado:** Doctor**Título de la Investigación:** "CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LOS NIVELES DE VENTAS EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022"**Objetivo:** Validar instrumento**Objeto de análisis:** Está conformada por los 221 comerciantes del mercado de abastos Satelite de Quillabamba.**Investigador:** Fernandez Challco Josue.

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1 (a)	2 (b)	3 (c)	4 (d)	5 (e)
1	Operacionalización de las variables	Metodología				x	
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia				x	
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia			x		
4	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				x	
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad					x
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				x	
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad			x		
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad				x	
9	Muestra una organización lógica	Organización			x		
10	Calidad de instrucciones	Calidad				x	
TOTAL					9	24	5

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: } C = \frac{a+b+c+d+e}{50} = 0.76$$

$$\text{CALIFICACION PORCENTUAL: } C * 100\% = 76$$

Para emitir su calificación final tomar en cuenta el recuadro:

CALIFICACION FINAL:

CALIFICACIÓN	OBSERVACION
0% a 69%	Desaprobado
70% a 100%	Aprobado

APROBADO

Santa Ana, 29 de enero de 2024



Sello y firma del experto

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**Datos del Experto:** APAZA LIMA, Irving Maycoll**Grado:** Magister**Título de la Investigación:** "CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LOS NIVELES DE VENTAS EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022"**Objetivo:** Validar instrumento**Objeto de análisis:** Está conformada por los 221 comerciantes del mercado de abastos Satelite de Quillabamba.**Investigador:** Fernandez Chalco Josue

Nº	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1 (a)	2 (b)	3 (c)	4 (d)	5 (e)
1	Operacionalización de las variables	Metodología				x	
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia					x
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				x	
4	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia			x		
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad					x
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				x	
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad			x		
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad					x
9	Muestra una organización lógica	Organización				x	
10	Calidad de instrucciones	Calidad					x
TOTAL					6	16	20

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: } C = \frac{a+b+c+d+e}{50} = 0.84$$

$$\text{CALIFICACION PORCENTUAL: } C * 100\% = 84$$

Para emitir su calificación final tomar en cuenta el recuadro:

CALIFICACION FINAL:

CALIFICACIÓN	OBSERVACION
0% a 69%	Desaprobado
70% a 100%	Aprobado

APROBADO

Santa Ana, 29 de enero del 2024



MG. IRVING APAZA LIMA
 CONTADOR PÚBLICO
 C.C. P.T. 13.338

 Sello y firma del experto

Anexo 05: Panel Fotográfico







Anexo 06: Autorización para realizar la encuesta



“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

Quillabamba, 09 de marzo del 2024.

OFICIO N°06-2024-DAC-ULP

Señor:
Sabino Paucar Quispe
Secretario General del Sindicato Único del mercado Satélite
Presente.-

ASUNTO: Solicitud de Permiso y Autorización para Realizar
Investigación Académica en el mercado Satélite.

Me dirijo a usted con el propósito de saludarlo cordialmente y, al mismo tiempo, informarle que el Sr. Josue Fernandez Chalco, egresado de la Universidad Líder Peruana en la Escuela Profesional de Economía, se encuentra llevando a cabo una investigación con fines académicos.

El título de la investigación es “CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA Y LOS NIVELES DE VENTAS EN EL MERCADO ABASTOS DE SATELITE DE QUILLABAMBA, 2022”. El objetivo principal de esta investigación es analizar y estudiar la relación entre las condiciones de infraestructura y los niveles de venta, así como proponer mejoras referentes a los resultados hallados.

Con el fin de llevar a cabo este estudio de manera rigurosa y completa, solicitamos respetuosamente su permiso y autorización para que el Sr. Josue Fernandez Chalco pueda recopilar la información necesaria y realizar las encuestas pertinentes en su prestigiosa institución.

Su colaboración en este asunto será de gran importancia para el desarrollo y conclusión satisfactoria del proyecto de investigación, así como para el avance del conocimiento en el ámbito de la productividad.

Agradecemos de antemano su atención a esta solicitud y quedamos a la espera de una respuesta favorable.

Atentamente,



Rodriguez Valera
SEGUNDO ALFREDO RODRIGUEZ VALERA
DIRECTOR ACADÉMICO (e)
UNIVERSIDAD PRIVADA
LÍDER PERUANA

Sabino Paucar Quispe
84941705