



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPES, SECTOR  
COMERCIO, RUBRO TIENDAS DE ROPA – CASO:  
“CORPORACIÓN CHICAS SAC” - DISTRITO DE AGUAS  
VERDES - TUMBES, 2019.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**AUTORA**

**CARMEN CHÁVEZ, MIRIAM NOELIA**

**ORCID: 0000-0002-1813-4985**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Carmen Chávez Miriam Noelia

ORCID: 0000-0002-1813-4985

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Tumbes, Perú

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de  
Administración, Tumbes, Perú

### **JURADO**

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO**

---

**Mgtr. Galvani Guerrero García**  
**Presidente**

---

**Mgtr. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta**  
**Miembro**

---

**Mgtr. Domingo Miguel Villarreyes Guerra**  
**Miembro**

---

**Mgtr. José Fernando Escobedo Gálvez**  
**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A la ULADECH – Católica por formarnos como profesionales.

A las MyPes, por permitirme realizar mi investigación.

Al DTI Escobedo Gálvez, José F. por sus enseñanzas y su involucramiento en mi investigación.

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme vida y fortaleza para superar todas mis adversidades y a mis padres por haberme dado los mejores consejos y poder seguir creciendo personalmente y profesionalmente.

## RESUMEN

La presente investigación titulada Calidad de servicio de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019. Se planteo el objetivo general de determinar la calidad de servicio de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019. Cuyo problema de investigación fue; ¿Cómo se aplica la calidad de servicio de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019. Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MyPes dedicada a la comercialización de ropa en el distrito de Aguas Verdes, Tumbes 2019, y una muestra de 2 trabajadores, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala dicotómica, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión personal = 5 preguntas; dimensión instalaciones y materiales = 5 preguntas; dimensión servicios y actividades = 4 preguntas; dimensión imagen de la organización = 4 preguntas; y dimensión satisfacción con la organización = 4 preguntas*), se concluyó que el nivel de personal docente se siente satisfecho por ofrecer en conjunto con sus colegas un servicio con características enfocadas a la amabilidad, capacidad, buen trato, iniciativa y desenvolvimiento impartido en las aulas de clase; el nivel de servicios educativos que ofrece la Institución Educativa Privada cumple con la percepción de los servicios educativos que imparten los docentes, actividades pedagógicas desarrolladas y finalizadas comprometidas con el desenvolvimiento del estudiante en las sesiones de aprendizaje

***Palabras claves: Calidad de Servicio y MyPes.***

## ABSTRACT

The present investigation titled quality of service of the mypes, commerce sector, item clothing stores - case: “Corporación Chicas SAC” - district of Aguas Verdes - Tumbes, 2019. The general objective of determining the quality of service of the mypes was raised , commerce sector, clothing stores item - case: “Corporación Chicas SAC” - Aguas Verdes district - Tumbes, 2019. Whose research problem was; How the quality of service of the mypes, commerce sector, clothing stores category is applied - case: “Corporación Chicas SAC” - Aguas Verdes district - Tumbes, 2019. With a research methodology of quantitative type, descriptive level and design Non-experimental, with a population of 1 MyPes dedicated to the commercialization of clothing in the Aguas Verdes district, Tumbes 2019, and a sample of 2 workers, applying surveys as an instrument of data collection through the use of the dichotomous scale, which consists of 22 questions and 5 dimensions (personal dimension = 5 questions; facilities and materials dimension = 5 questions; services and activities dimension = 4 questions; organization image dimension = 4 questions; and organization satisfaction dimension = 4 questions), concluded that the level of teaching staff is satisfied to offer together with their colleagues a service with features focused on the kindness, ability, good treatment, initiative and development imparted in classrooms; The level of educational services offered by the Private Educational Institution complies with the perception of the educational services provided by teachers, educational activities developed and completed committed to the development of the student in the learning sessions

***Keywords: Job satisfaction and MyPes.***

# ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	7
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	11
2.1.3. Antecedentes locales.....	14
2.1. Bases teóricas.....	17
2.1.1. Calidad de servicio .....	17
2.1.2. MyPes .....	23
2.1.3. Tiendas comerciales .....	25
2.1.4. Trabajador.....	25
III. HIPÓTESIS .....	26
IV. METODOLOGÍA.....	27
4.1. Diseño de investigación .....	27
4.2. Población y muestra.....	27
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	27
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	29
4.5. Plan de análisis.....	29
4.6. Matriz de consistencia.....	29
4.7. Principios éticos .....	32
V. RESULTADOS .....	33
5.1. Resultados .....	33
5.2. Análisis de resultados .....	40
5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los docentes: .....	40



5.2.2.	Respecto a las características las MyPes: .....	40
5.2.3.	Respecto a las características de la Infraestructura. ....	40
5.2.4.	Respecto a las características del Personal. ....	40
5.2.5.	Respecto a la dimension Satisfaccion.....	41
5.2.6.	Respecto a la dimension Servicios y Actividades. ....	41
5.2.7.	Respecto a la dimension Imagen. ....	41
VI.	CONCLUSIONES .....	43
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	44
	ANEXOS .....	47
	Anexo 01: Encuesta .....	47
	Anexo 02: Consentimiento informado .....	50
	Anexo 03: Matriz de ítems .....	51
	Anexo 04: Álbum de fotografías .....	52
	Anexo 05: Turnitin .....	53

## I. INTRODUCCIÓN

En Ecuador - Esmeraldas ciudad donde esta investigacion se hallo que el 81% de los usuarios presentaron un nivel de satisfaccion considerablemente elevado en la dimension mejora de salud, asi como tambien el 94% de los usuarios arrojaron tambien un grado alto de satisfaccion en referencia ala calidad de trato en la atencion, y por ultimo el 99% de los clientes tambien sostuvieron muy satisfechos con respecto a la dimension gestion de calidad total del servicio medico. (Ávila, 2016)

Ademas en Guatemala la evaluacion que se realizo en el restaurante Pizza Diner Gualán fue de -0.18, quiere decir que los clientes estan insatisfechos por el servicio que reciben. Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), indican que los directivos no estan de acuerdo con las expectativas de los clientes, por no conocer lo que estos valoran de un servicio y dificilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas. (Sanchez, 2017)

En esta investigacion con respecto a la calidad del servicio a los clientes en la ciudad de Guayaquil concluyeron que es muy importante el trato personalizado que se brindaria ya que esto permitiria tener mayores beneficios economicos y aumentaria la satisfaccion del cliente. (López, 2018)

En esta investigacion en Trujillo en la entidad bancaria, se concluyo que la calidad de servicio brindada en estas agencias es baja, teniendo como resultados 15.44 siendo la calidad esperada (expectativa) 19.68, con lo que se deduce que existe una brecha (gap) entre lo esperado y lo recibido, por parte del cliente. (Liza Soriano de Silva & Siancas Ascoy, 2016)

Ademas en Huancayo, la investigacion acerca de la calidad del servicio influye en la satisfacción del usuario del gimnasio Iron Gym de manera directa, ya que los resultados recopilados realizada bajo Estadístico F y Probabilidad (estadístico F), dicen que son significativas tanto general como individualmente. Los valores son respectivamente 163.685 y 0.00, la prueba estadística r cuadrado ajustado de 0.891 o 89.1%, también dice suponer que no se rechaza la significación global de las variables ni del modelo. Y el 89.1% de la variación de la satisfacción del usuario está explicada por la calidad del servicio el resto esta explicado por otras variables no estudiadas. (Condor Salinas & Durand Gonzales, 2017)

En el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 encuestados, 181 se encuentran satisfechos con el servicio que el restaurante brinda, pero de ellos 175 estan insatisfechos, quiere decir que si existe una relacion significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima. (Coronel Arce, 2016)

Ademas como resultado final que se obtuvo de la Polleria del distrito de Andahuaylas con respecto a la calidad de servicio que se brinda debe ser mejorada para poder hacer sentir a los clientes que son importantes para ellos ya que es una clave fundamental para que se incrementen las ventas de la mype. (Ñaurima Tica, 2015)

En la investigacion de la calidad de servicio de las mypes de transportes en Tumbes, llegaron a la conclusion que con las capacitaciones se obtendrian mejores resultados para tener mayor ventajs con la competencia siendo mas competitivos

y rentables en el mercado y así los objetivos puedan beneficiar a la empresa.  
(Montalban Moreto, 2016)

Se concluyó del servicio de administración tributaria de la Municipalidad de Tumbes que es buena con un resultado del 51% de los encuestados, Con respecto a la accesibilidad, tangibilidad y seguridad en general los participantes también indicaron que no es la adecuada con un 51%, Pero se refirieron al buen trato recibidos por los colaboradores del servicio de administración tributaria con un 51%. (Cherre Eche & Porras Ynfante, 2017)

En esta investigación se concluyó que la atención de los clientes es de suma importancia pues solo así se genera buenas ganancias y es más competitiva en el mercado por la prestación de un bien y/o servicio que se brinda a los clientes.  
(Isidro Barrera, 2019)

En la investigación de la evaluación de la calidad de servicio el hotel “El Murique” brinda sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes con respecto a cada dimensión la que mayor porcentaje tiene es la gestión de servicio, la gestión de equipamiento e infraestructura y la gestión administrativa . Lo cual se concluye que el hotel cumple con los 211 estándares de 284, por ello es que se indicó que cumple con una calidad de servicio de 74%.  
(Cornejo Gamboa, 2018)

A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma, para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de

la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio, en donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa, así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos, en el estudio realizado le permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos, y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal, existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido . (López, 2018)

Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente. (López, 2018)

La calidad de servicio cuyos elementos son las expectativas y percepciones que tienen los clientes con respecto al servicio adquirido, si el servicio es lo que ellos esperaban se genera en los clientes satisfacción, de lo contrario el cliente se va insatisfecho y posiblemente el cliente ya no regresa. En tal sentido la Mype "CORPORACIÓN CHICAS SAC", que viene operando ya mas de 10 años en Aguas Verdes cuya especialidad es la ropa para damas, se preocupa mucho no solamente contar con buenos productos hechos de buena calidad y que están a la moda juvenil, sino también que el servicio de atención, el personal, su imagen,

infraestructura se dé calidad y genere una elevada calidad de servicio en los clientes.

Por tal motivo se genero la idea de investigar si realmente la Mype “CORPORACIÓN CHICAS SAC” brinda en su servicio una buena calidad de por ello se planteo la siguiente pregunta de investigacion; ¿Cómo se aplica la calidad de servicio sde las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019 y para responder a esa pregunta de investigacion se plantearos los siguientes objetivos; objetivo general; Determinar la calidad de servicio de las mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019 y los Objetivos específicos; Primero Conocer las instalaciones y materiales de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019. Identificar las características del personal de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019. Identificar el nivel de satisfacción en las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019. Conocer los servicios y actividades de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019. Identificar la imagen que representa las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa – caso: “Corporación Chicas S.A.C.” - distrito de Aguas Verdes - Tumbes, 2019

La presente investigacion se justifica porque permitira a la empresa medir su calidad de servicio, evaluando si realmente esta satisfaciendo a sus clientes, midiendo las diferentes dimensiones del servicio prestado y asi poder determinar

en que característica esta fallando y poder mejorar el servicio ofrecido. En el plano metodológico, se justifica porque permitira validar el instrumento de medicion propuesto por el cual ayudara a otros investigadores que quieran investigar la calidad de servicio. En el plano personal se justifica porque al terminar mi investigacion me permitira obtener título profesional de licenciado en administración turística.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

(Sanchez, 2017) Cuya investigación tiene el propósito de evaluar la calidad e el servicio al cliente. La evaluación de la calidad del servicio se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. Las variables de respuesta utilizadas fueron la calidad del servicio al cliente y las brechas de insatisfacción. Los indicadores propuestos fueron a) elementos tangibles, b) empatía, c) confiabilidad, d) capacidad de respuesta y e) fiabilidad. Los indicadores utilizados corresponden a las cinco dimensiones utilizadas en el método ServQual. La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias



entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. Por último se plantea una propuesta de acciones que tienen como propósito reducir las brechas de insatisfacción encontradas para cada variable.

(López, 2018) Investigación titulada Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

(López, 2018) Dicha investigación, es un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.

Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

(Ávila, 2016) El centro de salud San Vicente de Paúl inicia sus actividades en el año 1985 mediante la celebración del acuerdo entre el Obispo Enrique Bartolucci y las Hijas de la Caridad, en coordinación con el programa de enfermería de la PUCESE. Son muchos los servicios de salud que brinda a la comunidad, entre los cuales se nominan los siguientes: medicina general, pediatría, obstetricia, curaciones, vacunación, electrocardiograma, laboratorio, entre otros. Para efectos de llevar a cabo esta investigación, se planteó como objetivo general analizar la calidad de la atención de los servicios de salud desde la óptica del usuario en el

centro San Vicente de Paúl de la ciudad de Esmeraldas. Al final de esta investigación se alcanzó el objetivo propuesto, planteando las conclusiones en el informe final. Se utilizaron los métodos analítico y estadístico, mediante el análisis se conoció el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio y los factores que influyeron en la atención. Para los usuarios la calidad de la atención del centro de salud supera la atención recibida en hospitales públicos; se evidenció también un alto nivel de satisfacción en el trato recibido. El método estadístico permitió la elaboración de gráficos y tablas fundamentales para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos al final de este informe. Se considera que los beneficiados de la presente investigación serán tanto los usuarios del servicio de salud como el mismo centro médico, porque los correctivos que las autoridades de la casa asistencial realicen en función de los resultados obtenidos, repercutirán en una mejor atención al usuario. Los resultados obtenidos evidencian una alta satisfacción de los usuarios hacia los servicios recibidos por parte del centro, aunque también se muestran las carencias y principales problemas de la casa de salud, el más relevante es la falta de presupuesto y recursos para cumplir de forma cabal con el servicio de atención médica y de enfermería. Las conclusiones reflejan los servicios que oferta el centro, los más utilizados son: medicina general, pediatría, atención postparto, tamizaje neonatal, y laboratorio. Además se evidenció un alto nivel de satisfacción por parte de los usuarios, y las principales fortalezas y debilidades de la casa médica.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

(Ñaurima Tica, 2015) Tuvo como objetivo general fue el de determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente. Dicha encuesta fue aplicada en las diversas pollerías del distrito de Andahuaylas a 348 clientes entre varones y mujeres que constituyen la muestra del presente estudio. El cuestionario tiene 28 preguntas distribuidos de la siguiente manera: 16 ítems para la variable calidad de servicio y 12 reactivos para la variable satisfacción del cliente. Dicho instrumento tiene una amplitud de cinco categorías (siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca). La validez y la fiabilidad del instrumento de recolección de datos fueron realizadas según el coeficiente de alfa de Cron Bach y los resultados obtenidos fueron de 0.855 para el cuestionario de calidad de servicio y de 0.668 para el cuestionario de posicionamiento; por lo tanto, los instrumentos son fiables y consistentes. Para medir la correlación que existe entre estas dos variables (calidad de servicio y satisfacción del cliente), se utilizó el coeficiente de relación de Spearman, en el que se observa un valor de 0.841 lo que significa que existe una correlación positiva alta; y con respecto al valor de “sig.” se obtuvo un resultado de 0.000 que es menor a 0.05 (nivel de significancia) lo cual indica que hay un buen nivel de significancia; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ), lo que permite afirmar, con un nivel de confianza del 95%, que existe una relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas

(Ramírez Verónica, 2016) Tuvo como finalidad el de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016. La investigación es de tipo descriptivo correlacional, con una población de 120 usuarios que reciben servicios de la farmacia del Hospital Santa Gema, entre los meses de julio y agosto de 2016, tomando como muestra al 25% del total de la población, por lo que se trabajó con 30 sujetos muestrales; asimismo, el muestreo fue probabilístico, ya que todos tuvieron la misma oportunidad de ser elegidos. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta con su instrumento el cuestionario, siendo validada a través de la técnica Juicio de Expertos con profesionales en gestión pública y conocedores del proceso de investigación científica. El resultado principal de esta investigación, es que se determina una relación directa y positiva con un coeficiente de 0.2705 entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016; es decir cuanto mejor es el servicio brindado, mayor es la satisfacción de los pacientes.

(Liza Soriano de Silva & Siancas Ascoy, 2016) Su propósito fue el de estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de la ciudad de Trujillo, su contribución está en otorgar información a la Gerencia para la toma de decisiones pertinentes, dado que en la actualidad la calidad de servicio es un tema muy importante e indispensable para cualquier negocio ya que de este depende el fracaso o éxito de las organizaciones. Se utilizó técnicas de recopilación de datos, la encuesta, entrevista y análisis documental para analizar cómo perciben los clientes externos la calidad del servicio que brinda la entidad bancaria, así como su nivel satisfacción, para ello se usó el cuestionario SERVQUAL, herramienta utilizada en trabajos de investigación el cual se

fundamenta en la teoría de los GAPS, que explica la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes respecto a la calidad del servicio y la satisfacción. Luego, la estadística descriptiva permitió analizar el comportamiento de las variables de estudio y finalmente se aplicó el coeficiente de correlación Spearman para medir el grado asociación entre las variables. La investigación concluye que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, observándose que existe una brecha entre lo esperado y lo percibido, afectando con ello el nivel de satisfacción del cliente. Por lo tanto, la Gerencia debe enfocarse a reducir la brecha asignando recursos, orientado a mejorar la calidad del servicio y por ende el nivel de satisfacción del cliente.

(Coronel Arce, 2016) En la investigación de Calidad de servicio y Grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut de la ciudad de Lima; tiene como objetivo Determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016; aplicando un instrumento de elaboración propia. El tipo de investigación que se utilizó para este proyecto de investigación es de tipo descriptiva – correlacional y la hipótesis realizada, existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima; 2016. En cuanto a los métodos y procedimientos de la recolección de datos, se utilizó la encuesta al cliente. Además se elaboraron fichas bibliográficas de resumen y comentarios textuales que ayudaron a contribuir el marco teórico de la investigación y así poder fundamentar nuestra base teórica. En el Restaurant Pizza Hut, un promedio general de 41.6% de los clientes se encuentran en total acuerdo con el servicio; solo 11% de los clientes se siente en indiferencia o desacuerdo con esta variable en estudio. En el Restaurant Pizza Hut,

en relación al ambiente el 42.1 % de los clientes se encuentran satisfechos; y solamente el 10% se encuentran insatisfechos con esta variable. Se concluye que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

(Ocampos Guerrero & Valencia Concha, 2017) El presente trabajo tiene por objetivo determinar la relación entre la Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la Red Asistencial ESSALUD-Tumbes, 2016. El estudio es de tipo descriptivo correlacional y para el recojo de los datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario a una muestra de 39 trabajadores de la Red Asistencial ESSALUD-Tumbes, 2016. El desarrollo de la estadística descriptiva e inferencial estuvo apoyado en Microsoft Excel para tal efecto formular la siguiente hipótesis: La IBM SPSS como herramientas de procesamiento de datos. Los resultados obtenidos muestran que existe relación significativa entre las variables del estudio, es decir, la aplicación de una adecuada gestión administrativa es fundamental para brindar un servicio de calidad, por lo que se acepta la hipótesis planteada.

(Montalban Moreto, 2016) La presente investigación estableció como objetivo general Determinar las principales características de la capacitación y la calidad del servicio en las MYPES: rubro transporte de pasajeros en la ciudad de Tumbes, 2016. Se empleó ; la metodología de investigación con diseño no experimental de tipo descriptivo, Asimismo se planificó recabar información de naturaleza cualitativa y por último realizar un sondeo cuantitativo sólo como apoyo para el análisis del caso, lo que permitirá implantar la caracterización de la capacitación en la que determinan la calidad y el servicio lo cual es vital dentro de una

organización; La muestra es no probabilística, compuesta por 12 MYPES del sector de transporte interdepartamental que ofrecen sus servicios de transporte de pasajeros desde y hasta la ciudad de Tumbes, teniendo por tanto para el estudio una población finita. Se usó las técnica de entrevista y encuesta; para el procesamiento y análisis se usó los métodos del marco lógico, inductivo, deductivo, descriptivo, atención, Los resultados, la calidad es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y en consecuencia un servicio, adecuado ágil, accesible, adecuado, seguro y confiable, En conclusión, La percepción de los usuarios respecto a la capacitación y calidad del servicio.

(Cherre Eche & Porras Ynfante, 2017) La presente investigación se planteó como problema de investigación ¿Cómo es Calidad en el servicio y satisfacción del cliente del Servicio de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2017?, estableciéndose como solución anticipada que la calidad en el servicio y satisfacción del cliente del Servicio de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Tumbes son desfavorables. De la misma forma, se planteó como objetivo: Describir cómo es la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el Servicio de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Tumbes, 2017. El tipo de investigación utilizada fue de carácter descriptivo, debido a que se analizaron las diversas percepciones sobre calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el Servicio de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Tumbes. Los resultados más significativos son: un 53% de los encuestados respondieron que es buena la forma de resolver problemas, en tanto que la información es adecuada y oportuna respecto a los tributos. El 49% de los encuestados consideró que es buena la forma de en qué los



trabajadores brindan el servicio y que siempre están dispuestos a ayudar, que la accesibilidad y facilidad para llegar a la oficinas es inadecuada en un 55%, la suficiencia de estacionamientos en el recinto donde están las oficinas es bueno en un 45 % de encuestados, el acceso de los contribuyentes al pago de tributos mediante convenios y/o facilidades de pago es inadecuado para un 57%, la tangibilidad de la modernidad de los equipos el 49%, la accesibilidad y comodidad de las instalaciones un 43%, el 53% de los encuestados indicaron que los folletos, revistas, trípticos son visualmente atractivos y entendibles, el 47 % de los trabajadores están preparados para responder cualquier inquietud del contribuyente, el 52% consideran que las operaciones que realizan en la Administración Tributaria son seguras, el 47% de los contribuyentes consideran que el personal de seguridad es suficiente calificándolo como bueno, un 45% considera que el tiempo que esperan para ser atendidos no es el adecuado, el 51% considera que el tiempo que demoran cuando son atendidos en las ventanillas no es el adecuado, el 45 % considera que los trabajadores están preparados para brindar un servicio de calidad. Finalmente podemos afirmar que la Calidad del servicio en la Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes es buena y la satisfacción del cliente es favorable.

(Isidro Barrera, 2019) En la actual investigación tiene por propósito determinar la caracterización del marketing y gestión de calidad de las MYPES del sector servicios - rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2019. Es por ello que, luego de investigar e identificar el problema: ¿Cómo se determina la caracterización del marketing y la gestión de calidad de las MYPES sector servicios - rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2019? Con un tipo de investigación descriptiva, cualitativo y un desempeño no experimental con una población de 10

mypes se fijó la encuesta como instrumento de recaudación de datos, se concluyó que con una confiabilidad del 99.9% podemos decir que la Caracterización del ítem servicio en relación a la variable gestión de calidad de las MyPes sector servicios - rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2019; ya que el 81% (55) clientes manifiestan que el servicio que ofrece el hospedaje no es de calidad y el 19%(13) clientes dicen que los hospedajes si brindan servicio de calidad y brindan los hospedajes hoy en día deben cumplir con las necesidades de ellos ya que debe de ser un servicio adecuado para los clientes.

## **2.1. Bases teóricas**

### **2.1.1. Calidad de servicio**

#### **2.1.1.1. Definición**

Parasuraman et al (1993) a través de su investigación que realizó llegó a la siguiente afirmación: “todos los grupos entrevistados apoyaron decididamente la noción de que el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio”

Grönroos (1982, 1988) y Lehtinen y Lehtinen (1991). Determinaron a través de sus estudios que la calidad de Servicio se basa en la opinión del cliente en tres aspectos fundamentales, primero la calidad técnica, segundo la calidad funcional y por último la calidad Sus aportaciones se basan principalmente en aportar unos modelos que se basan en la tridimensionalidad de la calidad de servicio. La medida de la calidad de servicio la realizan a partir de la opinión del cliente, éste determinará si el servicio recibido ha sido mejor o peor que el esperado. Esta escuela se ha focalizado principalmente en el concepto de calidad de servicio sin

entrar a buscar evidencias empíricas que lo soporten. Esta ha sido la principal razón por la que no ha sido muy aplicada por los investigadores

Grönroos ha sido el máximo exponente de la escuela y afirma, tal como se representa en el gráfico 1, que la calidad percibida por parte del cliente está formada por tres grandes aspectos: la calidad técnica (representada por el Qué) y que representa el servicio que los clientes han recibido como consecuencia del proceso de compra, según Grönroos este aspecto de la calidad tiene carácter objetivo

Calidad funcional (representada por el cómo) que tiene que ver con la forma en la que el servicio se ha prestado, esto es cómo el cliente ha experimentado el servicio. Esta dimensión está directamente relacionada con la forma en que el personal del establecimiento presta el servicio a los clientes. En tercer lugar existe una tercera dimensión que afecta a la percepción de la calidad de servicio por parte del cliente y es la referida a la imagen de la organización. Esta dimensión tiene que ver con los aspectos relacionados con la imagen que el cliente tiene de la organización ya sea por su experiencia previa o por la comunicación que la organización haya emitido hacia el cliente. La función que esta dimensión ejerce es una función de filtro de las dos dimensiones anteriores (tal como puede apreciarse en el gráfico 1).

#### **2.1.1.2. La calidad de servicio se puede decir que tiene tres aspectos:**

**Primero son intangibles;** como los servicios no se pueden tocar ni medir antes de la venta porque el que los va a evaluar son los consumidores que comprobaran su calidad.

**Segundo Heterogeniedad;** los servicios no se pueden estandarizar porque involucra el factor humano.

**Inseparabilidad del la produccion y consumo;** en los servicios se da simultaneamente la produccion y su consumo, donde el cliente es participe o esta presente en la produccion del producto y ademas es parte de dicho proceso. (Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. , 1992).

Un factor clave para alcanzar el alto nivel de calidad en el servicio es sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la calidad del servicio.

La calidad es satisfaccion de los clientes para lograr asi la eficacia y la eficiencia, es el deseo de hacer las cosas bien para asi lograr mejores resultados. (Senlle, A., & Gutiérrez, N, 2005).

### **2.1.1.3. Características**

Segun Parasuraman et al (1993) podemos caracterizar que la calidad de servicio tiene las siguientes características:

**Confiabilidad.** Con esta característica se pretende establecer si el servicio se repite de la misma forma siempre en el tiempo.

**Capacidad de Respuesta.** Es el tiempo que el servicio demora al momento de presentar el servicio o cuando surge un inconveniente en la prestación de dicho servicio.

**Seguridad.** Es la percepción que tan seguros se sienten los clientes al momento de recibir el servicio entendido en todas sus formas de seguridad.

**Empatía.** Pretende que los colaboradores sientan y entiendan las emociones, sentimientos de los clientes y así poder entenderlos y darles un mejor servicio.

Elementos Tangibles. Representa todo los elementos fisicos en donde se llega a cabo dicho servicio y si los clientes aprecian su confort.

#### **2.1.1.4. Dimensiones**

##### **2.1.1.4.1. Infraestructura**

La infraestructura es un componente especial para medir la calidad de servicio, esto implica tanto del confort, elementos fisicos que dan bienestar y comodidad, asi como tambien la percepcion de la identificacion de la imagen que proyecta dicha infraestructura, otra es la accesibilidad fisica en donde se brinda dicho servicio.

En la infraestructura sus componentes que lo conforman son:

- Máquinas y equipos
- Instalaciones físicas
- Apariencia
- Materiales
- Elementos tangibles

##### **2.1.1.4.2. Personal**

Es indispensable para cada empresa u organizacion que brinda un servicio para que pueda cumplir con su mision y objetivos de calidad y brindar un buen servicio, contar con el personal que sea tambien sean de calidad, siendo frecuentemente que la direccion no les preste atencion requerida siendo esencial para alcanzar la calidad e servicio requerida

La calidad del personal debe resonar a las necesidades y expectativas de los clientes, por ello el personal debe empatizar con el cliente, para ello se requiere

que el personal este capacitado y ademas haber interiorizado la importancia de creer y actuar con calidad

Del personal sus componentes que lo conforman son:

**Solucion de problemas;** siendo el personal que preste el servicio tenga la capacidad de responder eficazmente con la solucion de cualquier inconveniente que se presente al momento de la prestacion del servicio.

**Eficacia;** Que logren con los objetivos del servicio requiere para satisfacer correctamente y oportuna a los clientes

**Eficiencia;** El personal de calidad pretende lograr los objetivos pero optimizando los recursos y asi poder a la organizacion aumentar su rentabilidad

**Quejas y sugerencia;** El personal que esta en contacto con el cliente s el agente impulsor de la retroalimentacion por ello es indispensable que sepan recepcionar adecuadamnete y canalizar las quejas como sus puntos de vista a ravez de sugerencias para la mejora de la calidad de servicio.

**Comunicacion;** La comunicacion en dos bandas tanto de las politicas, reglamentos y de mas instructivos que aseguran la caliodad hacia los clientes asi como las necesidades y expectativas que el cliente tiene lo debe saber comunicar correctamnte y oportunamente.

#### **2.1.1.4.3. Satisfacción**

La razon de ser de toda organizacion debe y es el de satisfacer plenamente las necesidades de los clientes por ello los procesos tanto esstrategicos, centrales y de apoyo son la cadena de valor para conseguir ese fin.

Los componentes de la satisfacción que vamos medir son:

**Puntualidad;** Siendo de vital importancia cumplir en el tiempo indicado con el servicio ofrecido al cliente

**Disponibilidad;** Se debe asegurar que el servicio siempre este disponible de acuerdo con lo que se le prometio al cliente

**Nivel de atención;** La atención personalizada y personalizada determinan el nivel de atención

**Comportamiento;** Lo que se ofrece y lo que recibe debe ser percibido de la misma manera por ello es de vital importancia que el comportamiento debe estar acorde con lo que se le prometio al cliente.

#### **2.1.1.4.4. Servicios**

Las características propias del servicio están de acuerdo con las necesidades de los clientes y en función a las prioridades competitivas de cada organización, siendo sus componentes a medir:

**Tramites;** Las características de los procesos propio del servicio

**Amabilidad del servicio;** El grado de cortesía que presentan los empleados al los clientes

**Conocimiento de funciones;** El dominio de las funciones asignadas al personal

**Atención;** El grado de esmero hacia los que tienen los empleados al ejecutar el servicio.

**Imagen;** La imagen que proyecta la organización hacia los clientes debe estar acorde con la forma de como quiere posicionarse la empresa en la mente de los clientes.

### 2.1.2. MyPes

Según la Sunat los cataloga a las Mypes:

Esta conformado por personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable.  
(SUNAT, 2019)

**El impuesto a pagar SUNAT (2019):**

IMPUESTO A LA RENTA

Pagos a cuenta, se determina conforme a lo siguiente:

INGRESOS NETOS ANUALES	PAGOS A CUENTA
HASTA 300 UIT	1%
> 300 HASTA 1700 UIT	COEFICIENTE O 1.5%

Además, deberá presentar declaración jurada anual para determinar el impuesto a la renta, de acuerdo con tasas progresivas y acumulativas que se aplican a la renta neta:



El Código del Tributo es 3121

Pueden suspender sus pagos a cuenta y/o modificar su coeficiente conforme lo señala el artículo 85° de la Ley del Impuesto a la Renta.

Además, deberá presentar declaración jurada anual para determinar el impuesto a la renta, de acuerdo con tasas progresivas y acumulativas que se aplican a la renta neta:

RENTA NETA ANUAL	TASAS
Hasta 15 UIT	10%
Más de 15 UIT	29.50%

Los sujetos del RMT determinarán la renta neta de acuerdo a las disposiciones del Régimen General contenidas en la Ley del Impuesto a la Renta y sus normas reglamentarias, por lo que tienen gastos deducibles.

#### IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Este impuesto grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.

Se aplica una tasa de 16% en las operaciones gravadas con el IGV. A esa tasa se añade el 2% del Impuesto de Promoción Municipal (IPM)

$$\text{IGV} = \text{Valor de Venta} \times 18\%$$

$$\text{Valor de Venta} + \text{IGV} = \text{Precio de Venta}$$

### **2.1.3. Tiendas comerciales**

Las tiendas comerciales son establecimientos que comercializan productos, en donde convergen ante el producto, en este caso específico de las tiendas de ropa el producto es la ropa, y también se da el servicio a la vez, en este caso la parte de la atención, asesoramiento por parte de los empleados para explicarles y recomendarles sobre las prendas de ropa que se ofrecen

### **2.1.4. Trabajador**

Es el personal que conforman a las organizaciones, que brindan su trabajo a cambio de una compensación monetaria y no monetaria que les da las organizaciones que lo contratan.

### **III. HIPÓTESIS**

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

#### **IV. METODOLOGÍA**

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

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de satisfacción laboral. (Hernández et al., 2017)

##### **4.2. Población y muestra**

La población es finita y estuvo constituida por trabajadores de la tienda de ropa “Corporacion Chicas S.A.C”, Aguas Verdes – Tumbes. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de trabajadores. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

Cuadro 1. Población

<b>Detalle</b>	<b>REGIMEN</b>	<b># Propietario</b>	<b># Trabajadores</b>
Tienda Comercial :	MYPE	1	1

**Fuente:** Elaboración propia.

##### **4.3. Definición y operacionalización de variables**

Cuadro 02. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Calidad de servicio</b>	Es el resultado de comparar lo que el cliente, trabajador espera de un servicio con lo que recibe. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)	Se describirá la variable calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Infraestructura	Máquinas y equipos	<b>Likert</b>
				Instalaciones físicas	
				Apariencia	
				Materiales	
				Elementos tangibles	
			Personal	Solución de problemas	
				Eficiencia	
				Eficacia	
			Satisfacción	Quejas y sugerencias	
				Comunicación	
				Puntualidad	
				Disponibilidad	
				Nivel de atención	
			Servicios	Comportamiento	
				Trámites	
Amabilidad del servicio					
Conocimiento de funciones					
Imagen	Atención				
	Percepción				
	Personalización				
	Necesidades del cliente				
	Compromiso				

**Fuente:** Elaboración propia.

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

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2019. Para ello, se solicitó la autorización de los propietarios de las MyPes, para la aplicación de las encuestas a los docentes; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el trabajador manifestó.

#### **4.5. Plan de análisis**

Se recolectaron las siguientes covariables de *características de los trabajadores* como edad, sexo (femenino/masculino), grado de instrucción (Educación básica/Técnico/Universitaria/Posgrado); además las *características de las MyPes* como el número de trabajadores por MyPe, los regímenes tributarios (Nuevo Régimen Único Simplificado/Régimen MyPe/Régimen Especial/Régimen General); y *características de la satisfacción laboral* (personal, instalaciones, servicios y actividades, imagen, satisfacción con la organización)

#### **4.6. Matriz de consistencia**

Cuadro 03. Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
¿Cuál es el nivel de satisfacción laboral en las MyPes, sector servicio, rubro tienda de ropa – Caso: “Corporacion Chicas S.A.C” distrito de Aguas Verdes– Tumbes, año 2019?	Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar el nivel de satisfacción laboral en las MyPes, sector servicio, rubro tienda de ropa – Caso: “Corporacion Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes – Tumbes, año 2019.</p> <hr/> <p><b>Objetivos específicos:</b> Determinar el nivel de empatía en las MyPes, sector servicio, rubro tienda de ropa – Caso: “Corporacion Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes – Tumbes, año 2019. Conocer las instalaciones de las MyPes, sector servicio, rubro tienda de ropa – Caso: “Corporacion Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes – Tumbes, año 2019.</p>	V1: Satisfacción laboral.	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo. <b>Nivel:</b> Descriptivo. <b>Diseño:</b> No Experimental.</p>	Likert

Determinar el nivel de seguridad en las MyPes, sector rubro tienda de ropa – Caso: “Corporacion Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes – Tumbes, año 2019.

Conocer el nivel de los procesos en las MyPes, sector servicio, rubro restaurante – Caso: rubro tienda de ropa – Caso: “Corporacion Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes – Tumbes, año 2019.

Determinar los servicios en las MyPes, sector servicio, rubro restaurante – Caso: rubro tienda de ropa – Caso: “Corporacion Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes – Tumbes, año 2019.

---



#### **4.7. Principios éticos**

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta el artículo científico.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1.** Características demográficas.

Características	n (%)
<b>Edad</b>	35.5 ± 9.5
<b>Sexo</b>	
Femenino	1 (50.0)
Masculino	1 (50.0)
<b>Estado civil</b>	
Soltero	2 (100.0)
Casado	0 (00.0)
Viudo	0 (0.0)
Divorciado	0 (0.0)
<b>Grado de instrucción</b>	
Educación básica	2 (100.0)
Técnico	0 (00.0)
Superior	0 (0.0)
Posgrado	0 (0.0)

\* Media ± desviación estándar

**Tabla 2.** Características de la MyPes.

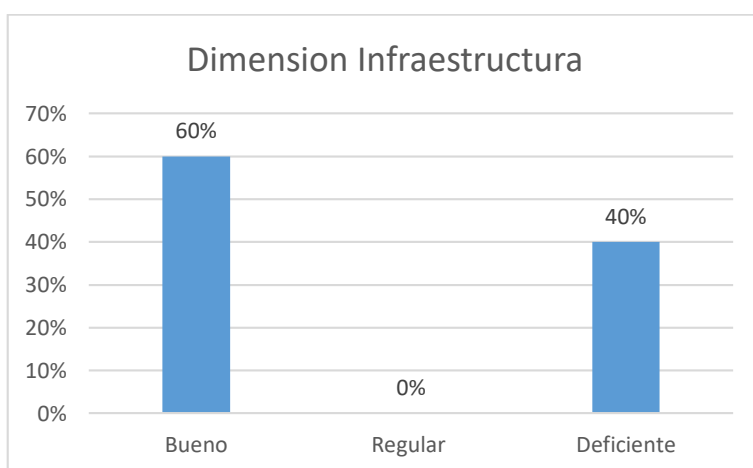
Características	n (%)
<b>Régimen</b>	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPes	2 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
<b>Años constituido</b>	
<b>Modalidad</b>	
Tienda comercial Ropa	0 (0.0)
Tienda comercial Ropa Femenina	2 (100.0)
Tienda comercial Ropa Varones	0 (0.0)
Tienda comercial Ropa Infantil	0 (0.0)

**Tabla 3.** Dimension Infraestructura.

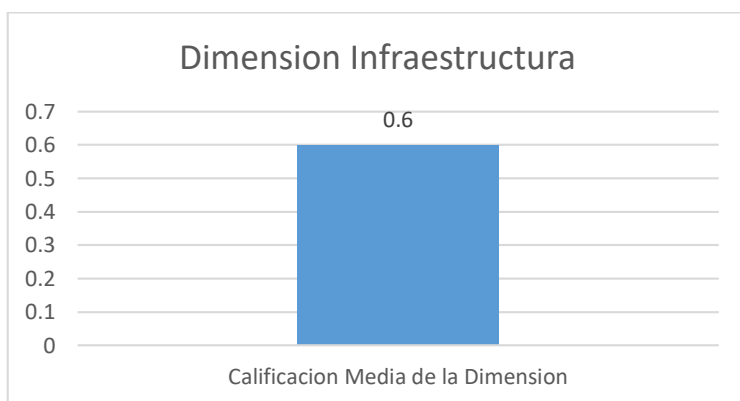
Dimension Infraestructura		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Bueno</b>	3	<b>60%</b>
<b>Regular</b>	0	<b>0%</b>
<b>Deficiente</b>	2	<b>40%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Mype corporación chicas sac, Aguas Verdes - Tumbes, 2019.

**Gráfico 1.** Nivel Infraestructura.



**Fuente:** Elaboración propia.



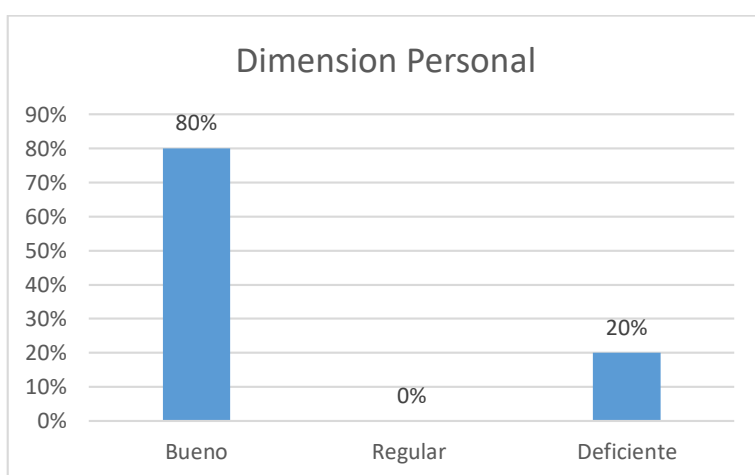
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 4.** Dimension Personal.

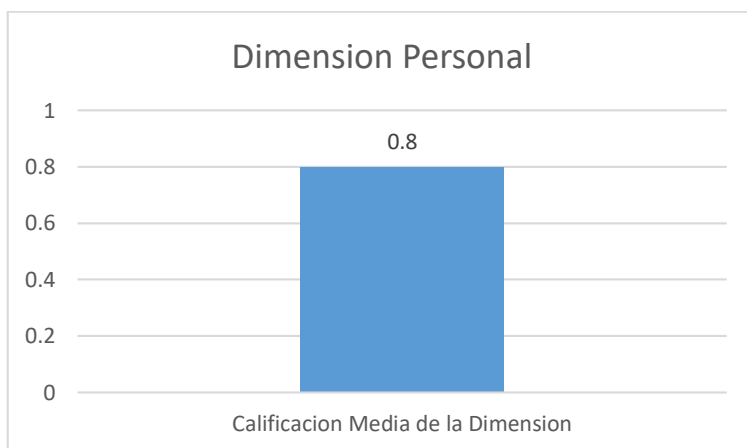
Dimension Personal		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Bueno</b>	4	<b>80%</b>
<b>Regular</b>	0	<b>0%</b>
<b>Deficiente</b>	1	<b>20%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Mype corporación chicas sac, Aguas Verdes - Tumbes, 2019.

**Gráfico 2.** Dimension Personal.



**Fuente:** Elaboración propia.



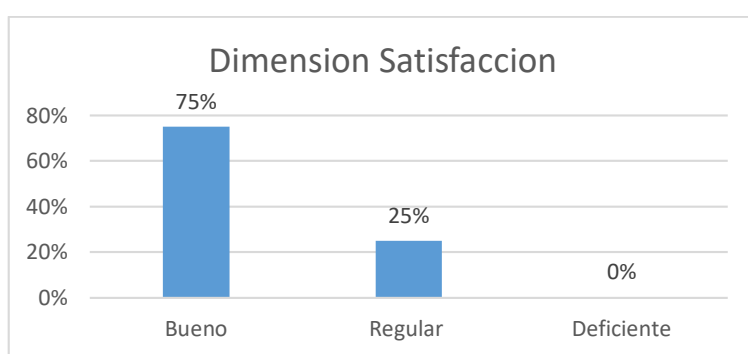
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 5.** Dimension Satisfaccion.

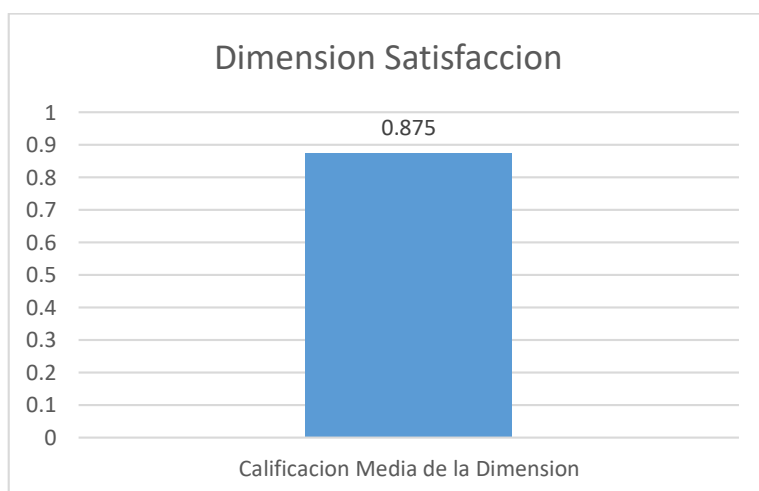
Dimension Satisfaccion		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Bueno</b>	3	<b>75%</b>
<b>Regular</b>	1	<b>25%</b>
<b>Deficiente</b>	0	<b>0%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Mype corporación chicas sac, Aguas Verdes - Tumbes, 2019.

**Gráfico 3.** Dimension Satisfaccion



**Fuente:** Elaboración propia.



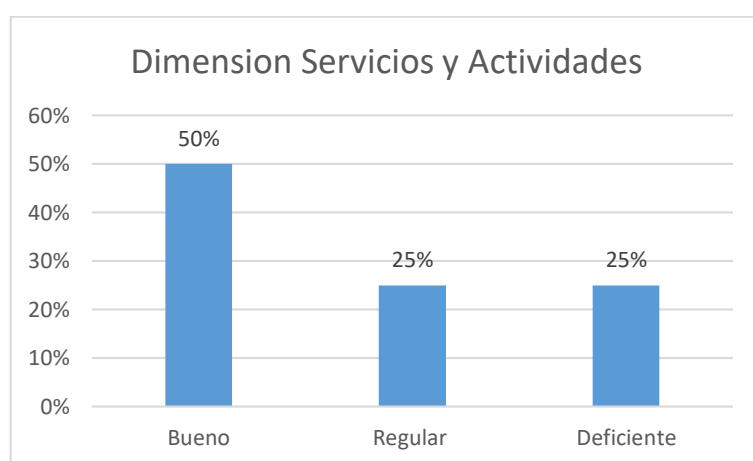
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 6.** Dimension Servicios y Actividades.

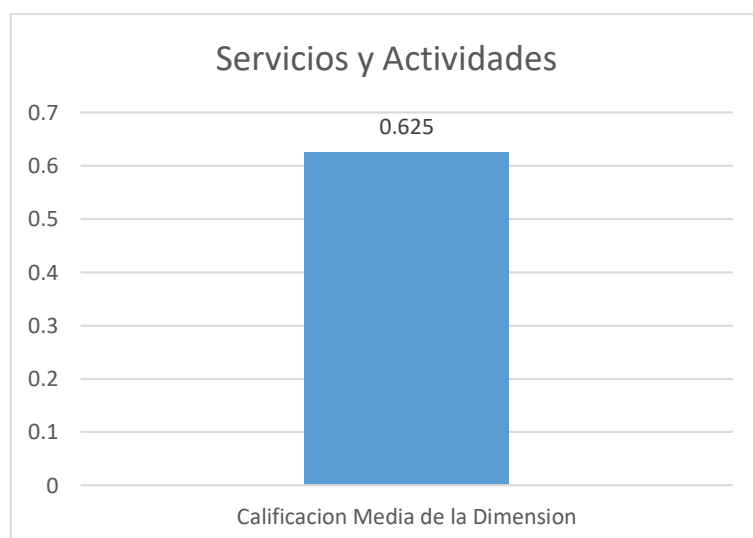
Dimension Servicios y Actividades		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Bueno</b>	2	<b>50%</b>
<b>Regular</b>	1	<b>25%</b>
<b>Deficiente</b>	1	<b>25%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Mype corporación chicas sac, Aguas Verdes - Tumbes, 2019.

**Gráfico 4.** Nivel de la imagen de la empresa.



**Fuente:** Elaboración propia.



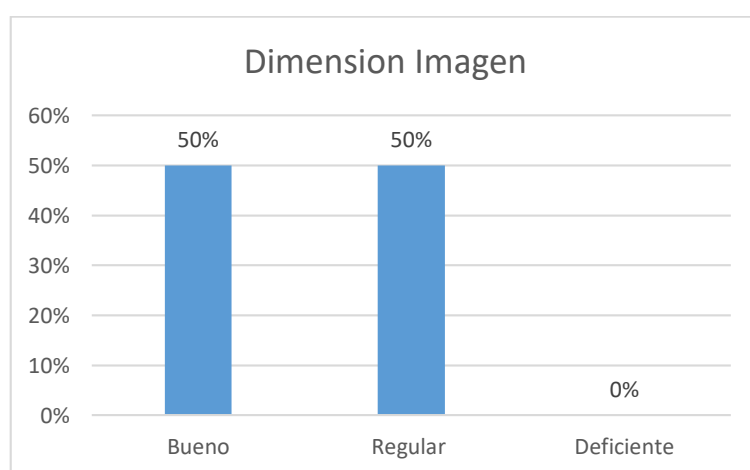
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 7.** Dimension Imagen.

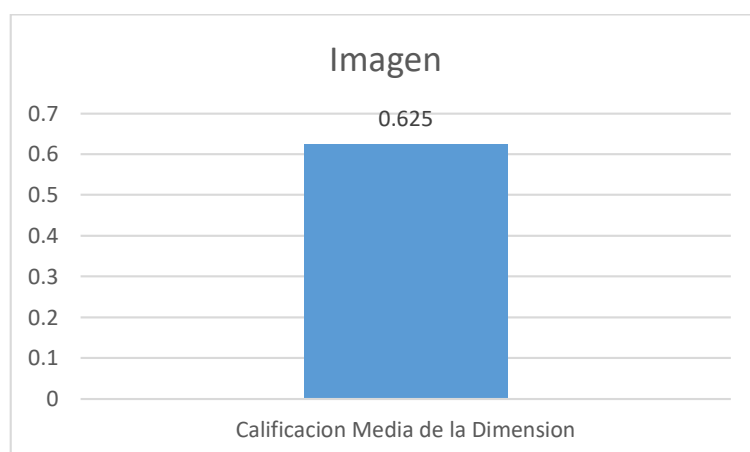
Dimension Imagen		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Bueno</b>	4	<b>100%</b>
<b>Regular</b>	0	<b>0%</b>
<b>Deficiente</b>	0	<b>0%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Mype corporación chicas sac, Aguas Verdes - Tumbes, 2019.

**Gráfico 5.** Dimension Imagen.



**Fuente:** Elaboración propia.



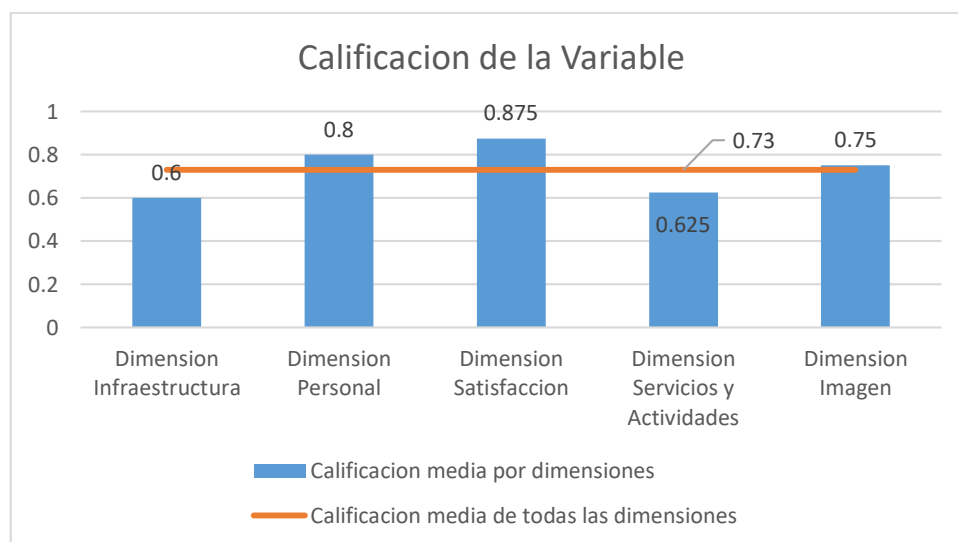
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 8.** Variable Calidad de Servicio.

Deimensiones	Calificacion media por dimensiones
Dimension Infraestructura	0.6
Dimension Personal	0.8
Dimension Satisfaccion	0.875
Dimension Servicios y Actividades	0.625
Dimension Imagen	0.75
<b>Calificacion de la Variable Calidad de Servicio</b>	<b>0.73</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Mype corporación chicas sac, Aguas Verdes - Tumbes, 2019.

**Gráfico 6.** Variable Calidad de Servicio.



**Fuente:** Elaboración propia.



## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:**

Los encuestados específicamente trabajadores de la tienda de ropa “Corporación Chicas S.A.C” del Distrito Aguas Verdes de la ciudad de Tumbes, en su mayoría fueron de sexo femenino, de estado civil soltero, y con estudios técnicos realizados en institutos de educación superior, a fines a las carreras de administración y gastronomía.

### **5.2.2. Respecto a las características las MyPes:**

La tienda de ropa “Corporacion Chicas S.A.C” pertenece al régimen MyPes, siendo la Administradora Juli Epifania Farias Quinches con 45 años de edad, la empresa tiene un promedio de tiempo constituido oscilante a 10 años aproximadamente según datos recopilados por los trabajadores.

### **5.2.3. Respecto a las características de la Infraestructura.**

Con respecto a la dimension Infraestructura, los trabajadores evaluaron en un 60% de los items como bueno, pero tambien se evidencia en un 40% de los items la infraestructura es deficiente, por lo que al sacar el promedio de calificacion se obtuvo un indice del 60% que se puede calificar como regular, Siendo los elementos materiales como folletos, reporte y similares asi como el cumplimiento de lo que se promete a los clientes los items que son deficientes.

### **5.2.4. Respecto a las características del Personal.**

Con respecto a la dimension del Personal, los trabajadores evaluaron en un 80% de los items como bueno, pero tambien se evidencia en un 20% de los items de la dimension Personal es deficiente, por lo que al sacar el

promedio de calificación se obtuvo un índice del 80% que se puede calificar como bueno, Siendo el ítem, que el personal no cumple en el tiempo prometido, es deficiente.

#### **5.2.5. Respecto a la dimensión Satisfacción.**

Con respecto a la dimensión Satisfacción, los trabajadores evaluaron en un 75% de los ítems como bueno, pero también se evidencia en un 25% de los ítems de la dimensión Satisfacción es regular, por lo que al sacar el promedio de calificación se obtuvo un índice del 87.5% que se puede calificar como excelente, Siendo el ítem que obtuvo una apreciación regular fue que el personal siempre está dispuesto a ayudarlo.

#### **5.2.6. Respecto a la dimensión Servicios y Actividades.**

Con respecto a la dimensión Servicios y Actividades, los trabajadores evaluaron en un 50% de los ítems como bueno, pero también se evidencia en un 25% de los ítems de la dimensión Servicios y Actividades es regular, y un 25% es deficiente, Al obtener el promedio de calificación se obtuvo un índice del 62.5% que se puede calificar como regular, Siendo el ítem que obtuvo una apreciación de regular fue que el personal presenta una atención personalizada, y el ítem que mostró deficiencia fue que el personal siempre es amable con el cliente.

#### **5.2.7. Respecto a la dimensión Imagen.**

Con respecto a la dimensión Imagen, los trabajadores evaluaron en un 50% de los ítems como bueno, pero también se evidencia en un 50% de los ítems de la dimensión Imagen es regular. Y el promedio de calificación se obtuvo un índice del 62.5% que se puede calificar como regular, Siendo

los items que obtuvo una apreciacion regular fue que el personal de la empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes y las necesidades especificas de los clientes.

## **VI. CONCLUSIONES**

- Respecto al objetivo específico 01:

Se determino que la infraestructura en donde se presta el servicio de la empresa Corporación Chicas S.A.C. se califico como exelente, por lo que esta dimension si aporta favorablemente a la calidad de servicio en la empresa.

- Respecto al objetivo específico 02:

Se determino que la dimension el Personal de la empresa Corporación Chicas S.A.C. se califico como bueno, por lo que esta dimension si aporta favorablemente a la calidad de servicio en la empresa.

- Respecto al objetivo específico 03:

Se determino que la dimension Satisfaccion del servicio ofrecido de la empresa Corporación Chicas S.A.C. se califico como exelente, por lo que esta dimension si aporta favorablemente a la calidad de servicio en la empresa.

- Respecto al objetivo específico 04:

Se determino que la dimension Servicios y Actividades del servicio ofrecido de la empresa Corporación Chicas S.A.C. se califico como regular, por lo que esta dimension aporta de forma regular a la calidad de servicio en la empresa.

- Respecto al objetivo específico 05:

Se determino que la dimension Imagen del servicio ofrecido de la empresa Corporación Chicas S.A.C. se califico como regular, por lo que esta dimension aporta regularmente a la calidad de servicio en la empresa.

- Respecto al objetivo General:

La calidad de Servicio en la empresa Corporación Chicas S.A.C. se califico con una calidad de servicio de bueno, por lo que la empresa si satisface a sus clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, T. (2016). *Calidad en la Atención de los Servicios de Salud desde la Óptica del Usuario en el Centro San Vicente de Paúl de la Ciudad de Esmeraldas* (Pontificia Universidad Católica Del Ecuador). Retrieved from [https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/698/1/AVILA\\_BUSTOS\\_TANIA\\_XIMENA.pdf](https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/698/1/AVILA_BUSTOS_TANIA_XIMENA.pdf)
- Cherre, M., & Porras, L. (2017). *Calidad en el Servicio y Satisfacción del Cliente del Servicio de Administración Tributaria en la Municipalidad Provincial de Tumbes - 2017* (Universidad Nacional De Tumbes). Retrieved from [file:///C:/Users/User/Desktop/Antecedentes/cherre\\_y\\_porras.pdf](file:///C:/Users/User/Desktop/Antecedentes/cherre_y_porras.pdf)
- Condor, B., & Durand, F. (2017). *Influencia de la Calidad del Servicio en la Satisfacción de los Usuarios del Gimnasio Iron GYM Hancayo - 2013*. Retrieved from <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/1286>
- Cornejo, Y. (2018). *Evaluación de la Calidad del Servicio del Hotel El Murique de Zorritos, Contralmirante Villar de la Ciudad de Tumbes, Utilizando Estándares Derivados de las Buenas Prácticas, en el Año 2018*. Universidad Católica Los Angeles De Chimbote.
- Coronel, C. (2016). *Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del Cliente en el Restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima; 2016*. Universidad Señor de Sipán.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). México: Mc Graw Hill.
- Isidro, J. (2019). *Caracterización del Marketing y la Gestión de Calidad de las MYPES del Sector Servicios - Rubro Hospedajes del Distrito de Tumbes, 2019* (Universidad Católica Los Angeles De Chimbote). Retrieved from [file:///C:/Users/User/Desktop/Antecedentes/jerson\\_isidro.pdf](file:///C:/Users/User/Desktop/Antecedentes/jerson_isidro.pdf)
- Liza, C., & Siancas, C. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016* (Universidad Privada del Norte). Retrieved from [http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza\\_Soriano\\_de\\_Silva\\_Claudia\\_Milsa\\_-\\_Siancas\\_Ascoy\\_Cecilia\\_de\\_Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza_Soriano_de_Silva_Claudia_Milsa_-_Siancas_Ascoy_Cecilia_de_Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- López, D. (2018). *Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy's de la Ciudad de Guayaquil* (Universidad Católica De Santiago De Guayaquil). Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Montalban, M. (2016). *Caracterización de la Capacitación y Calidad del Servicio en las MYPES Rubro Transporte de Pasajeros Ciudad de Tumbes, 2016* (Universidad Católica Los Angeles De Chimbote). Retrieved from <file:///C:/Users/User/Desktop/Antecedentes/montalban maria.pdf>
- Ñahuirima, Y. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015* (UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS). Retrieved from [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina\\_Nahuirima\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_Nahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ocampos, L., & Valencia, S. (2017). *Gestión Administrativa y la Calidad de Servicio al Usuario, en la Red Asistencial Essalud - Tumbes, 2016* (Universidad Nacional De Tumbes). Retrieved from <file:///C:/Users/User/Desktop/Antecedentes/tesis ocampo.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). *Bioética y Ética en la UNESCO*.
- Ramírez Verónica. (2016). "*Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016*". Universidad Cesar Vallejo.
- Sanchez, A. (2017). "*Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa.*" (UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR; Vol. 01). Retrieved from <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- SUNAT. (2019). SUNAT. Retrieved December 11, 2019, from <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6825-01-personas-comprendidas>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Senlle, A., & Gutiérrez, N. (2005). *Calidad en los servicios educativos*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Grönroos, C. (1984). "A service quality model and its marketing implications". *European Journal of Marketing* 18(4), 36-44.

## ANEXOS

### Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

La información obtenida en el presente cuestionario tiene como objetivo ser utilizada en la realización de la investigación sobre **“satisfacción laboral en las MyPes, sector servicio, rubro tienda de ropa – Caso: “Corporación Chicas S.A.C” – distrito de Aguas Verdes – Tumbes, año 2019”**, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

#### **Características de los trabajadores:**

**Edad** : \_\_\_\_\_

**Sexo** : \_\_\_\_\_

**Estado civil** :

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Viudo
- d. Divorciado

**Grado de instrucción** :

- a. Educación básica
- b. Técnico
- c. Superior
- d. Posgrado



**Características de la MYPE:**

**¿La empresa tiene RUC?**

- a. Si
- b. No

**¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?**

- a. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- b. Régimen Especial
- c. Régimen MYPE
- d. Régimen General

**¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?**

- a. 1 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a 10 años
- d. 11 a más años

**¿Modalidad de la empresa?**

- a. Institución Educativa
- b. Institución Educativa Privada

### Características de la Satisfacción Laboral:

El cuestionario de la medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México; utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas*), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno). Estas variables fueron re categorizadas mediante baremación por percentiles clasificados en tres categorías: (a) Alto, entre 83 – 110 puntos; (b) Medio, entre 53 – 82 puntos y (c) Malo, entre 22 – 52. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)

Calidad de servicio					
ITEM	1	2	3	4	5
1. ¿La empresa cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderno y atractiva?					
2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas?					
3. ¿El personal de la empresa tiene apariencia pulcra?					
4. ¿Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos?					
5. ¿Cuándo el personal de la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?					
6. ¿Cuándo tienes un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionártelo?					
7. ¿El personal de la empresa realiza bien el servicio la primera vez?					
8. ¿El personal de le empresa concluye el servicio en el tiempo prometido?					
9. ¿El personal de la empresa insiste en mantener registros exentos de errores?					
10. ¿El personal de la empresa le comunica cuándo concluirá la realización del servicio?					
11. ¿El personal de la empresa ofrece un servicio puntual?					
12. ¿El personal de la empresa siempre está dispuesto a ayudarle?					
13. ¿El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado para atenderle?					
14. ¿El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza?					
15. ¿Usted se siente seguro en sus trámites con la empresa?					
16. ¿El personal de la empresa es siempre amable con usted?					
17. ¿El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?					
18. ¿La empresa le da una atención individualizada?					
19. ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?					
20. ¿La empresa tiene personal que le ofrece una atención personalizada?					
21. ¿El personal de la empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?					
22. ¿La empresa comprende las necesidades específicas de sus clientes?					

## Anexo 02: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN ULADECH CATÓLICA

**Investigador principal:** Br. Carmen Chávez, Miriam Noelia.

#### Consentimiento informado

Estimado participante,

El presente estudio tiene el objetivo de determinar las características de la calidad de servicio de los trabajadores de las MyPes, sector comercio, rubro tienda de ropa para dama – Caso: Corporación Chicas S.A.C., Aguas Verdes – Tumbes, año 2019.

Si deseas participar, los evaluadores del estudio le presentarán un cuestionario físico. Podrás responder hasta en un tiempo estimado de 40 minutos. Debes saber que todas tus respuestas no se catalogarán como malas o buenas. Intenta responder a todas las preguntas con sinceridad y franqueza, si tienes alguna duda no temas en preguntar. Además, el estudio no representa ningún riesgo, puesto que solo responderás un cuestionario.

Toda la información que proporciones será confidencial y sólo los investigadores y el comité de ética podrán tener acceso a esta información. Será guardada en una base de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será utilizado en ningún informe. Si decides no participar, no se te tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno. Si decides participar, eres libre de retirarte del estudio en cualquier momento.

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú Dra. Magaly Quiñones Negrete al celular: 943489768, o al correo: [magaly1968@outlook.com.pe](mailto:magaly1968@outlook.com.pe)

Si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Mg. Zoila Rosa Limay Herrera presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cel: (+51043) 327-933, E-mail: [vgorritis@gmail.com](mailto:vgorritis@gmail.com).

#### Obtención del Consentimiento Informado

Me ha sido leído el procedimiento de este estudio y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador(a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio:

Farías Quinches, July Epifanía  
Administrado

Carmen Chávez, Miriam Noelia  
Investigador

Fecha: 07/11/2019

### Anexo 03: Matriz de ítems

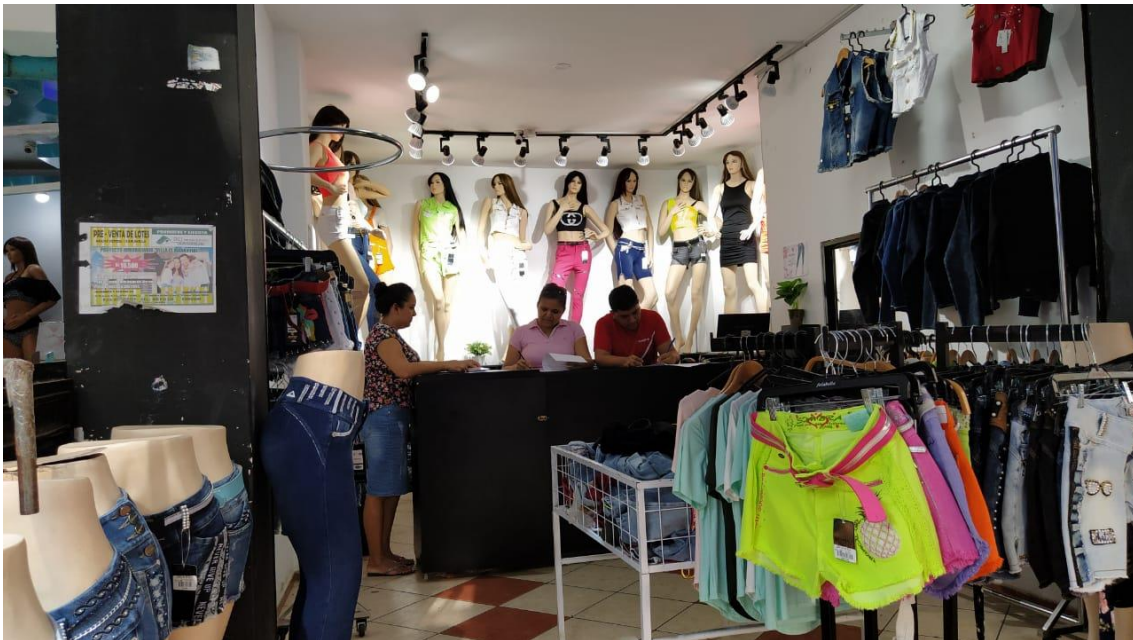
ITEM	Encuesta 1	Encuesta 2	Total	
1. ¿La empresa cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderno y atractiva?	1	1	2	Bueno
2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas?	1	1	2	Bueno
3. ¿El personal de la empresa tiene apariencia pulcra?	1	1	2	Bueno
4. ¿Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visulamente atractivos?	0	0	0	Deficiente
5. ¿Cuándo el personal de la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?	0	0	0	Deficiente
6. ¿Cuándo tienes un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionártelo?	1	1	2	Bueno
7. ¿El personal de la empresa realiza bien el servicio la primera vez?	1	1	2	Bueno
8. ¿El personal de le empresa concluye el servicio en el tiempo prometido?	0	0	0	Deficiente
9. ¿El personal de la empresa insiste en mantener registros exentos de errores?	1	1	2	Bueno
10. ¿El personal de la empresa le comunica cuándo concluirá la realización del servicio?	1	1	2	Bueno
11. ¿El personal de la empresa ofrece un servicio puntual?	1	1	2	Bueno
12. ¿El personal de la empresa siempre está dispuesto a ayudarle?	1	0	1	Regular
13. ¿El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado para atenderle?	1	1	2	Bueno
14. ¿El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza?	1	1	2	Bueno
15. ¿Usted se siente seguro en sus trámites con la empresa?	1	1	2	Bueno
16. ¿El personal de la empresa es siempre amable con usted?	0	0	0	Deficiente
17. ¿El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?	1	1	2	Bueno
18. ¿La empresa le da una atención individualizada?	0	1	1	Regular
19. ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?	1	1	2	Bueno
20. ¿La empresa tiene personal que le ofrece una atención personalizada?	1	1	2	Bueno
21. ¿El personal de la empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?	0	1	1	regular
22. ¿La empresa comprende las necesidades específicas de sus clientes?	0	1	1	regular

**Fuente:** Elaboración propia.

#### Anexo 04: Álbum de fotografías



Tienda de Ropa Corporacion Chicas S.A.C, Aguas Verdes – Tumbes, 2019.



Encuesta aplicada a los trabajadores de la Tienda de ropa Corporacion Chicas S.A.C, Aguas Verdes – Tumbes, 2019.

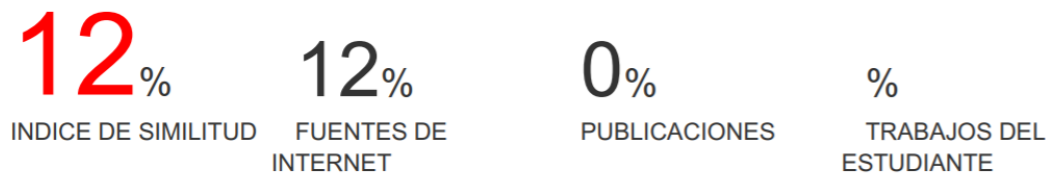
## Anexo 05: Turnitin

### PROYECTO

---

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

---



---

#### ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

10%

★ docplayer.es

Fuente de Internet

---

---

Excluir citas      Activo

Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias      < 4%