



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL
DE ADMINISTRACIÓN

CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS RUBRO ARTESANÍAS: CASO HILOS Y
COLORES E.I.R.L. DISTRITO AYACUCHO, 2019

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

POMATAYLLA ESCALANTE, MARITZA
ORCID: 0000-0003-4689-3249

ASESORA

Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

AYACUCHO – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR Pomataylla Escalante,

Maritza ORCID: 0000-0003-

4689-3249

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e ingeniería
Escuela Profesional de Administración, Ayacucho, Perú

JURADO

Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Mgtr. Patiño Niño Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Presidente

Mgtr. Patiño Niño Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

DEDICATORIA

A Dios por su infinita bondad.

A mis padres agradecerles de todo corazón por haberme forjado todo lo que soy en la actualidad motivándome constantemente para continuar mis

A mis hermanas por sus palabras de aliento para seguir adelante con perseverancia y cumplir mis ideales.

A mis hijas por ser mi principal motivación e inspiración para poder superarme y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como título: Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019 y tubo objetivo general Describir la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo y para el recojo de información se utilizó una muestra de 120 clientes de la micro y pequeña empresa hilos y colores a quienes se le aplicó un cuestionario estructura con 12 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados que el 56% no concluyen con su pedido en el tiempo prometido, así mismo el 66% mencionó que artesanías hilos y colores no cuenta con equipos modernos. El 63% mencionó que artesanías hilos y colores transmite seguridad a los clientes. La investigación concluye que los clientes mencionan que siempre se preocupan por los gustos y preferencias, ofrece una atención personalizada, realizan bien el servicio por primera vez, Muestran sincero interés en solucionar los problemas, no concluyen con su pedido en tiempo prometido, no ofrecen un servicio rápido, están dispuestos en ayudar, comunican cuando concluyen con el servicio, no cuentan con instalaciones visualmente atractivas, no cuentan con equipos modernos, transmiten seguridad a los clientes y son amables con los clientes.

Palabras claves: Artesanía, calidad de servicio, creatividad

ABSTRACT

The present research work had as its title: Quality of service in micro and small companies in the handicrafts category: case of threads and colors E.I.R.L. Ayacucho district, 2019 and tube general objective Describe the quality of service in micro and small businesses in the handicrafts category: case of threads and colors E.I.R.L. district Ayacucho, 2019. The research was of a non-experimental, cross-sectional, descriptive design and for the collection of information a sample of 120 clients of the micro and small company threads and colors was used, to whom a structured questionnaire with 12 questions was applied. through the survey technique, obtaining the following results that 56% do not conclude with their order in the promised time, likewise 66% mentioned that crafts threads and colors do not have modern equipment. 63% mentioned that crafts, threads and colors convey security to customers. The investigation concludes that customers mention that they always care about tastes and preferences, offer personalized attention, perform the service well for the first time, show sincere interest in solving problems, do not conclude with their order in the promised time, do not offer a fast service, they are willing to help, they communicate when they finish with the service, they do not have visually attractive facilities, they do not have modern equipment, they transmit security to the clients and they are friendly with the clients.

Key words: Craftsmanship quality of service, creativity.

CONTENIDO

1. Título de tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador y asesor	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria (opcional)	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
III. HIPÓTESIS	20
IV. METODOLOGÍA.....	21
4.1. Diseño de investigación.....	21
4.2. Población y Muestra.....	22
4.3. Definición de operacionalización de variables e indicadores.....	24
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
4.5. Plan de Análisis.....	26
4.6. Matriz de consistencia.....	28
4.7. Principios éticos.....	30
V. RESULTADOS.....	32
5.1. Resultados	32
5.2. Análisis de Resultados.....	37
VI. CONCLUSIONES.....	42
Aspectos complementarios.....	45
Recomendaciones.....	45
Referencias bibliográficas.....	47
Anexos.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas:

Tabla 1. Características de la empatía como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019.....	32
Tabla 2. Características de la fiabilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019.....	33
Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019.....	34
Tabla 4. Características de la tangibilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019.....	35
Tabla 5. Características de la seguridad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: se preocupa por los gustos y preferencias de sus clientes.....	67
Figura 2: ofrece una atención personalizada.....	67
Figura 3: realizan bien el servicio por primera vez.....	68
Figura 4: muestra un sincero interés en solucionarlo.....	68
Figura 5: concluye con su pedido en el tiempo prometido.....	69
Figura 6: ofrecen un servicio rápido.....	69
Figura 7: están dispuestos en ayudar.....	75
Figura 8: comunican cuando concluirán el servicio.....	76
Figura 9: cuenta con instalaciones visualmente atractivas.....	76
Figura 10: cuenta con equipos modernos.....	76
Figura 11: transmiten seguridad a sus clientes.....	77
Figura 12 : son amables con los clientes.....	

I. INTRODUCCION

Las micro y pequeñas empresas están conformadas por una persona natural o jurídica, estas empresas tienen como finalidad desarrollar actividades producción, transformación, comercialización de bienes o prestación los servicios.

Las micro y pequeñas empresas en Perú y América latina son componente muy significativo del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las MYPES brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Es innegable que las MYPES comprenden varios aspectos importantes de la economía de nuestro país. (Barraza, 2019).

Teniendo en cuentas que las micro y pequeñas empresas son fundamentales en el ámbito laboral así mismo existen impedimentos para su desarrollo, por lo que existen varias problemáticas dentro de una de ella tenemos a la calidad de servicio, son mucho de los microempresarios que no ponen en práctica de manera óptima porque no solo se trata de obtener ganancias sino también contar con clientes satisfechos.

A nivel internacional la situación en Bolivia es alarmante porque la mayoría de los microempresarios le da muy poco énfasis a calidad de servicio los artesanos también deben preocuparse para brindar un buen servicio ya que en cualquier tipo de empresa es muy indispensable desarrollar eficientemente su negocio. (Pozo, 2017).

En Colombia, los microempresarios han reducido las actividades comerciales debido a la ineficiente prestación de servicios, ya sea a falta de tecnología, apoyo que pueda promover a las empresas artesanas, para que estas empresas alcancen los estándares

de competitividad empresarial deben seguir innovando, ofrecer mayor calidad eficientemente para la comercialización de las artesanías. (Zúñiga, 2018)

Por otro lado, en Ecuador los microempresarios no ponen en práctica lo que es la calidad de servicio, estas microempresas deben crear estrategias para crear una ventaja competitiva, para que continúen ofertando de manera constante un excelente servicio al cliente, capacitando a los empleados todo ello hará que contemos con clientes satisfechos. (Velez, 2020).

Seguidamente en Perú los microempresarios se enfrentan a un mercado más globalizado donde cada día hay empresas transnacionales, los cuales obligan a los negocios artesanales ser mucho más competitivos para satisfacer las necesidades de los clientes, es por ello que en Perú es fomentar actividades que esté involucrado el turismo con la artesanía, de esta manera se estará mejorando la calidad de vida de los artesanos, mayor puesto de trabajo y lograr mayor crecimiento económico en este sector. (Martínez, 2019).

En Lima las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de artesanía van empleando cada vez más en brindar una mejor calidad de servicio, porque muchos de ellos son productores de las artesanías y buscan salir a otros mercados ya sea regionales e internacionales es por ello que se esmeran por brindar un buen servicio, pero muchas veces no se cuenta con apoyo del estado para que estas personas puedan salir a ofrecer y exponer sus productos en otros lugares del país. (Corzo, 2019)

En la localidad la situación en el distrito de Ayacucho rubro artesanías la calidad de servicio que se brinda es relativamente aceptable ya que Ayacucho es considerado “cuna de los artesanos”, lugar donde se requiere mayor creatividad e innovación para realizar sus productos artesanales, así mismo mejorando cada vez más la calidad de

servicio que se ofrece, apoyándose de la mano con la tecnología para poder contribuir al desarrollo Artesanal.

Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación:
¿Cómo es Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de la empatía en la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019. Describir la las características de la fiabilidad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019. Describir las características de la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019. Describir las características de la tangibilidad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019. Describir la seguridad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019.

Respecto a la justificación, el presente trabajo tuvo como finalidad dar a conocer a los microempresarios artesanos tengan mayor conocimiento y así poder hacer uso de las nuevas estrategias, mejorando la calidad del servicio que se brinda, logrando de esta

manera la satisfacción de los clientes y así se conseguirá mayor competitividad en el mercado nacional e internacional. De igual manera beneficiará a los futuros profesionales como guía respecto a la variable de estudio.

En esta investigación se realizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una muestra de 120 clientes de la micro y pequeña empresa hilos y colores a quienes se les aplicó el cuestionario de 12 preguntas, a través de la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 56% de los clientes encuestados mencionaron que no concluyen con su pedido en el tiempo prometido. El 66% mencionó que artesanías hilos y colores no cuenta con equipos modernos. El 63% de los encuestados menciona que artesanías hilos y colores transmite seguridad a los clientes.

La presente investigación concluye de la siguiente manera, podemos mencionar respecto a la situación de la calidad de servicio de la empresa Hilos y colores E.I.R.L, no utiliza estrategias para mejorar la calidad del servicio que se ofrece al cliente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales:

Mosquera (2018) en su tesis *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Aplicó la metodología descriptiva, se utilizó una población de 1 empresa con un tamaño de muestra aproximadamente de 365. La técnica que se utilizó fue el cuestionario estructurado con 25 preguntas obteniendo como resultado: cuenta con máquinas y equipos modernos 66%. El personal no tiene una apariencia adecuada 52%. La comida brindada luce apetitosa 60%. Los utensilios no son prestados con adecuada limpieza 68%. No tienen interés en resolver las quejas 69%. Ofrecen bien el servicio por primera vez 57%. El personal cumple con sus horarios establecidos 56%. El personal comunica al prestar sus servicios 80%. El restaurante no ofrece un servicio rápido 78%. Los empleados del restaurante no están dispuestos en ayudar 80%. El personal inspira confianza 82%. El personal no tiene conocimiento suficiente para responder a las preguntas 79%. Ofrecen información detallada sobre el menú 53%. No brindan atención personalizada a los clientes 80%. No comprenden las necesidades alimenticias de los clientes 80%. El servicio prestado no cumple con las expectativas 51%. El autor concluye que en el estudio realizado se 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.

Jerez (2018) en su tesis *Calidad de servicio al cliente y su incidencia en el mejoramiento de ingresos por las ventas en los locales de artesanías en Santa Cruz Galapos*. Tuvo como objetivo general: Fortalecer la calidad de servicio y atención a los turistas nacionales e internacionales que visitan los locales de artesanías en Puerto Ayora Santa Cruz. La investigación fue de diseño descriptiva no experimental. Con una población de 80 locales de artesanía y una muestra de 40 turistas. Técnica aplicada es la encuesta y muestreo con un cuestionario de 22 preguntas. El resultado obtenido es; no tienen un buen nivel de capacitación para atención al cliente 57%. Tienen conocimiento en lenguas extranjeras 75%. Tienen un nivel de comunicación en inglés el 55%. Estrategias que utilizan para comunicarse con extranjeros el 82% utiliza señas. Se perdieron ventas por falta de comunicación 88%. Le gustaría aprender nuevos idiomas 93% aceptaría. El negocio nunca se deja encargado a menores de edad 77%. Estrategia de venta es el descuento y promociones 37%. Siempre buscan innovar sus productos 63%. Conocen la cantidad de mercadería que tienen en el local 60%. Poseen máquina para pagos por tarjeta 53%. Barreras que impiden mejoras en los ingresos: falta de aprendizaje de idiomas 33% y la competencia 35%. ofrecen un servicio rápido 81%. Atienden con amabilidad 55%. Nivel de satisfacción en idiomas extranjeros se encuentran poco satisfechos 45%. Brindan una buena presentación física adecuada 48%. Los productos satisfacen los gustos y preferencias 45%. Brindan satisfacción en organización de productos 55%. Brindan satisfacción en precios 45%. Brindan facilidades de pago 45%. Brindan un buen servicio y atención en general 47%. La investigación concluye que el

servicio al cliente si incide en el mejoramiento de los ingresos por ventas, ya que se pudo determinar, que existe una deficiencia significativa en el dominio de idiomas extranjeros por parte de los comerciantes de artesanías, el cual debe ser mejorado y perfeccionado para lograr el éxito empresarial.

Toala (2017) en su tesis *Evaluación de servicios al cliente en la junta Provincial de defensas del artesano en la ciudad de Esmeraldas*. Tuvo como objetivo general: Analizar los servicios que perciben los clientes de la institución Junta Provincial de defensa del artesano. La investigación es descriptiva. Con una población de 126 artesanos. La técnica aplicada es la encuesta y el muestro con un cuestionario de 12 preguntas. Los resultados obtenidos fueron: En su mayoría son Masculinos 66%. Cuentan con nivel de estudios de secundaria 52%. Cuentan con 10 a 20 años de artesanos 59%. Conocieron la junta provincial del artesano por la radio y amigos 52%. Se demoran en calificar al artesano entre una semana 78%. Ofrecen atención personalizada 60%. No brindan una respuesta rápida 78%. Cuentan con personal amable 65%. La investigación concluye que el servicio que ofrece la JPDAE permitieron analizar las variables sobre el servicio al cliente, así mismo la calidad que brindan los artesanos, resultó que los servicios que ofrecen son de buena calidad y muy lucrativo para la clase artesanal ofreciéndoles diferentes procesos para obtener el título de esta manera acogerse a las leyes JNDA.

Antecedentes Nacionales:

Espinoza (2018) en su investigación *La calidad de servicio y su influencia en la competitividad de la asociación de artesanos productores del arte y cultura Tacna – 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia entre la calidad de servicio y la competitividad de la Asociación de Artesanos Productores de Arte y Cultura de Tacna 2018. La investigación fue de diseño descriptiva no experimental. Con una población de

64 clientes y una muestra de 64 clientes. Técnica aplicada es la encuesta y muestreo con un cuestionario de 12 preguntas. El resultado obtenido es; los clientes no están de acuerdo con la infraestructura e instalaciones que brinda 53%. Están de acuerdo con los servicios brindados 70%. Los clientes se encuentran seguros 60%. Están de acuerdo con la atención que brinda la asociación 67%. Brindan una atención personalizada 66%. Están de acuerdo con los nuevos productos y diseños que ofrecen 53%. La investigación concluye que se cumplió objetivos específicos porque existe una relación positiva entre la competitividad y la efectividad empresarial de la Asociación de Artesanos Productores de Arte y Cultura de Tacna 2018, asimismo existe una relación positiva entre la competitividad y la mejora continua empresarial de la Asociación de Artesanos.

Carachule (2018) en su tesis *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018. La investigación fue de diseño descriptivo no experimental. Con una población infinita que se encuentran registrados en la Municipalidad Distrital de Mariano Melgar y una muestra de 384 clientes. La técnica aplicada es la encuesta y muestreo con un cuestionario de 25 preguntas. El resultado obtenido es; los clientes respondieron que los meseros transmiten confianza. El mesero domina el manejo de la carta 46,61%. La espera por el servicio fue demasiado 61%. El servicio fue brindado sin errores 67,19%. El pedido llegó perfecto 74,74%. El servicio fue oportuno 57,55%. Están dispuestos en atender los requerimientos 63,02%. Muestran sincero interés en solucionar los problemas 60,16%. Se entregó los utensilios apropiados 71,31%, la mesa estuvo ordenada y limpia 61,72%. El local tuvo zonas seguras en caso

de sismo 59,38%. El local tuvo decoración en particular 64,68%. Muestran amabilidad 69,27%. Fueron atendidos como Rey 60,68%. Se acercan a preguntar si quieren algo más 58,53%. Cuenta con horario de atención conveniente 69,27%. Cuenta con instalaciones cómodas y atractivas 76,04%. Tuvo una atención presentable 52,60%. Se sintieron a gusto con el servicio brindado 71,88%. Califico excelente el plato que recibió 58,85%. Brindaron productos de cortesía 57,55%. Están contentos con la oferta recibida 55,73%. Los espacios son agradables 65.10%. el producto fue acorde a lo que se esperaba 76,82%. Recomiendan el restaurante 50,78%. La investigación concluye que los restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar de un total de 384 consumidores respondieron positivamente a las dimensiones.

Antecedentes Locales:

Meneses (2018) en su tesis *Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho*. Tuvo como objetivo general: Determinar que las dimensiones de la calidad de servicio influyen en la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho. La investigación fue de diseño descriptivo no experimental. Con una población de 35 restaurantes y una muestra de 11 restaurante. La técnica aplicada es la encuesta y muestreo con una encuesta de 20 preguntas. El resultado obtenido es: Es importante la decoración del local 62%. No se considera importante las instalaciones y el mobiliario 57%. Se considera importante la limpieza 57%. Es importante la apariencia de los trabajadores 52%. Es importante la presentación del menú 74%. Es importante ofrecer variedad de platos de comida 74%. No es importante los medios y materiales de publicidad y difusión 56%. Es importante esperar minutos adicionales a que el mozo tome su pedido 74%. Es indispensable que el mozo conozca la carta 57%. Los mozos deben de estar pendiente de sus clientes 51%. No

brindan atención individualizada 63%. No hay rapidez en la atención de los clientes 51%. No hay calidad de información de los consumidores 61%. No hay trato y calidad de servicio los consumidores 65%. La investigación llego a la conclusión que las dimensiones de la calidad de servicio influyen definitivamente en la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, en pocas ocasiones se ofrece un buen servicio, satisface de manera moderada las necesidades que tiene el consumidor. Es posible que la prestación de servicios a las expectativas y requerimientos de los clientes (consumidores) son cuestionadas. Mientras que los restaurantes ofrezcan a los clientes un mejor servicio, aumentara la satisfacción de los comensales.

Huaraca (2014) en su tesis *Calidad de servicio y fidelidad de los socios de créditos pymes en la coopac "santa maría magdalena", oficina principal Ayacucho*. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la fidelidad de los socios de créditos Pymes en la Cooperativa de Ahorro y Créditos "Santa María Magdalena", Oficina Principal – Ayacucho. La investigación fue de diseño descriptiva no experimental. Con una población de 748 y una muestra de 169 socios. La técnica aplicada es la encuesta y el muestreo con un cuestionario de 14 preguntas. El resultado obtenido es; Los trabajadores transmiten confianza 75%. Realizan bien su trabajo 82%. Se trata con amabilidad a los clientes 68%. Se sintieron seguros al realizar sus operaciones en la cooperativa 78%. Muestran atención individualizada 70%. La cooperativa busca lo mejor para sus clientes 53%. Cuentan con equipos de apariencia moderna 80%. Los clientes contarán las cosas positivas de la cooperativa 83%. No Realizan rápido su trabajo 51%. Los trabajadores se encuentran aseados y bien presentados 80%. El local de la cooperativa es visiblemente atractivo 85%. quieren continuar siendo socios 65%. La investigación concluye que se demostró que hay una

relación directa entre la calidad de servicio por los socios de la cooperativa y su fidelidad. Los socios demostraron una percepción favorable hacia la calidad de servicio, así como los niveles de fidelidad, por otro lado, se ha demostrado que la fiabilidad en la cooperativa influye positivamente en el comportamiento efectivo.

2.2.Bases teóricas de la investigación

Calidad de Servicio:

Pizzo (2016) define la calidad de servicio como concepto subjetivo, que depende de las opiniones del cliente y la comparación que hace el cliente sobre la prestación de los servicios.

Villalba (2017) define la calidad de servicio a partir de las diferencias entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio una vez consumido, así mismo señalan que las expectativas están incondicionadas por la comunicación boca-oído, esto se refiere que los clientes escuchan de otros; las necesidades personales, las experiencias del uso de un servicio o un producto.

Martínez (2018) es el resultado de un proceso de apreciación, ya que los consumidores casi siempre hacen un cotejo entre lo que esperan con lo que reciben; la definen como la diferencia entre los conocimientos del cliente y sus expectativas de una prestación de servicio excelente dentro de una empresa. Así mismo define como la calidad del servicio que se basa en la satisfacción de los clientes.

Calidad

Aldana (2016) define que son 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 este apto para pagar, la calidad puede estar definida solamente en términos del agente.

Izquierdo (2019) define como un conjunto de cualidades que simbolizan a una persona o cosa; describe las cualidades intrínsecas de un mecanismo; aunque suele expresar que es un concepto moderno, las personas siempre ha tenido un concepto automático de la calidad, es la forma de como medir las particularidades de los productos en dependencia a sus funciones.

Carbellido (2019) Es diferenciar a proveedores en la investigación de ventajas competitivas, su diseño y ejecución de forma positiva y correcta, conduce a la satisfacción del cliente, que en última instancia permite el logro de una ventaja competitiva y a la supervivencia de la organización en un entorno rápidamente cambiante.

Servicio:

Peña (2018) define que el servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a esfuerzos u objetos. Plantean que los servicios se refieren a un hecho, desempeño o esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

Guede (2015) un servicio es una obra, una realización o un acto que es intangible y no resulta necesariamente en la propiedad. Su creación puede o no estará relacionada con un producto físico.

Quiñones (2016) mide la calidad de servicio como diferencia entre las percepciones y las expectativas de los usuarios de los servicios, Parasuraman divide en cinco dimensiones:

Dimensión 1. Empatía

Albiol (2018) Es cuando alguien se pone en lugar de la otra persona, cuando tiene facilidad comprender lo que sienten o piensa los demás, parece algo simple, pero en realidad se trata de un complejo proceso psicológico de deducción, en la que la observación de los demás, la memoria, el conocimiento y el razonamiento se combinan para permitir la comprensión de los pensamientos y sentimientos de otras personas.

Roig (2018) es una experiencia física más que mental, es notar en el cuerpo a los demás, notar sus emociones, sus sentimientos. Tanto que te olvidas quién eres tú. Cuando estas tan acostumbrado a notar a los demás y sus emociones tan cerca, es inevitable confundir donde acabas tu y donde empieza el otro.

Murcia (2019) es una cualidad típica de las personas que tienen una actitud de investigar y profundizar, ejercer la empatía cognitiva es una cualidad típica de las personas que tienen una actitud de investigar y profundizar.

La empatía es ofrecer a los clientes cuidado y una atención personalizada, no se trata de ser solamente cortés con los clientes, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, es parte de la seguridad y se requiere un mayor compromiso con el cliente, conociendo a fondo de esta manera las características y sus requerimientos.

Indicadores

Se preocupan por los clientes: Las empresas de hoy en día deben enfocarse en los gustos y preferencias de los clientes, el objetivo de estas empresas debe ser conseguir clientes satisfechos, que adquieran los productos de, manera habitual, en otras palabras, conseguir la fidelidad de los clientes ya sea a largo plazo o la actividad que estos desarrollen y cualquiera sea el sector la que pertenecen. (Salas, 2020)

Tienen empleados que ofrecen una atención personalizada: Esta atención implica el trato directo o personalmente entre un trabajador y un determinado cliente y se toma en cuenta las necesidades, los gustos y las preferencias del cliente. Se debe mejorar el servicio de atención al cliente, haciéndolo mucho más personalizado, esto hará que el negocio fidelice a los clientes. (Sánchez, 2021)

Realizan bien el servicio la primera vez: Debemos anticiparnos a las necesidades de los clientes, cumplir con las expectativas y crear maravillosas experiencias al comprar un producto u ofrecer un servicio, todo lo mencionado es de mucha importancia para cualquier negocio. (Altamirano, 2021)

Dimensión 2. Fiabilidad

Sols (2018) habilidad para ejecutar el servicio que se promete de forma fiable y cuidadosa. Se refiere a que algo es confiable y que siempre dará el mismo resultado, se dice especialmente a una persona que es digna o merecedor de incertidumbre, confianza o la seguridad que puede ofrecer buenos resultados, el efecto y también la tranquilidad.

Juran (2021) probabilidad de un buen funcionamiento de algo, deriva de la palabra fiable, que a su vez viene del verbo fiar, confiar, dar o prestar algo en confianza.

La fiabilidad se define como la posibilidad de que un bien marche apropiadamente durante una etapa determinado bajo contextos definidos.

Maroto (2017) es el término que empleamos en nuestro idioma para dar cuenta de aquella persona o cosa en la cual es posible confiar y depositar la confianza, básicamente, porque dispone de una trayectoria notable. Obviamente la cualidad de confiable que alguien ostente se construirá con los años y con concretas demostraciones de decir la verdad y no engañar.

Respecto a al punto de vista de los distintos autores se puede decir que la fiabilidad se maneja para calificar aquello que promete seguridad, algo que nos ofrece garantías o resulta confiable. Al hablar de fiabilidad puede tratarse de una persona, un objeto o un procedimiento.

Indicadores

Sincero interés por resolver problemas: Se debe tener mucho cuidado al momento de resolver problemas que suscitan habitualmente, cuando trabajamos en equipo y el desarrollo de la empresa depende de varias personas, debemos tener mucho cuidado y sobre todo estar alerta a la más mínima señal de insatisfacción de los clientes. (Navarro, 2021)

Concluyen el servicio con el tiempo prometido: Si una empresa cumple todas las promesas de servicio o venta que establecen, el cliente confiara en la empresa para cualquier necesidad que se presente a futuro, tendrán la certeza que no se perderá dinero ni mucho menos su tiempo. Cumplir las promesas al cliente genera confianza en el cliente y de esa manera podrá optimizar su tiempo, ya que hoy en

día es uno de los activos más valiosos, porque a nadie le sobra el tiempo para realizar quejas o esperas. (Fernandez, 2017)

Dimensión 3. Capacidad de respuesta

Castro (2017) es la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido, también es parte importante el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, como también lo accesible que resulte la organización para los clientes y entrar en contacto con ella.

Fernández (2016) es la clave para asegurar que los clientes existentes no se vuelvan en clientes lejanos. El no poder cumplir con el tiempo establecido o hacer caso omiso a las interrogaciones aumenta la insatisfacción del cliente con la empresa y estimularlos a investigar los servicios que ofrecen los competidores. Cuando la capacidad de respuesta al cliente es una prioridad, se encontrará que las oportunidades de servir a los clientes aumentarán, mientras que los problemas y los asuntos de servicio disminuirán.

Nogueras (2017) es la respuesta al cliente qué tan rápido y eficientemente tu empresa responde a ellos. Desde la perspectiva de la atención al cliente, es el tiempo que tardan los agentes en responder a sus clientes.

Es importante tener en cuenta que la capacidad de respuesta al cliente es más que una respuesta rápida, asegurar y aclarar al cliente ante las interrogantes que susciten esto implica la frecuencia y coherencia en la comunicación hasta la resolución final, de esta manera contaremos con clientes satisfechos.

Indicadores

Los empleados ofrecen un servicio rápido: Para brindar un buen al cliente es importante estandarizar los procesos de atención, todo ello se tiene que redactar con normas, herramientas que deben ser utilizados para garantizar una gran experiencia con los clientes. Lo importante de todo esto que los empleados sepan cómo tratar a todos los clientes con rapidez y precisión. (Fernandez, 2017)

Los empleados siempre están dispuestos en ayudar: En toda empresa los empleados deben mantener su atención centrada en las necesidades que tiene el cliente brindando una buena atención y voluntad en ayudar, que propaguen en los clientes el deseo de contar su experiencia a otras personas. (Santos, 2020)

Comunican cuando concluirán el servicio. Una estrategia de comunicación con los clientes de manera correcta hace que fidelicemos a los clientes, no importa si se entra en contacto por algún problema, siempre se debe seguir un plan de comunicación efectiva. (Méndez, 2018)

Dimensión 4. Tangibilidad

Pardo (2018) hace referencia a todo lo que puede sentir con el tacto u otro sentido, o que puede ser percibido con claridad. Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y los materiales de comunicación.

Roman (2020) es todo aquel que tenga forma física, es decir, puede ser percibido y ocupa un espacio. Este tipo de bien se caracteriza entonces por poder ser observado y poseer un cuerpo que es factible tocar.

Ferrar (2021) la tangibilidad es el concepto que hace referencia a todo aquello que es material y puede ser percibido con alguno de los cinco sentidos. Así, algo tangible es algo que se puede sentir con el tacto o que se puede ver con la vista.

Los autores hacen mención sobre la tangibilidad hacen referencia las propiedades físicas y materiales como particularidades prácticas y estéticas que son observadas por el consumidor. La tangibilidad varía según el producto o el servicio que se ofrece.

Indicadores:

Instalaciones visualmente atractivas: es uno de los factores que suele recibir mucha atención por los clientes, estas instalaciones hacen que mostremos una impresión positiva en los clientes. (Salcedo, 2017)

Equipos de apariencia moderna: Los equipos representan un gran activo para la empresa y es fundamental para la atención al cliente, al implementar con herramientas tecnológicas en las empresas viene a ser una necesidad estratégica, muchas de las empresas invierten para tener mayores resultados. (Nogueras, 2015)

Dimensión 5. Seguridad

Palacio (2019) define como la seguridad que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos y confía que serán resueltos de la mejor manera posible, Así mismo es la credibilidad, integridad, honestidad y confiabilidad, Esto quiere decir que no solo es importante el cuidado de los intereses de los clientes, sino la organización también debe demostrar su preocupación, para lograr la satisfacción del cliente.

Díaz (2018) en un sentido general, la seguridad es el objeto de estudio de las ciencias de la seguridad, un campo de estudio interdisciplinario centrado en la

evaluación, gestión o prevención de los riesgos en materia humana, ambiental o de otras índoles.

Robledo (2019) es la garantía que tienen las personas de estar libre de todo daño, amenaza, peligro o riesgo; es la necesidad de sentirse protegidas, contra todo aquello que pueda perturbar o atentar contra su integridad física, moral, social y hasta económica.

Podemos mencionar que el término seguridad es usado en muchos contextos; se encuentra la seguridad en el trabajo, en brindar seguridad a los clientes al ofrecer un producto o servicio la cual es un factor muy importante, ya que el cliente se sentirá protegido y seguro en el lugar, por otro lado, es un determinante para el buen funcionamiento adecuado del lugar en donde se trabaje.

Indicador

Los clientes se sienten seguros: La experiencia del cliente es fundamental en cualquier negocio. Hacer que los clientes se sientan cómodos, tranquilos y seguros en el local, este tema es de suma importancia, de esta forma ganaremos su confianza y lograr su fidelización del cliente. (Molina, 2016)

Los empleados son amables: Una de las principales claves para generar un buen ambiente de trabajo en la empresa es la amabilidad entre compañeros, teniendo un buen ambiente laboral, los clientes serán bien atendidos y por ende la empresa tendrá mayores resultados. (Salas, 2020)

III. HIPÓTESIS

Según Rodríguez (2018) es una afirmación que puede o no ser cierta. Sin embargo, se formula en base a un indicio o a una serie de hechos, a los cuales se puede añadir determinados supuestos.

La hipótesis puede fundamentarse en la seguridad científica o un conjunto de demostraciones que cuenten con sustento. En las investigaciones descriptivas y cualitativas no es necesaria su aplicación.

En la investigación que se tituló *Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019* no se planteó hipótesis por ser de tipo descriptiva y cuenta con una sola variable, razón por lo cual no hay ninguna relación entre variables.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo.

No experimental:

Maxwell (2019) define como materia de selección de datos a partir de un momento único, con el fin de describir las variables presentes y examinar su incidencia en el contenido de investigación.

- Fue de diseño no experimental porque no se manipulo ninguna variable calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas, así mismo la variable no sufrió ninguna alteración.

Transversal:

Rojas (2019) define como la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza presente y la composición o procesos de fenómenos.

- Fue transversal porque el estudio de investigación calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanía textil: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2021.

Descriptivo:

La investigación descriptiva como la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de fenómenos. (Rojas, 2019)

- Fue descriptivo porque solo se describieron las principales características de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanía textil: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019.

4.2. Población y muestra

Población:

Merma (2016) define como el conjunto de todos los elementos que corresponden al ámbito espacial donde se desarrollará el trabajo de investigación.

- Se utilizó la población infinita de clientes de la micro y pequeña empresa Taller hilos y colores, rubro artesanías del distrito Ayacucho, 2019.

Muestra:

Mejía (2014) define la muestra como parte que simboliza la población. Se define por ser fiel objetiva y por ser fiel al universo (población) los resultados que se obtienen de la muestra conforman la población.

- Se tuvo una muestra de 120 clientes de la micro y pequeña empresa rubro artesanías del distrito Ayacucho, 2019.

$$92\% \quad z = 1.75$$

$$z^2 = 3.06$$

$$pq = 0.08$$

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{pq^2}$$

$$n = \frac{(3.06) (0.5) (0.5)}{(0.0064)}$$

$$n = 119.5$$

$$\sigma^2 = 0.0064$$

$$p = 0.5$$

$$n = 120$$

$$q = 0.5$$

Criterios de inclusión y exclusión de la muestra:

Criterios de inclusión:

- Se incluye a los clientes de la micro y pequeña empresa taller hilos y colores E.I.R.L. del distrito Ayacucho.

Criterios de exclusión:

- Se excluye a personal que se ubique en el taller hilos y colores E.I.R.L. del distrito Ayacucho que no tenga condición cliente.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e investigaciones

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITENS	FUENTE	ESCALA DE MEDICIÓN	
CALIDAD DE SERVICIO	<p>Quiñones (2016) mide la calidad de servicio como diferencia entre las percepciones y las expectativas de los usuarios de los servicios, Parasuraman divide en:</p> <p>Empatía: Es ofrecer a los clientes cuidado y una atención personalizada, no se trata de ser solamente ser cortés con los clientes, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, así mismo es parte de la seguridad y se requiere un mayor compromiso con el cliente.</p> <p>Fiabilidad: Es la habilidad para ejecutar el servicio que se promete de forma fiable y cuidadosa.</p> <p>Capacidad de respuesta: Es la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido de capacidad de respuesta, también es parte</p>	Empatía	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preocupar 2. tención 3. Servicio 	1.- ¿Artesanías hilos y colores, se preocupa por los gustos y preferencias de sus clientes?	Clientes	L I K E R T	
				2.- ¿Artesanías hilos y colores, le ofrece una atención personalizada?			
				3.- ¿Artesanías hilos y colores, realizan bien el servicio por primera vez?			
		Fiabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 4. Interés por problemas 5. Tiempo prometido 	4.- ¿Cuándo el cliente tiene un problema, artesanías hilos y colores, muestra un sincero interés en solucionarlo?			
				5.- ¿Artesanías hilos y colores concluye con su pedido en el tiempo prometido?			
		Capacidad de respuesta	<ol style="list-style-type: none"> 6. Servicio rápido. 7. Ayudar 8. Comunican 	6.- ¿Los empleados de artesanías hilos y colores ofrecen un servicio rápido?			
				7.- ¿Los empleados de artesanías hilos y colores siempre están dispuestos en ayudar?			
				8.- ¿Los empleados de artesanías hilos y colores comunican cuando concluirán el servicio?			
				<ol style="list-style-type: none"> 9. Instalaciones 10. Equipos 			9.- ¿Artesanías hilos y colores, cuenta con instalaciones visualmente

	<p>importante el cumplimiento a tiempo de los compromisos.</p> <p>Tangibilidad: Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y los materiales de comunicación.</p> <p>Seguridad: Es la credibilidad, integridad, honestidad y confiabilidad, Esto quiere decir que no solo es importante el cuidado de los intereses de los clientes, sino la organización también debe demostrar su preocupación, para lograr la satisfacción del cliente.</p>	Tangibilidad		atractivas para ofrecer un buen servicio al cliente?		
				10.- ¿Artesanías hilos y colores, cuenta con equipos modernos?		
		Seguridad	11. Seguros 12. Amables	11.- ¿Los empleados de artesanías hilos y colores transmiten seguridad a sus clientes?		
				12.- ¿Los empleados de artesanías hilos y colores son amables con los clientes?		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica:

Pascual (2019) engloba todos los medios técnicos que se utilizan para registrar las observaciones o facilitar el tratamiento.

Para la recolección de datos la técnica que se utilizó fue a través de la encuesta, esta es una técnica que es utilizada para obtener datos reales de personas que serán mucha importancia para la investigación. La presente encuesta se realizó a los clientes de la micro y pequeña empresa taller hilos y colores del rubro artesanías del distrito de Ayacucho, 2019.

Instrumento:

Mediano (2017) es en principio cualquier recurso en que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer información, el instrumento sintetiza toda la labor previa de la investigación.

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario el cual estuvo estructurado por 12 preguntas; las 4 primeras estuvieron relacionadas con empatía, Las 4 siguientes estuvieron relacionadas fiabilidad y las 4 últimas estuvieron relacionadas con la capacidad de respuesta.

4.5. Plan de análisis

González (2017) parte final y conclusiva de una investigación en que se procesa toda la información que ha ido apareciendo en el estudio, intentando presentarla de manera ordenada y comprensible, así se ira llegando a las conclusiones que estos datos originen.

Los datos estadísticos se obtendrán mediante el análisis de las variables, así mismo las dimensiones, empleando técnicas como las encuestas y la tabulación.

Se utilizó los siguientes programas informáticos tales como:

Microsoft Excel: es una gran herramienta que nos facilitó a realizar el análisis de resultados, así mismo nos ayudó con el cronograma de actividades.

Microsoft Word: es un programa que nos facilitó a crear nuestro documento de nuestra tesis, ayudándonos a organizarnos y escribir documento de manera eficaz.

Microsoft Power Point: es un programa que nos facilitó a realizar las diapositivas que se utilizó para la ponencia y sustentación de la investigación.

Mendeley: es un sistema nos ayudó a gestionar las bibliografías, por otro lado, nos ayudó a conservar las referencias y literatura para nuestra investigación de manera organizada.

Turnitin: es una herramienta que nos ayudó a detectar la similitud de plagio que pueda tener nuestra tesis.

4.3. Matriz de consistencia

TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICA DE INSTRUMENTO	PLAN DE ANÁLISIS
Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019	¿Cómo es la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019?	<p>Objetivo General Describir calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019</p> <p>Objetivo Especifico Describir la empatía en la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019</p> <p>Describir la fiabilidad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019</p> <p>Describir la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en las micro y pequeñas</p>	Calidad de servicio	Diseño de investigación: Descriptivo - no experimental de corte transversal	<p>Población: Clientes del taller hilos y colores.</p> <p>Muestra: La muestra es de 120 clientes</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>Se utilizaron los siguientes programas informáticos tales como:</p> <p>Excel</p> <p>Word</p> <p>Mendeley</p> <p>Turnitin</p>

		<p>empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019</p> <p>Describir la tangibilidad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019</p> <p>Describir la seguridad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

4.4.Principios éticos

La presente investigación cumple con las líneas de investigación de la universidad, respetando así los principios y ética de la investigación.

Protección a las personas

Se utilizó en siguiente principio ético ya que toda la información recolectada fue respetando la privacidad de los participantes, también se les dio a conocer sobre el documento del consentimiento informado, donde colocaron sus nombres completos y sus respectivas firmas y su correo electrónico, de no contar o de no querer llenar con alguno de esos datos no había ningún inconveniente alguno. así mismo se les mencionó a los participantes que los datos brindados solo serán para el trabajo de investigación.

Beneficencia y no maleficencia

Se utilizó el presente principio ético dando a conocer a los trabajadores de la micro y pequeña empresa hilos y colores que la información brindada no les perjudicará en lo absoluto, que solo serán utilizados anónimamente para el trabajo de investigación que se está realizando, por otro lado, también se les menciono que los cuestionarios eran realizados en forma anónima. Se les agradeció a todos por su participación en el proyecto de investigación.

Justicia

El presente principio fue utilizado porque se brindó un trato amigable con los trabajadores de la microempresa hilos y colores, dándoles a conocer que es sumamente importante su participación y lo importante que son las encuestas para el trabajo de

investigación que se está realizando. Se les brindo el consentimiento informado para su participación en las encuestas previa información.

Integridad científica

El principio ético fue utilizado porque se les dio a conocer que los datos brindados no serán publicados ni mucho menos manipulado, que solo serán para ver su aceptación y participación del consentimiento informado, para de esa manera para proceder con las encuestas, también se les comentó que ningún dato brindado no serán manipulados ni alterados de ninguna forma.

Libre participación y derecho estar informado

El principio ético fue respetado porque se les dio a conocer sobre la finalidad de la investigación, así mismo se mencionó de que trata el consentimiento que toda información brindada es de forma anónima y que posterior a eso serán partícipes de la encuesta con el fin de brindar seguridad a los participantes.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Por otro lado, el siguiente principio ético fue respetado porque se cuidó el medio ambiente utilizando papel reciclado para imprimir los cuestionarios para las encuestas. Así mismo se hizo el uso responsable de la energía eléctrica porque se utilizó la laptop después de estar completamente cargada para ahorrar energía y contribuir con el cuidado del medio ambiente.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de la empatía como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Características de la empatía	n	(%)
Se preocupa por los gustos y preferencias de sus clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	7	6.00
A veces	13	11.00
Casi siempre	40	33.00
Siempre	60	50.00
Total	120	100.00
Ofrece una atención personalizada		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	7	6.00
A veces	15	13.00
Casi siempre	40	33.00
Siempre	58	48.00
Total	120	100.00
Realizan bien el servicio por primera vez		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	3	3.00
A veces	5	4.00
Casi siempre	47	39.00
Siempre	65	54.00
Total	120	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los clientes del Taller Hilos y Colores de Ayacucho (2019).

Tabla 2

Características de la fiabilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Características de la fiabilidad	n	(%)
Muestra sincero interés en solucionar el problema		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	23	19.00
Casi siempre	45	38.00
Siempre	52	43.00
Total	120	100.00
Concluye con su pedido en el tiempo prometido		
Nunca	67	56.00
Casi nunca	38	32.00
A veces	15	13.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	120	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los clientes del Taller Hilos y Colores de Ayacucho (2019).

Tabla 3

Características de la capacidad de respuesta como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Características de la capacidad de respuesta	n	(%)
Ofrecen un servicio rápido		
Nunca	63	53.00
Casi nunca	42	35.00
A veces	15	13.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	120	100.00
Están dispuestos en ayudar		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	16	13.00
Casi siempre	37	31.00
Siempre	67	56.00
Total	120	100.00
Comunican cuando concluirán con el servicio		
con el servicioNunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	25	21.00
Casi siempre	39	33.00
Siempre	56	47.00
Total	120	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los clientes del Taller Hilos y Colores de Ayacucho (2019).

Tabla 4

Características de la tangibilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Características de la tangibilidad	n	(%)
<hr/>		
Cuenta con instalaciones visualmente Atractivas		
Nunca	45	38.00
Casi nunca	43	36.00
A veces	25	21.00
Casi siempre	7	6.00
Siempre	0	0.00
Total	120	100.00
<hr/>		
Cuenta con equipos modernos		
Nunca	66	55.00
Casi nunca	42	35.00
A veces	12	10.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	120	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los clientes del Taller Hilos y Colores de Ayacucho (2019).

Tabla 5

Características de la seguridad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Características de la seguridad	n	(%)
<hr/>		
Transmiten seguridad a los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	20	17.00
Casi siempre	37	31.00
Siempre	63	53.00
Total	120	100.00
<hr/>		
Son amables con los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	27	23.00
Casi siempre	42	35.00
Siempre	51	43.00
Total	120	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los clientes del Taller Hilos y Colores de Ayacucho (2019).

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de la empatía como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

El 83% de los clientes encuestados mencionan que siempre se preocupan por los gustos y preferencias de sus clientes (tabla 1). Murcia (2019) en su aporte teórico es una cualidad típica de las personas que tienen una actitud de investigar y profundizar preocuparse por los gustos y preferencias de los clientes.

El 81% de los clientes encuestados mencionan que siempre ofrece una atención personalizada (tabla 1) este resultado coincide con Espinoza (2018) quienes en su encuesta realizada respondieron que el 66% brindan una atención personalizada.

El 54% de los clientes encuestados mencionan que siempre realizan bien el servicio por primera vez (tabla 1). Este resultado coincide Mosquera (2018) quienes en su encuesta realizada respondieron que el 57% ofrecen bien el servicio por primera vez. Villalba (2017) en su aporte teórico la calidad de servicio a partir de las diferencias entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio una vez consumido, así mismo señalan que las expectativas están incondicionadas por la comunicación boca-oído, esto se refiere que los clientes escuchan de otros; las necesidades personales, las experiencias del uso de un servicio o un producto.

Es de vital importancia preocuparse por los gustos y preferencias de los clientes, ofreciéndole un bien el servicio por primera vez, ya que la primera impresión marca al cliente, así mismo hoy en día muchos clientes desean una atención personalizada y es en

eso que se debe de enfocar y recibir constante capacitación en como fortalecer estos aspectos que son muy importantes en toda empresa.

Tabla 2. Características de la fiabilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

El 81% de los clientes encuestados mencionan que muestran sincero interés en solucionar el problema (tabla 2) Castro (2017) en su aporte teórico menciona que es la actitud que se muestra para ayudar de manera sincera a los clientes y proporcionar un servicio, también es parte importante el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, como también lo accesible que resulte la organización para los clientes y entrar en contacto con ella.

El 56% de los clientes encuestados menciona que no concluyen con su pedido en el tiempo prometido (tabla 2). Sols (2018) en su aporte teórico menciona que es la habilidad para ejecutar el servicio que se promete de forma fiable y cuidadosa. Se refiere a que algo es confiable y que siempre dará el mismo resultado, se dice especialmente a una persona que es digna o merecedor de incertidumbre, confianza o la seguridad que puede ofrecer buenos resultados, el efecto y también la tranquilidad.

Cumplir con el pedido en el tiempo prometido nos abrirá muchas más puertas con distintos clientes, porque si somos una empresa que cumple los clientes poco a poco te irán recomendando es como decir así se genera la publicidad de boca en boca. La empresa quedara bien y tendremos clientes satisfechos con el servicio o producto brindado.

Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

El 53% de los clientes encuestados mencionan que no ofrecen un servicio rápido (tabla 3) este resultado coincide con Toala (2017) quienes en su encuesta realiza respondieron el 78% que no ofrecen un servicio rápido. En su aporte teórico Fernández (2016) menciona que es la clave para asegurar que los clientes existentes no se vuelvan en clientes lejanos. El no poder cumplir con el tiempo establecido o hacer caso omiso a las interrogaciones aumenta la insatisfacción del cliente con la empresa y estimularlos a investigar los servicios que ofrecen los competidores. Cuando la capacidad de respuesta al cliente es una prioridad, se encontrará que las oportunidades de servir a los clientes aumentarán, mientras que los problemas y los asuntos de servicio disminuirán.

El 56% de los clientes encuestados están dispuestos en ayudar (tabla 3) estos resultados se contradicen con Mosquera (2018) donde en sus encuestas realizadas respondieron el 80% no está dispuesto en ayudar. En su aporte teórico Castro (2017) menciona que es la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido, también es parte importante el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, como también lo accesible que resulte la organización para los clientes y entrar en contacto con ella.

El 81% de los clientes encuestados comunican cuando concluirán con el servicio (tabla 3) en su aporte teórico Noguera (2017) es la respuesta al cliente qué tan rápido y eficientemente tu empresa responde a ellos. Desde la perspectiva de la atención al cliente, es el tiempo que tardan los agentes en responder a sus clientes.

Muchos de los clientes hoy en día desean ser atendidos de manera rápida. Es un tema que a muchas empresas le hace falta capacitarse en las diferentes formas de brindar un servicio rápido, ahora se cuenta con mucha tecnología donde se encuentra mucha información. De esa manera se seguirá sumando más clientes y no restando.

Tabla 4. Características de la tangibilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

El 74 % de los clientes encuestados mencionan que no cuentan con instalaciones visualmente atractivas (tabla 4) estos resultados se contradicen con Huaraca (2014) donde en sus encuestas realizadas mencionan que el 85% cuentan con instalaciones visualmente atractivas. En su aporte teórico Pardo (2018) hace referencia a todo lo que puede sentir con el tacto u otro sentido, o que puede ser percibido con claridad. Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y los materiales de comunicación.

El 55% de los clientes encuestados mencionan que no cuentan con equipos modernos (tabla 4) en su aporte teórico Ferrar (2021) menciona que es el concepto que hace referencia a todo aquello que es material y puede ser percibido con alguno de los cinco sentidos. Así, algo tangible es algo que se puede sentir con el tacto o que se puede ver con la vista.

Las instalaciones en una empresa son muy importantes ya que es lo primero que ve el cliente. Esto ayuda también a tener clientes cómodos en el lugar en donde se encuentran, por otro lado, contar con equipos modernos como por ejemplo diferentes maneras de pago como Pos (pagos con tarjeta) es importante contar con diferentes medios de pago y dar otras alternativas al cliente en caso que no cuente con efectivo.

Tabla 5. Características de la seguridad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

El 53% de los clientes encuestados menciona que siempre transmiten seguridad a los clientes (tabla 5) estos resultados coinciden con Huaraca (2014) en donde los encuestados respondieron que el 75% transmiten seguridad. en su aporte teórico Palacio (2019) define como la seguridad que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos y confía que serán resueltos de la mejor manera posible, Así mismo es la credibilidad, integridad, honestidad y confiabilidad, Esto quiere decir que no solo es importante el cuidado de los intereses de los clientes, sino la organización también debe demostrar su preocupación, para lograr la satisfacción del cliente.

El 78% de los clientes encuestados menciona que son amables con los clientes (tabla 5) estos resultados coinciden con Huaraca (2014) en donde en sus encuestas realizadas repondieron que el 68% menciona que son amables con los clientes.

La amabilidad favorece un buen ambiente de trabajo y al tener un buen ambiente los clientes siempre serán bien recibidos. Se debe seguir buscando motivar a los empleados para brindar un buen trato al cliente esto permite que se gane el respeto y ser más apreciados por los clientes.

VI. CONCLUSIONES

En relación al objetivo específico 1. Describir la empatía en la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019

En su mayoría de los clientes mencionan que en la empresa realizan bien el servicio por primera vez, se preocupan por los gustos y preferencias de los clientes y ofrece una atención personalizada.

Por lo tanto, los resultados obtenidos por medio de la encuesta en relación a la dimensión empatía, si cumple al objetivo específico 1 ya que esta es una herramienta muy poderosa para la empresa. Comprenden las necesidades de los clientes, haciéndolos sentir escuchado, la cual este es buen el inicio para resolver las dudas de los clientes y ganar su confianza, pues la falta de empatía puede hacer que desconfíen de uno es por ello dar prioridad a lo que los clientes creen vital.

En relación al objetivo específico 2. Describir la fiabilidad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019

En su mayoría los clientes mencionan que en la empresa muestran sincero interés en solucionar los problemas. La minoría de los clientes menciona que no concluye con su pedido en el tiempo prometido.

Por lo tanto, los resultados obtenidos por medio de la encuesta en relación a la dimensión fiabilidad no cumple con el objetivo 2 ya que la empresa artesanías hilos y colores debería concluir con su pedido en el tiempo prometido este tema muy relevante para ofrecer un buen servicio hoy en día la fiabilidad se ha convertido en un mecanismo primordial para el éxito empresarial. Para que los clientes confíen en las empresas es importante contar

con buena coordinación entre las operaciones que se realizan y ventas que mejoren la experiencia para llegar a ofrecer un nivel de servicio que espera todo cliente.

En relación al objetivo específico 3. Describir la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019

En su mayoría el de los clientes mencionan que en la empresa siempre están dispuestos en ayudar, comunican cuando concluirán con el servicio. La minoría menciona que no ofrecen un servicio rápido.

Por lo tanto, los resultados obtenidos por medio de la encuesta realizada en relación a la dimensión capacidad de respuesta, si cumple con el objetivo específico 3 ya que la empresa artesanías hilos y colores brindan una respuesta correcta en el momento adecuado ya que todo cliente desea ser atendido lo más rápido posible. La empresa debe fortalecer las estrategias para captar más clientes. Por otro lado, si la empresa quiere brindar un servicio al cliente sin errores la empresa no solo debe invertir en productos, sino también en capacitaciones que les ayude en tener las herramientas adecuadas y una buena información para manifestarnos de la mejor forma posible a los clientes.

En relación al objetivo específico 4. Describir la tangibilidad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019

La minoría de los clientes mencionan que la empresa hilos y colores no cuenta con equipos modernos, no cuentan con instalaciones visualmente atractivas.

Por lo tanto, los resultados obtenidos por medio de la encuesta en relación a la dimensión tangibilidad, no cumple con el objetivo específico 4 ya que la empresa artesanías hilos y

colores no cuentan con buenas instalaciones para brindar un buen servicio y esto es punto de desventaja, ya que hoy en día los clientes buscan sentirse cómodos al lugar que visitan. Así mismo es importante implementar equipos para facilitar el trabajo o para poder captar más clientes. Hoy en día mayoría de las empresas cuentan con diferentes medios de pago y al no tenerlo puede ser desventajoso y perder ventas o que no lleguen a utilizar el servicio que presta.

En relación al objetivo específico 5. Describir la seguridad de la calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2019

En su mayoría los clientes mencionan que transmiten seguridad y mencionan que son amables con los clientes.

Por lo tanto, los resultados obtenidos por medio de la encuesta realizada en relación a la dimensión seguridad, si cumple con el objetivo específico 5 ya que la empresa artesanías hilos y colores transfieren seguridad a sus clientes en caso ocurra un incidente la empresa debe estar preparada como actuar ante problema, contar con herramientas de gestión para prevenir accidentes.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Priorizar al cliente cuando tiene un problema, el trabajador debe dar preferencia al cliente y saber solucionar los problemas, así mismo ofrecer una solución y ofrecer opciones siempre que sean posibles, posterior a ello hacer un seguimiento al cliente sobre el problema suscitado.

Cumplir el pedido en el tiempo prometido, el pedido debe estar en el tiempo plasmado es por ello que la empresa debe pensar en proponer y aplicar estrategias que ayuden actuar con rapidez cuando el cliente requiere el servicio, así mismo utilizar herramientas de tecnología que estas puedan contribuir a la excelencia en la atención al cliente. teniendo conocimiento de ello se podrá mejorar como empresa, obteniendo buenos resultados y clientes satisfechos.

Implementar técnicas para ofrecer un servicio rápido, trabajando en mejorar día a día en brindar un buen servicio al cliente porque jamás el cliente debe esperar por ser atendido, ofrecer un buen servicio hará que tengamos clientes contentos, ya que los clientes o consumidores son los más importante para cualquier negocio, por otro lado también se ganara recomendaciones por clientes potenciales que tiene la empresa, escalando para posicionarnos el mercado Nacional e internacional, fidelizando de esta manera a nuestros clientes.

Contar con instalaciones visualmente atractivas es de suma importancia para ofrecer un buen servicio, no solo se trata del espacio físico sino al espacio donde se localiza, al lugar donde se realiza el proceso productivo, todo ello debe ser analizado y posteriormente seleccionarlas para poner en práctica los puntos que se tomaran en cuenta, esto permitirá a la empresa lograr sus objetivos.

Contar con Equipos modernos produce resultados de mayor calidad, así mismo motiva a los participantes en los compromisos del trabajo diario. Contar con POS hace mucho más fácil el pago del cliente, ya que en la actualidad muchas personas manejan las tarjetas de crédito u otros medios de pago.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Albiol, L. M. (2018). *La Empatía*. Barcelona. Obtenido de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89612014000200009

Aldana, L. V. (2016). *Calidad de Servicio*. Bogotá. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=p930DwAAQBAJ&pg=PT1&dq=Aldana,+Luz+Angela+Vega&hl=es->

[419&sa=X&ved=2ahUKEwiRmeHuo635AhVUrZUCHRcRrArUQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=Aldana%20Luz%20Angela%20Vega&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=p930DwAAQBAJ&pg=PT1&dq=Aldana,+Luz+Angela+Vega&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiRmeHuo635AhVUrZUCHRcRrArUQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=Aldana%20Luz%20Angela%20Vega&f=false)

Altamirano, M. (2021). *Servicio al cliente: Humanos atendiendo humanos*. México. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=SXhYEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Altamirano+Servicio+al+cliente:+Humanos+atendiendo+humanos&hl=es->

[419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Altamirano%20Servicio%20al%20cliente%3A%20Humanos%20atendiendo%20humanos&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=SXhYEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Altamirano+Servicio+al+cliente:+Humanos+atendiendo+humanos&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Altamirano%20Servicio%20al%20cliente%3A%20Humanos%20atendiendo%20humanos&f=false)

Barraza, B. S. (2019). *Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Perú.

Obtenido de <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>

Carachule, M. G. (2018). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los*

consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018.

Arequipa. Obtenido de

https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carbellido, M. N. (2019). *La calidad*. México. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=gdGs17C2KeoC&printsec=frontcover&dq=Carb>

ellido,+Manuel+Nava&hl=es-

419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Carbellido%2C%20Manuel%20Nava&f=false

Castro, G. P. (2017). *Función del mando intermedio en la Prevención de riesgos laborales.*

Madrid. Obtenido de

<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/PdfServlet?pdf=VP16759.pdf&area=E>

Contreras, M. M. (2018). *Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, 2017.* Ayacucho.

Corzo, J. R. (2019). *Importancia del ciclo de servicio en las mypes y microempresas familiares.*

Lima.

Díaz, J. C. (2018). *Técnicas d prevención de riesgos laborales .* Madrid.

Espinoza, M. J. (2018). *La calidad de servicio la calidad y su influencia en la competitividad de ls asociacion de artesanos productores del arte y cultura Tacna – 2018.* Tacna.

Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1150/Angulo-Espinoza-Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fernández, C. A. (2016). *Comunicación y marketing.* Madrid.

Fernandez, S. C. (2017). *Servicios de atención comercial.* Ecuador. Obtenido de

[https://books.google.com.pe/books?id=gAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Comunicaci%C3%B3n+y+marketing.+Servicios+de+atenci%C3%B3n+comercial+Fernandez,+Soledad+Carrasco&hl=es-](https://books.google.com.pe/books?id=gAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Comunicaci%C3%B3n+y+marketing.+Servicios+de+atenci%C3%B3n+comercial+Fernandez,+Soledad+Carrasco&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20y%20marketing.%20Servicios%20)

[419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20y%20marketing.%20Servicios%](https://books.google.com.pe/books?id=gAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Comunicaci%C3%B3n+y+marketing.+Servicios+de+atenci%C3%B3n+comercial+Fernandez,+Soledad+Carrasco&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20y%20marketing.%20Servicios%20)

[419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20y%20marketing.%20Servicios%](https://books.google.com.pe/books?id=gAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Comunicaci%C3%B3n+y+marketing.+Servicios+de+atenci%C3%B3n+comercial+Fernandez,+Soledad+Carrasco&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20y%20marketing.%20Servicios%20)

Ferrar, J. V. (2021). *Economía Española.* Sevilla.

Garrigos, V. T. (2014). *Metodología de la investigación científica.*

González, D. L. (2017). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto.*

Bogotá.

- Guede, J. R. (2015). *Marketing de relaciones. Aproximación a las relaciones virtuales*. Madrid.
- Huaman, I. C. (2015). *CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS RECREOS CAMPESTRES DEL VALLE DEL CHUMBAO, ANDAHUAYLAS 2015* . Perú.
- Huaraca, S. Q. (2014). *Calidad de servicio y fidelidad de los socios de créditos PYMES en la COOPAC "Santa María Magdalena", oficina principal - Ayacucho*. Perú. Obtenido de http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/UNSCH/798/1/Tesis%20Ad150_Qui.pdf
- Izquierdo, I. (2019). *Teoría y práctica de la calidad*. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=JP6NDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Teor%C3%ADa+y+pr%C3%A1ctica+de+la+calidad&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20y%20pr%C3%A1ctica%20de%20la%20calidad&f=false
- Janampa, S. A. (2016). *Satisfacción del cliente interno y calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito santa María Magdalena en la ciudad de Ayacucho, 2016*. Ayacucho.
- Jerez, J. M. (2018). *calidad de servicio al cliente y su incidencia en el mejoramiento de ingresos por las ventas en los locales de artesanías en Santa cruz Gálapos*. Santa Cruz. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15094/1/T-UCE-0018-CA006-2018.pdf>
- Juran, F. (2021). *Control de calidad*. México.
- Juste, R. P. (2012). *Métodos y diseños de investigación en educación*. Madrid.
- Lerma, D. G. (2016). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Colombia.
- Maroto, J. C. (2017). *Estrategia de la visión a la acción*. España.
- Martínez, R. (2019). *Factores claves de éxito de los negocios de artesanía en la provincia de Huamanga-Ayacucho en el 2019*. Perú. Obtenido de

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648695/LuzaE_P.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Martinez, V. (2018). *Calidad en el servicio*. Colombia. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=C9XJPAACA AJ&dq=Martinez,+Vicente+calidad+de+servicio&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y

Maxwell, J. (2019). *Diseño de investigación*. Barcelona.

Mediano, C. M. (2017). *Técnicas e instrumentos para la recogida de datos*. Madrid.

Mejía, E. M. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción*. Bogotá. Obtenido de <https://fdiazca.files.wordpress.com/2020/06/046.-mastertesis-metodologicc81a-de-la-investigacioc81n-cuantitativa-cualitativa-y-redaccioc81n-de-la-tesis-4ed-humberto-ncc83aupas-paitacc81n-2014.pdf>

Méndez, C. E. (2018). *Cultura y clima: fundamentos para el cambio en la organización*. Colombia.

Meneses, P. C. (2018). *Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho, 2017*. Perú. Obtenido de http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/UNSCH/1678/1/Tesis%20AD157_Ara.pdf

Merino, M. R. (2019). *Calidad de servicio que brinda la empresa Elevate Bussines y estrategias para su mejora*. Piura.

Molina, F. T. (2016). *Atención básica al cliente*. España.

Mosquera, D. C. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Murcia, L. M. (2019). *Manual de empatía en la enseñanza*. Bogotá. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10554/45088>

- Navarro, J. G. (2021). *Comunicacion empresarial*. Mèxico. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=A0tEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Navarro+jesus+garcia++Comunicacion+empresarial+.&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Navarro%20jesus%20garcia%20%20Comunicacion%20empresarial%20.&f=false
- Nogueras, J. D. (2017). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. Màlaga.
- Osorio, M. P. (2017). La calidad del servicio al cliente en la Cooperativa Juan Pablo II, en el distrito de Ayacucho 2017. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/5550/CALIDAD_DE_SERVICIO_SATISFACCION_PERLACIOS_OSORIO_MAURY_ALBERTO.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Paitán, H. Ñ. (2019). *Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. México.
- Palacio, E. B. (2019). *Seguridad y salud en el trabajo*. Bogotá.
- Pardo, I. Q. (2018). *comportamiento del consumidor*. Barcelona.
- Pascual, J. G. (2019). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. Madrid.
- Paz, E. B. (2016). *Metodología de la Investigación*. Mèxico.
- Peña, M. L. (2018). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=ptMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fundamentos+de+direcci%C3%B3n+de+operaciones+en+empresas+de+servicios&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Fundamentos%20de%20direcci%C3%B3n%20de%20operaciones%20en%20empresas%20de

- Perlacio, A. (2017). *La calidad del servicio al cliente en la cooperativa Juan Pablo II, en el distrito de Ayacucho 2017*. Ayacucho.
- Pizzo, M. (2016). *Calidad de servicio*. Buenos Aires. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&lpg=PT15&dq=calidad%20de%20servicio%20pizzo&pg=PP1#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio%20pizzo&f=false>
- Ponce, M. V. (2007). *Calidad de Servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y Auto percepción de la empresas de Captación de talento*". Caracas.
- Pozo, A. S. (2017). *EL DESAFÍO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES EN BOLIVIA*. Bolivia.
- Quiñones, M. (2016). *Calidad y Servicio*. Bogotá.
- Robledo, F. H. (2019). *Seguridad y salud en le trabajo*. Colombia.
- Rodríguez, P. R. (2018). *Metodología de la investigacion científica*. España. Obtenido de http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/34398/metodologia_investigacion.pdf;jsessionid=30D9788E4171F7406859978FBC968714?sequence=1
- Roig, M. G. (2018). *El arte de la Empatía* . Nueva York.
- Rojas, M. N. (2019). *Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe. 2a Edición*. Bogotá. Obtenido de https://www.academia.edu/35258714/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_DISENO_Y_EJECUCION
- Roman, C. P. (2020). *El mercado de los bienes tangibles*. Madrid.
- Saavedra, V. R. (2016). *Calidad de servicio en el área de farmacia satisfaccion del usuario*. Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1797/ramirez_sv.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Salas, S. L. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. España.
- Salcedo, A. (2017). *Marketing turístico aplicado*. Madrid. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=5q04DwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. .
- Sánchez, A. Á. (2021). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. México .
- Santos, I. S. (2020). *Gestión de calidad*. Madrid. Obtenido de <https://www.ustavillavicencio.edu.co/images/ing-industrial/eventos/gestin-de-la-calidad-mejas-et-al-2018-isbn-978-980-233-724-8.pdf>
- Sols, A. (2018). *Fiabilidad, mantenibilidad, efectividad*. Madrid.
- Toala, A. A. (2017). *Evaluación de servicios al cliente en la junta provincial de defensa del artesano en la ciudad de Esmeraldas*. Ecuador: Ecuador - PUCESE- Escuela de Administración de Empresas - Productividad. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1132/1/%c3%81LAVA%20TOALA%20LISSETTE%20ALEJANDRA%20%20.pdf>
- Velez, F. O. (2020). *4V5-N5-1 (sep) 2020, pp. 4-15 | Recibido: 01 de julio de 2020 - Aceptado: 04 de agosto de 2020 (1 ronda rev.) Edición especial La calidad del servicio al cliente como ventaja competitiva en las microempresas de servicio*. Ecuador.
- Vera, M. (2018). *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Villalba, C. S. (2017). *La calidad del servicio: un recorrido histórico*. Colombia.
- Zúñiga, C. R. (2018). *Estándares de competitividad empresarial* . Colombia.

ANEXOS


CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019				Año 2020				Año 2021				Año 2021			
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X	X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico				X												
6	Redacción de la revisión de la literatura.				X												
7	Elaboración del consentimiento informado (*)					X											
8	Ejecución de la metodología					X											
9	Resultados de la investigación						X										
10	Conclusiones y recomendaciones							X									
11	Redacción del pre informe de Investigación.									X	X	X	X				
12	Reacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 1: Cronograma de actividades

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	% o numero	Total(s/.)
Suministros (*)			
○ Impresiones	0.10	100	10.00
○ Empastado	7.00	1	7.00
○ Papel bond A-4 (500 hojas)	0.50	100	10.00
○ Lapiceros	1.00	2	2.00
Sub total			
Gastos de viaje			
○ Pasajes para recolectar información	5.00	3	15.00
Sub total			44.00
Total, de presupuesto desembolsable			44.00
Presupuesto no desembolsable (universidad)			
Categoría	Base	% o numero	Total(s/.)
Servicios			
○ Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital – LAD)	30.00	4	120.00
○ Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
○ Soporte informático (módulo de I investigación del ERP university- MOIC)	40.00	4	160.00
○ Publicación de artículo en repositorio I institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
○ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (s/.)			725.00

Anexo 3. Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Administrativas y Contables)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro Artesanías: Caso Hilos y Colores E.I.R.L distrito Ayacucho, 2019 y es dirigido por Pomataylla Escalante, Maritza, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Describir la Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L distrito Ayacucho, 2019. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

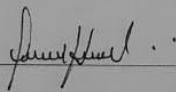
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de N° 999831867 Si desea, también podrá escribir al correo maritzapomataylla2@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

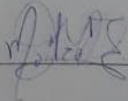
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Jaqueline Huaman Vargas

Fecha: 26/10/20

Correo electrónico: jakirs@@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Administrativas y Contables)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro Artesanías: Caso Hilos y Colores E.I.R.L distrito Ayacucho, 2019 y es dirigido por Pomataylla Escalante, Maritza, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Describir la Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L distrito Ayacucho, 2019. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de N° 999831867 Si desea, también podrá escribir al correo maritzapomataylla2@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

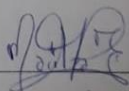
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: EDISON INCA ZAMORA

Fecha: 29/10/20

Correo electrónico: cinca22@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Administrativas y Contables)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro Artesanías: Caso Hilos y Colores E.I.R.L distrito Ayacucho, 2019 y es dirigido por Pomataylla Escalante, Maritza, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Describir la Calidad de servicio en las micro y pequeñas empresas rubro artesanías: caso hilos y colores E.I.R.L distrito Ayacucho, 2019. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de N° 999831867 Si desea, también podrá escribir al correo maritzapomataylla2@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

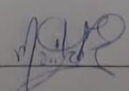
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Katerine Milagros Peña Pinto

Fecha: 31/10/2020

Correo electrónico: katerine.milagros13@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 5. Cuestionario

CUESTIONARIO

Estimado usuario el presente cuestionario, tiene por finalidad recabar información sobre la calidad de servicio que recibes en artesanías HILOS Y COLORES E.I.R.L. para ello marca con una X en el casillero que creas conveniente.

VALORACIÓN

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	siempre

No	ITENS	Valoración				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Empatía						
1.-	¿Artesanías hilos y colores, se preocupa por los gustos y preferencias de sus clientes?					
2.-	¿Artesanías hilos y colores, le ofrece una atención personalizada?					
3.-	¿Artesanías hilos y colores, realizan bien el servicio por primera vez?					
Dimensión 2: Fiabilidad						
4.-	¿Cuándo el cliente tiene un problema, artesanías hilos y colores, muestra un sincero interés en solucionarlo?					
5.-	¿Artesanías hilos y colores concluye con su pedido en el tiempo prometido?					
Dimensión 3: Capacidad de respuesta						
6.-	¿Los empleados de artesanías hilos y colores ofrecen un servicio rápido?					

7.-	¿Los empleados de artesanías hilos y colores siempre están dispuestos en ayudar?					
8.-	¿Los empleados de artesanías hilos y colores comunican cuando concluirán el servicio?					
Dimensión 4: Tangibilidad						
9.-	¿Artesanías hilos y colores, cuenta con instalaciones visualmente atractivas para ofrecer un buen servicio al cliente?					
10.-	¿Artesanías hilos y colores, cuenta con equipos modernos?					
Dimensión 5: Seguridad						
11.-	¿Los empleados de artesanías hilos y colores transmiten seguridad a sus clientes?					
12.-	¿Los empleados de artesanías hilos y colores son amables con los clientes?					

Anexo 6. Hoja de tabulación.

Características de la empatía como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Preguntas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Artesanías hilos y colores, se preocupa por los gustos y preferencias de sus clientes?	Siempre	60	50%
	Casi siempre	40	33%
	A veces	13	11%
	Casi nunca	7	6%
	Nunca	-	0
	Total	120	100%
¿Artesanías hilos y colores, le ofrece una atención personalizada?	Siempre	58	48%
	Casi siempre	40	33%
	A veces	15	13%
	Casi nunca	7	6%
	Nunca	-	0
	Total	120	100%
¿Artesanías hilos y colores, realizan bien el servicio por primera vez?	Siempre	65	54%
	Casi siempre	47	39%
	A veces	5	4%
	Casi nunca	3	3%
	Nunca	-	0
	Total	120	100%

Características de la fiabilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Preguntas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Cuándo el cliente tiene un problema, artesanías hilos y colores, muestra un sincero interés en solucionarlo?	Siempre	52	43%
	Casi siempre	45	38%
	A veces	23	19%
	Casi nunca	-	0%
	Nunca	-	0%
	Total	120	100%
¿Artesanías hilos y colores concluye con su pedido en el tiempo prometido?	Siempre	-	0%
	Casi siempre	-	0%
	A veces	15	13%
	Casi nunca	38	32%
	Nunca	67	56%
	Total	120	100%

Características de la capacidad de respuesta como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Preguntas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Los empleados de artesanías hilos y colores ofrecen un servicio rápido?	Casi siempre	-	0%
	A veces	15	13%
	Casi nunca	42	35%
	Nunca	63	53%
	Total	120	100%
¿Los empleados de artesanías hilos y colores siempre están dispuestos en ayudar?	Siempre	67	56%
	Casi siempre	37	31%
	A veces	16	13%
	Casi nunca	-	0%
	Nunca	-	0
	Total	120	100%
¿Los empleados de artesanías hilos y colores comunican cuando concluirán el servicio?	Siempre	56	47%
	Casi siempre	39	33%
	A veces	25	21%
	Casi nunca	-	0%
	Nunca	-	0
	Total	120	100%

Características de la tangibilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Preguntas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Artesanías hilos y colores, cuenta con instalaciones visualmente atractivas para ofrecer un buen servicio al cliente?	Siempre	-	0%
	Casi siempre	7	6%
	A veces	25	21%
	Casi nunca	43	36%
	Nunca	45	38%
	Total	120	100%
¿Artesanías hilos y colores, cuenta con equipos modernos?	Siempre	-	0%
	Casi siempre	-	0%
	A veces	12	10%
	Casi nunca	42	35%
	Nunca	66	55%
	Total	120	100%

Características de la seguridad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

Preguntas	Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
¿Los empleados de artesanías hilos y colores transmiten seguridad a sus clientes?	Siempre	63	53%
	Casi siempre	37	37%
	A veces	20	17%
	Casi nunca	-	0%
	Nunca	-	0%
	Total	120	100%
¿Los empleados de Artesanías Hilos y Colores son amables con los clientes	Siempre	51	43%
	Casi siempre	42	35%
	A veces	27	23%
	Casi nunca	-	0%
	Nunca	-	0%
	Total	120	100%

Anexo 7. Validación de expertos

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo Maricela Pomataylla Escalante
Identificado con el número de DNI N° 43075400 licenciado en
..... Administración de Empresas

Con CARNET DE COLEGIO N° 14731 he revisado el
proyecto de tesis denominado "CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO ARTESANIAS: CASO HILOS Y COLORES
E.I.R.L. DISTRITO AYACUCHO, 2019" que desarrolla la bachiller en Administración
MARITZA POMATAYLLA ESCALANTE, CON DNI N° 47672885, para obtener el
título de licenciatura.

Tras evaluar los instrumentos de recolección de datos (encuestas) con la finalidad de
optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista puesto que reúnen
las condiciones para la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Ayacucho, 20 de Octubre del 2020



Lic. Maricela Pomataylla Escalante
CLAD N° 14731

DNI° 43075400

CONSTANCIA DE VALIDACION

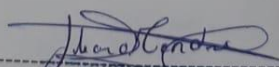
Yo RUTH LILIANA CONDORI CAMERO

Identificado con el número de DNI N° 44626218.....licenciado en
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Con CARNET DE COLEGIO N° 09924.....he revisado el
proyecto de tesis denominado "CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO ARTESANIAS: CASO HILOS Y COLORES
E.I.R.L. DISTRITO AYACUCHO, 2019" que desarrolla la bachiller en Administración
MARITZA POMATAYLLA ESCALANTE, CON DNI N° 47672885, para obtener el
título de licenciatura.

Tras evaluar los instrumentos de recolección de datos (encuestas) con la finalidad de
optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista puesto que reúnen
las condiciones para la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Ayacucho, 16.....de Octubre del 2020


D.C. Ruth Liliana Condori Camero

DNI° 44626218

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo Americo Romuacca Pucco

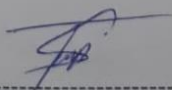
Identificado con el número de DNI N° 42700384 licenciado en

Administración de Empresas

Con CARNET DE COLEGIO N° 24478 he revisado el proyecto de tesis denominado "CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO ARTESANIAS: CASO HILOS Y COLORES E.I.R.L. DISTRITO AYACUCHO, 2019" que desarrolla la bachiller en Administración MARITZA POMATAYLLA ESCALANTE, CON DNI N° 47672885, para obtener el título de licenciatura.

Tras evaluar los instrumentos de recolección de datos (encuestas) con la finalidad de optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista puesto que reúnen las condiciones para la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Ayacucho, 09 de Octubre del 2020



Lic. Americo Romuacca Pucco

DNI° 42700384

Anexo 8. Figuras

Características de la empatía como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

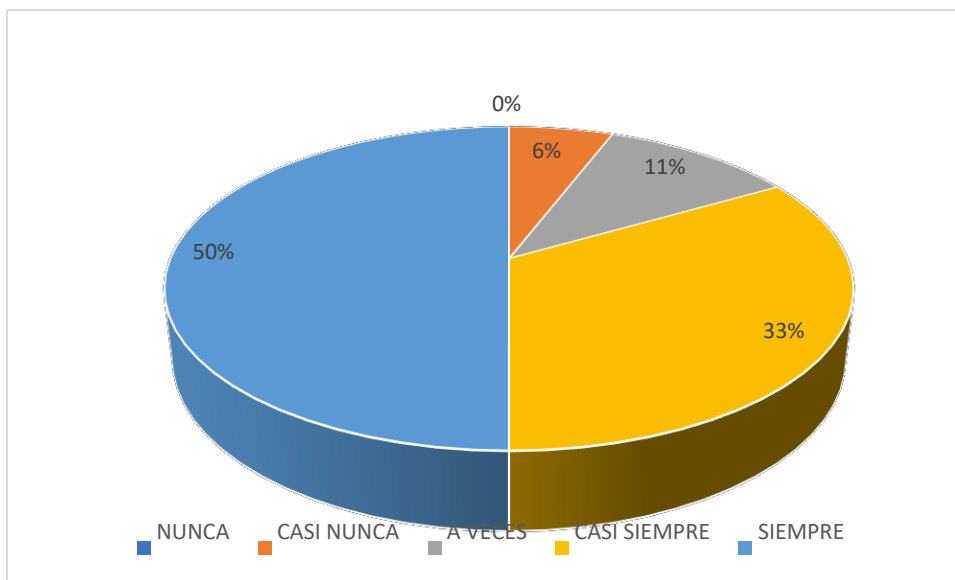


Figura 1. se preocupa por los gustos y preferencias de sus clientes

Fuente tabla 1

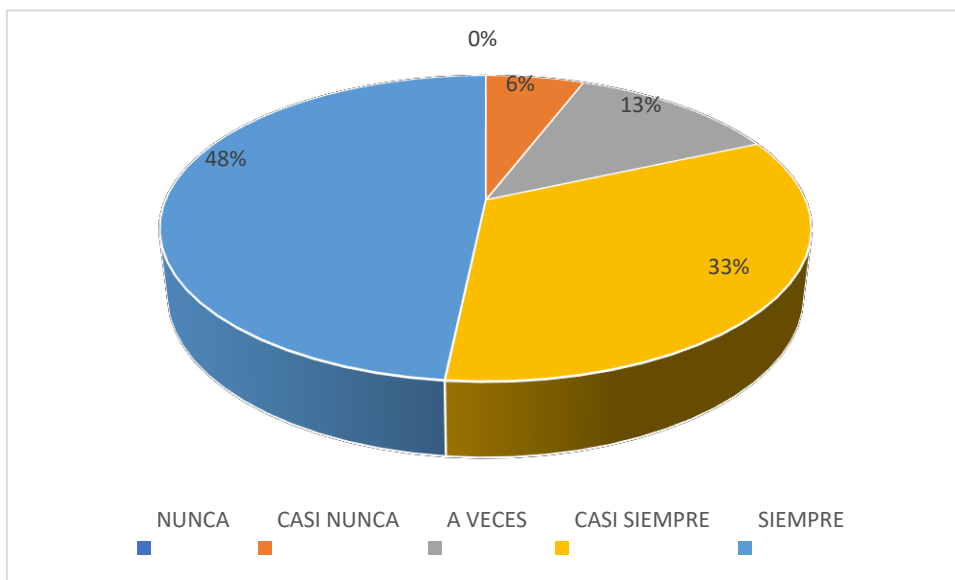


Figura 2. le ofrece una atención personalizada

Fuente de tabla 1

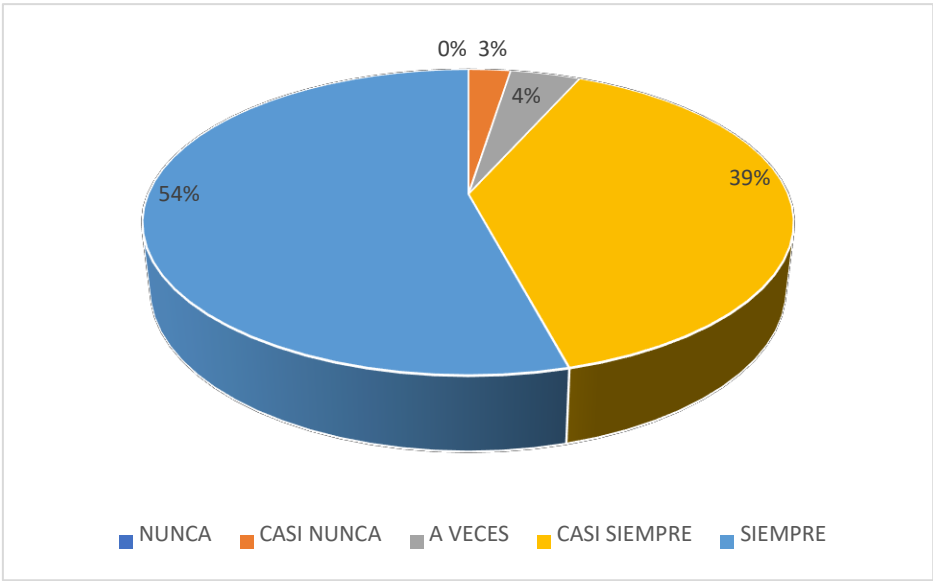


Figura 3. Realizan bien el servicio por primera vez

Fuente de tabla 1

Características de la fiabilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

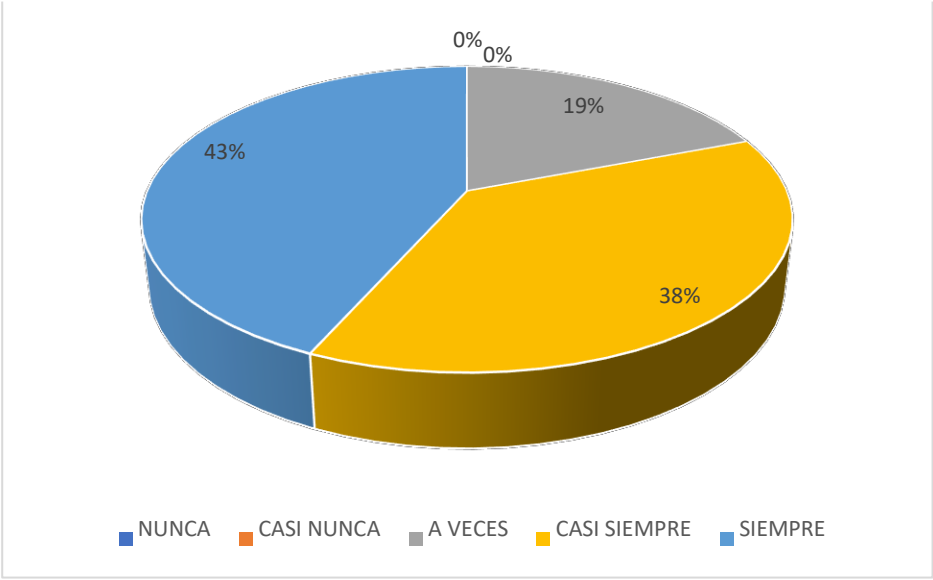


Figura 4. Cuando el cliente tiene un problema muestran un sincero interés en solucionarlo

Fuente de tabla 2

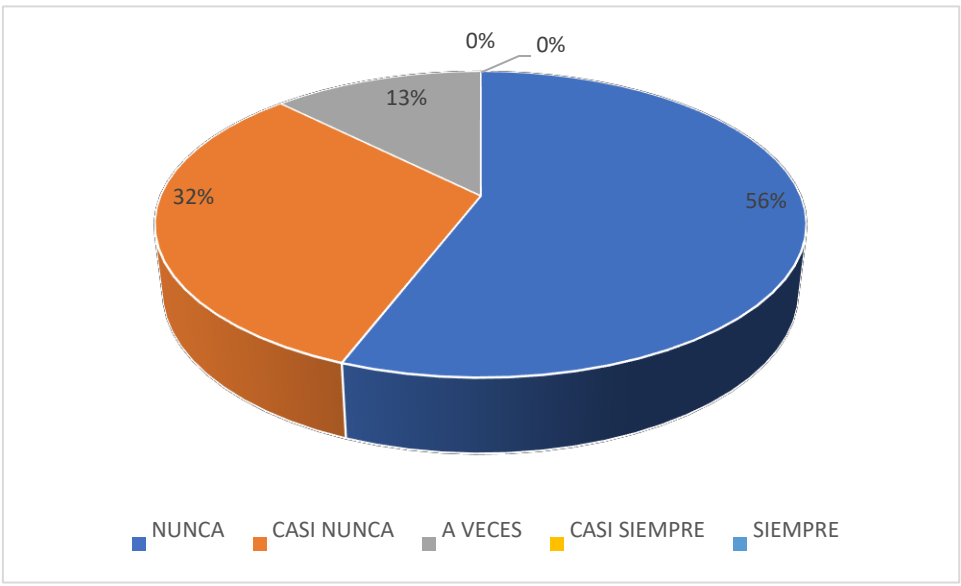


Figura 5. concluye con su pedido en el tiempo prometido

Fuente de tabla 2

Características de la capacidad de respuesta como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

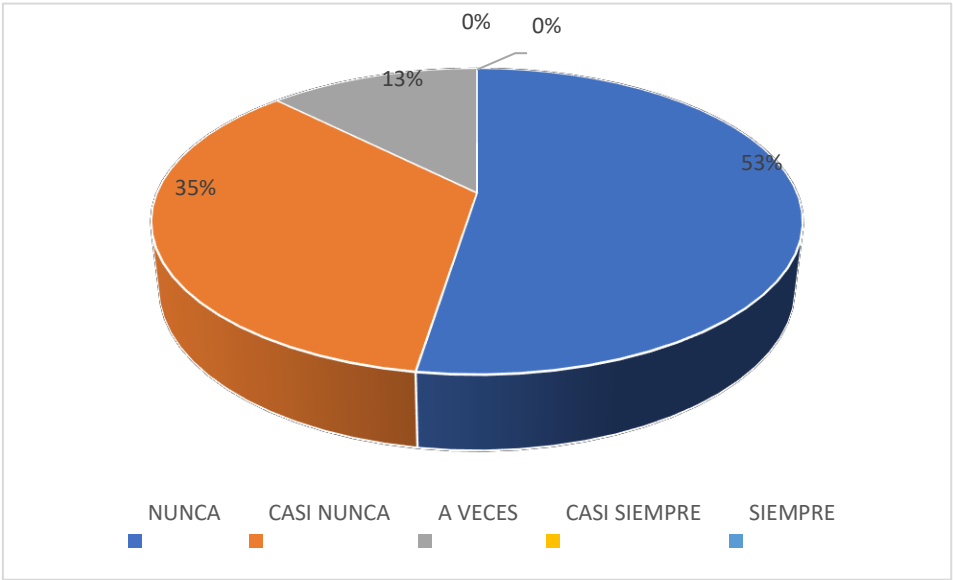


Figura 6. ofrecen un servicio rápido

Fuente de tabla 3

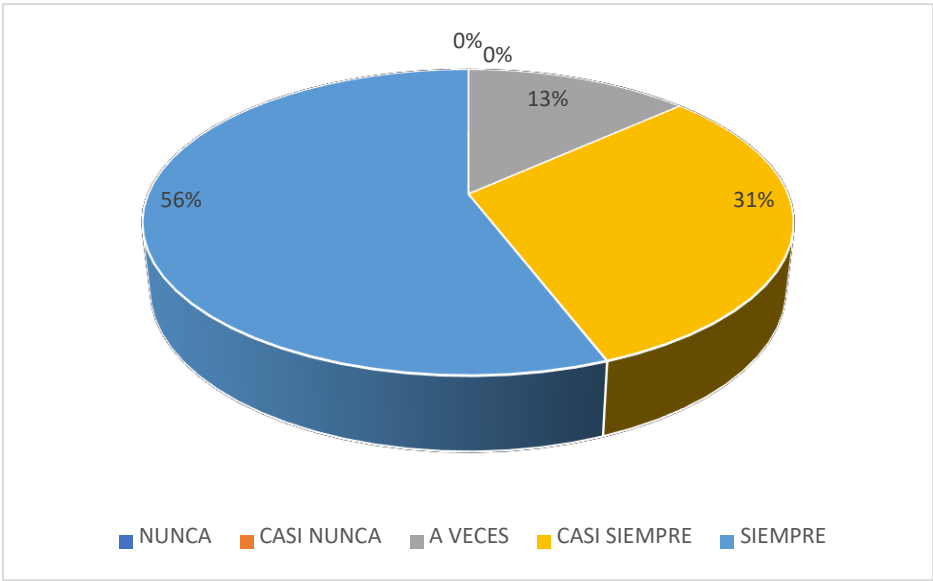


Figura 7. están dispuestos en ayudar

Fuente de tabla 3

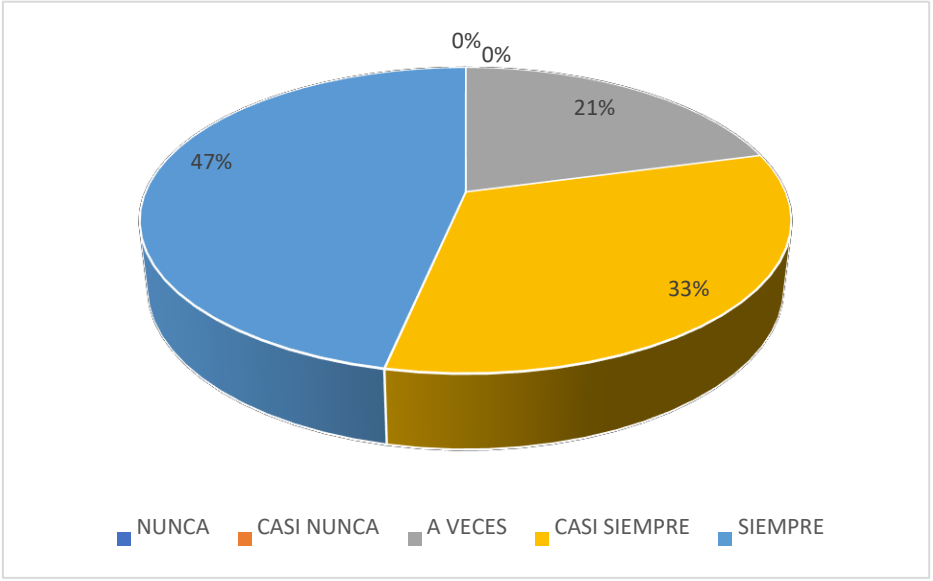


Figura 8. Comunican cuando concluirán el servicio

Fuente de tabla 3

Características de la tangibilidad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

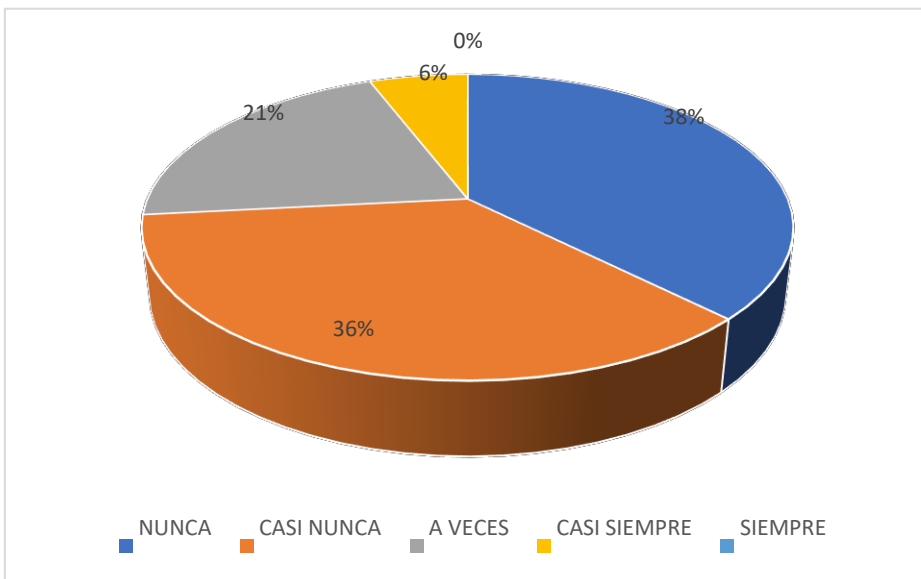


Figura 9. cuenta con instalaciones visualmente atractivas

Fuente de tabla 4

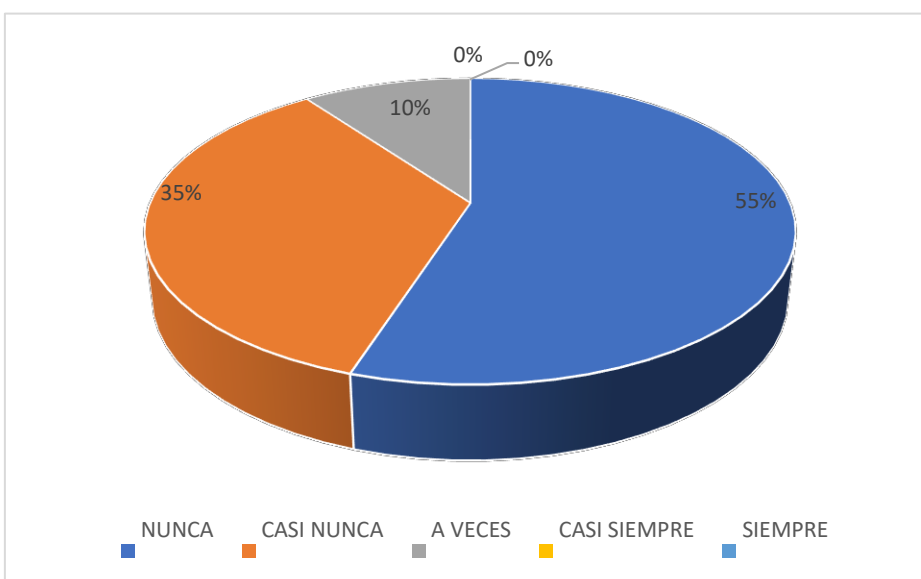


Figura 10. cuenta con equipos modernos

Fuente de tabla 4

Características de la seguridad como parte de la calidad de servicio en la micro y pequeña empresa del rubro artesanías caso hilos y Colores Ayacucho, 2019

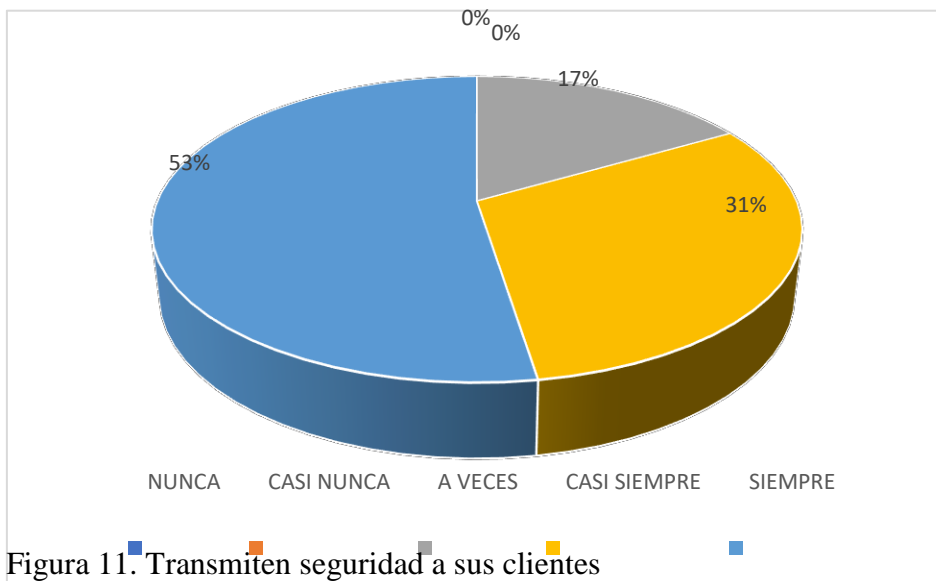


Figura 11. Transmiten seguridad a sus clientes

Fuente de tabla 5

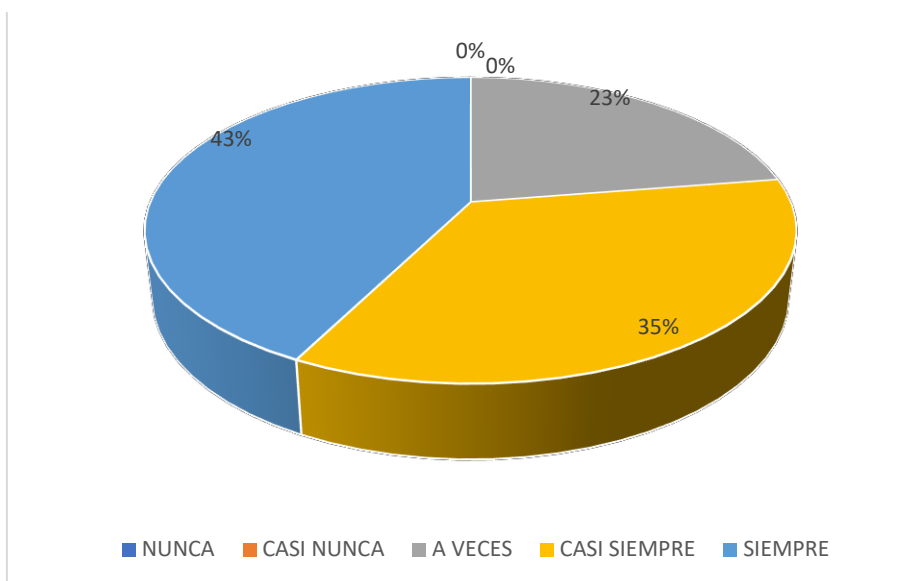
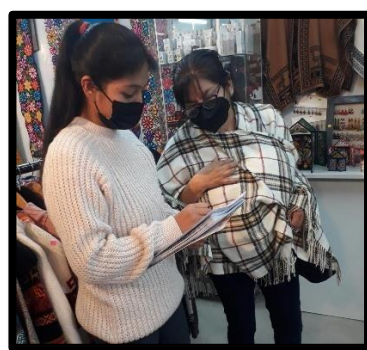


Figura 12. Son amables con los clientes

Fuente de tabla 5

Anexo 9. Fotos



TALCOCUR202202-ADM-SC-MPOMATAYLLA-TESISFINAL-TURNITIN

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

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

9%

★ repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo