



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL
SERVICIO EN LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO,
FLOR SALÓN, DISTRITO DE INDEPENDENCIA, LIMA
2022**

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

**AUTORA
SALAS PICON, EMMA QUEELI
ORCID: 0000-0003-4550-7238**

**ASESOR
CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**CHIMBOTE-PERÚ
2023**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Salas Picón, Emma Queeli

Orcid: 0000-0003-4550-7238

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

Orcid: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

CANCHARI QUISPE ALICIA

Código ORCID N° 0000 0001 6176 191X

Presidente

ROSILLO DE PURIZACA MARIA DEL CARMEN

Código ORCID N° 0000 0003 2177 5676

Miembro

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL

Código ORCID N° 0000 0002 7575 3571

Miembro

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

CANCHARI QUISPE ALICIA

Código ORCID N° 0000 0001 6176 191X

Presidente

ROSILLO DE PURIZACA MARIA DEL CARMEN

Código ORCID N° 0000 0003 2177 5676

Miembro

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL

Código ORCID N° 0000 0002 7575 3571

Miembro

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS

Código ORCID N° 0000 0002 6399 5928

Asesor

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Agradecimiento

Agradezco a mi madre quien acompañaba mis desvelos cuando tenía que realizar mis tareas y sé quedese desde el cielo donde esta, disfruta mis logros. A mi padre quien me decía que para el estudio no hay edad, a mis hijas, nietos sobrinos que con su apoyo y comprensión, alentaban a continuar con la finalización de la carrera universitaria, a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por abrirme sus puertas y llevar una carrera universitaria, a los docentes por sus enseñanzas y orientaciones para formarme como una profesional, competente presta para desarrollarme en la sociedad.

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo de tesis de grado a Dios y nuestro Ángel protector San Miguel de Arcángel, quien me brindo la fortaleza para cumplir con uno de mis sueños, terminar una carrera profesional, no fue sencillo, en el caminar de mi vida se sumaron innumerables responsabilidades como madre y servidora del estado, así como algunos tropiezos que aquejaban mi hogar, momentos que hacían que postergara mis estudios universitarios, pero la fe y mi esperanza se mantenían firmes en mí que en algún momento se daría la oportunidad y ese día llego. Gracias mi señor

CONTENIDO

1. Caratula	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Firma de Jurado y Asesor	iii
4. Agradecimiento y Dedicatoria	iv
5. Índice de Contenido	vi
6. Índice de Tablas y Figuras	viii
7. Resumen y Abstract	x
I. Introducción	1
II. Revisión de la Literatura	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas de la investigación	12
III. Hipótesis.....	23
IV. Metodología.....	24
4.1. Diseño de la investigación.....	24
4.2. Población y muestra.....	25
4.3. Definición y operacionalización de variables	27
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
4.5. Plan de análisis.....	28
4.6. Matriz de consistencia.....	29
4.7. Principios éticos	30
V. Resultados	32
5.1 Resultados	32
5.2 Análisis de Resultados	37

VI. Conclusiones.....	43
VII. Recomendaciones.....	44
Referencias bibliográficas.....	45
Anexos.....	48
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	48
Anexo 2: Presupuesto.....	49
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.....	50
Anexo 4: Consentimiento informado.....	51
Anexo 5: Validación de Instrumento por Expertos.....	52
Anexo 5: Figuras.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales características de la Innovación en la micro y pequeñas empresa Flor Salón del Distrito de Independencia, 2022.....	32
Tabla 2. Principales Características de la Calidad del Servicio de la Micro y pequeñas empresas Flor Salón del Distrito de Independencia, 2022... ..	34
Tabla 3. Propuesta de Mejora	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Considera que el servicio que brinda al cliente es eficaz	58
Figura 2. Tiene métodos innovadores para el servicio al cliente	58
Figura 3. Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente	59
Figura 4. Considera que el diseño de su servicio es innovador	59
Figura 5. Usa los materiales e Insumos de manera eficiente	60
Figura 6. Considera que el servicio que brinda es rápido	60
Figura 7. Considera que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador ...	61
Figura 8. Considera que aplica métodos creativos para dar un buen servicio	61
Figura 9. El servicio que ofrece genera confianza en el cliente.....	62
Figura 10. Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda	62
Figura 11. Tiene comunicación permanente con el cliente	63
Figura 12 Brinda atención inmediata al cliente	63
Figura 13 Desarrolla interés por el cliente.....	64
Figura 14 Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente	64
Figura 15 El servicio ofrecido al cliente transmite confianza.....	65

Figura 16 La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata...65	65
Figura 17 Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente 66	66
Figura 18 Buscan la satisfacción al cliente constantemente 66	66
Figura 19 La infraestructura del local es moderna67	67
Figura 20 El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente 67	67

RESUMEN

La investigación planteó el objetivo general de determinar las características principales de la Innovación para mejorar la calidad del servicio y enunciar el Plan de Mejora para la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima, se aplicó un diseño no experimental, transversal, de nivel descriptivo, enfoque cuantitativo a una población de estudio constituida por Flor Salón y a los 9 trabajadores, siendo esta un muestreo de tipo censal, se hizo el recojo de la información a través del instrumento cuestionario constituido por 20 preguntas en escala de Likert, obteniendo los siguientes resultados: El 56.% señalaron que casi siempre brindan un servicio eficaz y tienen métodos innovadores para el servicio; un 67.% señalaron que muy pocas veces aplican técnicas modernas para el servicio. Respecto a la calidad del servicio el 56% señalaron que casi siempre el servicio genera confianza y que cumplen todo lo que ofrecen; en tanto un 67.% indicaron que muy pocas veces responden los requerimientos del cliente; mientras que un 56.% indico que muy pocas veces la infraestructura del local lo consideran como moderna. el estudio concluye, Flor Salón casi siempre brindan un servicio eficaz, aplican métodos innovadores, y por otro lado muy pocas veces realizan servicio rápido; asimismo para la Calidad del Servicio se concluye que el servicio que ofrecen genera confianza, los trabajadores conocen de los proceso de atención, pero pocas veces realizan la revisión de la infraestructura.

Palabras Clave: Calidad de Servicio, Innovación, Mypes

Abstract

The research raised the general objective of determining the main characteristics of Innovation to improve the quality of service and enunciate the Improvement Plan for the Mype Flor Salon of the district of Independencia, Lima, a non-experimental, cross-sectional, design was applied, descriptive level, quantitative approach to a study population made up of Flor Salon and the 9 workers, this being a census-type sample, the information was collected through the questionnaire instrument consisting of 20 questions On the Likert scale, obtaining the following results: 56% indicated that they almost always provide an effective service and have innovative indicated that they very rarely apply modern techniques for the service. Regarding quality management 55% indicated that they almost always provide an effective service and have innovative methods for the service; Regarding quality management, 55% indicated tha the service almost always generates trust and that they comply with everything they offer, while 67% indicated tha they rarely respond to customer requirement: while 56% indicated that the infrastructure of the premises is rarely considered modern. The study concludes, that Flor Salon almostalways provides an effective service, apply innovative methods, and on the other hand, they rarely provide fast service. Likewise, for Service, Quality it is concluded that the service they offer generates trust, the workers are aware of the service process, but they rarely review the infrastructure.

Keywords: Quality of Service, Innovation, Mypes

I. INTRODUCCIÓN

Las consecuencias generadas a nivel global debido a la pandemia del coronavirus a afectado enormemente la economía global, repercutiendo también en el ejercicio de las actividades económicas, es en este contexto las microempresas han sufrido una enorme caída en su economía, las restricciones que se tomaron para minimizar el avance de la pandemia como son el cierre de establecimientos, las restricciones en las salidas, los aforos, etc.

Las micro y pequeñas empresas fueron las más afectadas entre las actividades más perjudicadas están el cierre de negocios de los servicios como los restaurantes, el servicio turístico, hospedajes, servicios de belleza, se han visto afectados enormemente e incluso han cerrado. Lamentablemente algunas de estas empresas especialmente dedicadas a los servicios de belleza terminan cerrando, debido a que no cuentan con la capacidad de innovar en sus servicios, también porque están al mando de empresarios que tienen cierto conocimiento sobre el tema y no saben cómo afrontar los momentos más difíciles, perdiendo clientes y posicionamiento en el mercado, tampoco no cuentan con objetivos claros y poco conocen de las necesidades de los consumidores asimismo si no hay clientes no se obtendrán lucro y de tal manera que la empresa perderá liquidez y se irá a la quiebra (Goodman, 2018).

Las microempresas del rubro de servicios de belleza no cuentan con asesoramiento del sector muchas veces solo actúan por un razonamiento empírico de lo que los microempresarios perciben, de igual manera tienen problemas para aplicar una estrategia de servicios que diferencien la oferta que ofrecen al mercado. Los microempresarios deben de identificar las dificultades que tiene la microempresa, organizando, planificando, buscando una estrategia, orientado a la

innovación y al servicio lo que traerá trayendo consigo muy buenos resultados y éxito que esperan obtener. (Martínez, 2018).

Consecutivamente en Ecuador las pequeñas y medianas empresas forman casi el 85% en todo el país, en donde la mayoría de las microempresas ha aumentado su nivel de ventas al implementar la innovación en sus negocios ya que son personas con mucha creatividad e iniciativa en la forma de cómo están brindando el servicio. También se debe contar con un liderazgo que sea capaz de implementar la innovación para brindar un servicio de calidad e implementar objetivos para que la microempresa se pueda posicionar en el mercado también se debe conocer las expectativas y el tipo de consumidores que demanden las ofertas de servicios para que la empresa pueda seguir creciendo cada día más (Tello, 2020).

López, González y Santos (2018) señalan que “en los mercados modernos los cambios en la tecnología, la competencia y la demanda están alterando significativamente la forma de actuar de las empresas”. La Innovación, hace que los clientes puedan contar con mayor cantidad de información lo que les permite tener más opciones de elección de los productos o servicios que desean adquirir, lo que obligaría a las mypes a mejorar sus productos, servicios y ser más competitivos.

Las microempresas en Latinoamérica en particular del servicio de belleza están en la obligación de conocer y adaptarse a los requerimientos y exigencias del consumidor. “La capacidad para competir en una economía más abierta sugiere que la política de defensa de la competencia sea utilizada como instrumento de mejora de la competitividad” (Cantillo, 2006 como se citó en Jaraet al, 2014)

En el mercado nacional los consumidores son exigentes, lo cual hace que las microempresas apliquen la creatividad e innovación para brindar un mejor servicio a los consumidores, esto se logrará con la innovación constante tanto en los productos, servicios, procesos, en los recursos (conocimiento, financiero, tecnológico, otros). el mercado actual enfrenta el desafío de ser Innovadores y contar con un servicio de calidad que los distinga de sus competidores. Por lo antes mencionado, se formuló el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la Innovación para mejorar calidad del servicio, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima? Asimismo se planteó el objetivo general: Determinar las características principales de la Innovación para mejorar la calidad del servicio y enunciar el Plan de Mejora para la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima y para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de la Innovación, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima, Determinar las principales características de la calidad del servicio, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima, Elaborar el Plan de mejora de la Innovación para mejorar la calidad del servicio, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima

El trabajo de investigación se justifica de manera práctica porque la data que contiene la investigación será de utilidad a los microempresarios como material para tomar conocimiento de la realidad que atraviesan las mypes del rubro servicio en salones de belleza y tomar decisiones asertivas para los aspectos de la innovación y de la calidad del servicio, también el trabajo cuenta con una

propuesta de mejora que permita al microempresario poder aplicar las actividades recomendadas para mejorar la innovación y para mejorar la calidad del servicio en las mypes salones de belleza; se justifica de manera teórica porque es un aporte al conocimiento existente, aplicando la teoría de la administración estudiada a una realidad identificada en este caso a las mypes del rubro servicios de belleza, se identificará los caracteres relevantes de la innovación y de calidad del servicio, también el presente trabajo servirá como material que antecederá para futuras investigaciones y se justifica de manera metodológica porque se aplicó el esquema de un trabajo de investigación científica, también identificó la población, se determinó la muestra, así como se elaboró un cuestionario con escala Likert para recoger los datos, la tesis fue de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental, transversal. Los principales resultados fueron, respecto a las principales características de la innovación, tenemos que el 56% de los entrevistados señalaron que casi siempre, brindan un servicio eficaz al cliente y tienen métodos innovadores para el servicio al cliente; un 67% señalaron que muy pocas veces aplican técnicas modernas para el servicio al cliente y que el diseño de su servicio es innovador; un 67% señalaron que siempre utilizan materiales e insumos de manera eficiente; el 56% indicaron que casi siempre consideran que el servicio que brindan es rápido y que aplican métodos creativos para dar un buen servicio y finalmente un 67% precisaron que casi siempre consideran que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador; y respecto a las principales características de la calidad del servicio tenemos que el 56% de los entrevistados señalaron que casi siempre el servicio que ofrecen genera confianza y que cumplen todo lo que ofrecen, asimismo un 67% indicó que muy pocas veces mantienen comunicación con el cliente; un 67%

manifestaron que casi siempre brindan atención inmediata al cliente; por otro lado un 56% algunas veces desarrollan interés por el cliente mientras que un 67% precisaron que casi siempre los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención; un 56% indicaron que casi siempre el servicio que brindan genera confianza; un 67% indicaron que muy pocas veces responden los requerimientos del cliente de manera inmediata por otro lado un 67% manifestaron que casi siempre los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente y buscan la satisfacción del cliente; mientras que un 56% manifestaron que muy pocas veces la infraestructura del local lo consideran como moderna y finalmente un 56% señalaron que casi siempre el local mantienen la limpieza y el orden de manera permanente. Se concluye que en el aspecto de la innovación Flor Salón casi siempre brindan un servicio eficaz, aplican métodos innovadores, los materiales e insumos lo utilizan de manera eficiente y por otro lado muy pocas veces realizan servicio rápido y por ende la atención no es inmediata; asimismo para la Calidad del Servicio se concluye que el servicio que ofrecen genera confianza, los trabajadores conocen de los procesos de atención, así como tienen una clara orientación hacia el cliente y buscan la satisfacción del cliente por otro lado pocas veces realizan la revisión de la infraestructura y pocas veces aplican estrategias para alcanzar la calidad .

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Morales (2020) en su investigación denominada “Gestión de calidad en el servicio al cliente de las mypes comercializadoras. Una mirada en Ecuador” planteó como objetivo general: Analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental. La metodología se desarrolló bajo el paradigma cualitativo, el método inductivo fue empleando para realizar la revisión documental-descriptiva llevada a cabo en dos fases, una destinada a labúsqueda de las fuentes primarias y la segunda la realización del análisis de contenido de la información. La fuente de información estuvo conformada por 38 artículos/trabajos de grado, seleccionándose una muestra de 13 estudios que cumplieron con los criterios establecidos. Los resultados apuntan a identificar las condiciones en las que operan las PYMES comercializadoras en relación con la gestión de la calidad del servicio al cliente, pudiéndose conocer que en este tipo de empresas no se emplean sistemas de gestión de calidad, no cuenta con control para el manejo de sus recursos de forma eficiente y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedignos. Por último, desconocen el alcance y los objetivos de la gestión de calidad. Se concluye que las PYMES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

López (2018) en su tesis titulada “*Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes restaurante Rachy’s de Guayaquil – Ecuador*”, tuvo como objetivo determinar las características del servicio y la satisfacción al cliente del restaurante Rachys, es estudio contempla una metodología de estudio de tipo descriptiva, cualitativa, transversal y no experimental, se consideró una población de clientes que acudieron al restaurante en los últimos 4 meses dando un total de 7280 comensales, de este dato se tomó como muestra a 365 comensales, se les aplicó un cuestionario que comprendía 25 preguntas con escala de Likert. El estudio concluye señalando que el servicio al cliente es un pilar importante en la organización, también señala la relevancia de la satisfacción al cliente, el mismo que determinará el éxito o fracaso de la organización.

Riofrio y Villagrán (2019) en su tesis titulada “*Estrategias para el mejoramiento del servicio al cliente de la franquicia Inca Burger Guayarte en Guayaquil Ecuador*”, el objetivo del trabajo de investigación fue determinar la experiencia de consumidor respecto al servicio y atención brindada a los clientes de Inca Burger, la metodología empleada fue de tipo descriptivo, no experimental, transversal la recolección de datos fue mediante el cuestionario SERVQUAL con preguntas estandarizadas para medir la calidad del servicio a los clientes, la investigación concluye señalando que la mayoría de los encuestados tuvieron una mala experiencia con la atención y el servicio, este resultado conllevó a rediseñar estrategias que mejoren la experiencia del cliente en cuanto a la atención y el servicio al cliente también consideraron señalar la aprobación de un presupuesto para mejorar, dar mantenimiento y publicitar el local para que pueda ser más conocido.

Medina & Zambrano (2019) en su tesis titulada “*Calidad de servicio y su relación en la satisfacción del usuario de una empresa de transporte de carga pesada del cantón la Maná, provincia de Cotopaxi*”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de una empresa de transporte de carga pesada la metodología contempla un tipo investigación descriptiva, no experimental, transversal aplicó el método analítico deductivos y técnica empleada fue la encuesta dirigida a usuarios del servicio de carga pesada y a los dueños. La investigación concluye señalando que los clientes consideran que el servicio no les genera confianza y que la satisfacción y comunicación para el servicio al cliente es baja debido a la falta de cordialidad de los conductores, las unidades no están limpias, no tienen la percepción de confianza frente a la carga, también demuestra que la correlación de calidad de servicio y satisfacción al usuario fue 0,857 esto indica una correlación positiva, entonces se rechaza la hipótesis nula y se admitió la hipótesis alterna, el estudio recomienda rediseñar estrategias para mejorar la satisfacción al cliente.

Antecedentes Nacionales

Manrique (2018) en la tesis denominada “*Caracterización en la gestión de calidad bajo el Modelo SERVPERF en las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Venta, Mantenimiento y Reparación de Motocicletas del Distrito De Huaraz, 2015*”, cuyo objetivo general fue determinar cuáles son las características de la gestión de calidad mediante el enfoque de modelo SERVPERF en las MYPE dentro del sector servicio en venta y reparación de motocicletas. El estudio metodológico de esta investigación fue cuantitativo y con un diseño no experimental transversal, tomando una población de 235

clientes y una muestra igual de la población con muestreo aleatorio estadístico, realizados con el uso de cuestionario como instrumento el cuál será evaluado en el modelo SERVPERF. Dando como resultado: El 54.6% afirma en calidad de clientes en estar ni de acuerdo con referencia a las instalaciones físicas de la empresa que no mantienen atractivo, el 48,5% afirma estar de acuerdo en la disposición de los trabajadores en ayudar, el 65% manifestó no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con que la microempresa aplica métodos creativos para dar un buen servicio el 58,6% afirman tener una tendencia de estar de acuerdo en que el trabajador tiene conocimiento de los procesos de atención y disponibilidad de escuchar y el 49,8% afirman que se cumple y beneficia el horario al cliente y al personal que labora. Conclusión: en referencia a la encuesta hay una percepción deficiente referente a la calidad de servicio, debido que no hay interés por parte de la empresa mecánica en optimizar y brindar una mejor calidad de servicio.

Vasallo (2019) en su tesis titulada “*Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*”. Tiene por objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. En sus resultados obtenidos indica que: El 92 % de las personas encuestados El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena y cumplen con todo lo que ofrecen, El 62% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores, El 100 % de los encuestados dijeron sí es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes, El 100 % de los encuestados cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Como conclusión menciona que: La mayoría de los 8 representantes de las micro y pequeñas, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria, son dueños y desempeñan en el cargo de 7 años más, el tiempo de

permanencia en el rubro tienen de 7 años a más, tienen de 1 a 5 trabajadores, y las personas que trabajan son familiares y su objetivo de creación es generar ganancia, si conocen el término gestión de calidad, además respondieron que conocen la herramienta atención al cliente de gestión de calidad, tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, y Si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio y también ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa, que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento el cliente.

Murguía (2018) en su trabajo de investigación titulada “*Gestión De Innovación En Agronegocios Para Aumentar La Competitividad De La Cooperativa Café Perú En La Provincia De Chanchamayo*” El objetivo de la investigación, es diagnosticar la gestión de innovación en la cooperativa Café Perú dedicada al acopio, venta y distribución de café, para plantear acciones de innovación que permitan aumentar la competitividad. El tipo de investigación es descriptiva-correlacional con diseño no experimental y transversal. La metodología empleada es la encuesta, aplicando un cuestionario estructurado, con una muestra de 28 propietarios de mini fundos productores de café. Los resultados del estudio muestran, que la variable medio ambiente se relaciona directamente con la competitividad debido que los comerciantes aplican un interés por las necesidades del cliente y producen sus productos con mayor garantía en el proceso de recolección (menos fungicidas, insecticidas), brindando un valor agregado y de reventa a los clientes finales. Se recomienda que los cafeteros, implementen la propuesta de mejora con las acciones consideradas para las variables de innovación: tecnología, medio ambiente, calidad y productividad

Antecedentes Regionales y/o Locales

Flores Quispe, A. y Shibuya Panduro, S. (2022) en su tesis titulada “*Relación entre La Innovación Productiva Aplicada Por Las Empresas Exportadoras Peruanas De La Fruta Exótica: Maracuyá y Su Desempeño Exportador Durante El Periodo 2014 – 2021*” tuvo como objetivo general determinar la influencia de la innovación productiva aplicada por las empresas exportadoras peruanas de la fruta exótica: maracuyá se relaciona con el desempeño exportador durante el período 2014-2021, se ha tomado como dimensiones a la innovación de producto, la innovación de los procesos y la innovación de la tecnología; la metodología empleada fue descriptiva, cuantitativa no experimental se aplicó la encuesta virtual con escala de Likert como instrumento de recolección de datos con una muestra de 26 empresas exportadoras de la maracuyá peruana también se empleó la metodología cualitativa para ello emplearon entrevistas a profundidad a expertos en el sector, entidades públicas y privadas, se tomó un total de 10 expertos en el tema. Se llegó a la conclusión de que existe una relación de la implementación de innovación productiva con el desempeño exportador de las empresas exportadoras de la fruta exótica maracuyá durante el periodo 2014- 2021. También se ha constatado la relación positiva que tiene la variable independiente “Innovación productiva” con la variable dependiente “desempeño exportador”, asimismo se encontró la relevancia de la competitividad con relación a la innovación.

Moran y Cayo (2018) en su tesis titulada “*Calidad del Servicio y la Satisfacción al usuario en las pollerías de Lince*” la investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción al usuario de

las pollerías de Lince, la metodología que se empleo fue de diseño correlacional, no experimental y transeccional. La investigación concluye demostrando que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario de las pollerías, también señala la investigación que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Innovación

La globalización obliga al microempresario a emplear la innovación para un mejor servicio debido a las exigencias del consumidor, mas ¿qué se debe innovar? Resulta algo complicado proponer una definición en particular, debido a que la innovación comprende muchos campos como su aplicación en el producto, servicio, proceso, infraestructura, etc.

Schnarch (como se cito en Calderón y Chavez, 2021), señala que cuando se habla de innovación en la publicación del manual de Oslo perteneciente a la OCDE, donde se entiende que “la innovación es la implementación de cambios significativos en los productos, procesos, comercialización o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de una empresa o de la gestión pública, con el propósito de nuevas ventajas en el mercado o para la sociedad”(pag.40).

Las empresas que incorporen innovaciones con regularidad y empleen técnicas avanzadas para su gestión, serán mucho más estables que las que desarrollen su actividad en sectores tradicionales y poco innovadores, porque podrán ofrecer siempre lo que el mercado necesita y en el momento que lo necesita

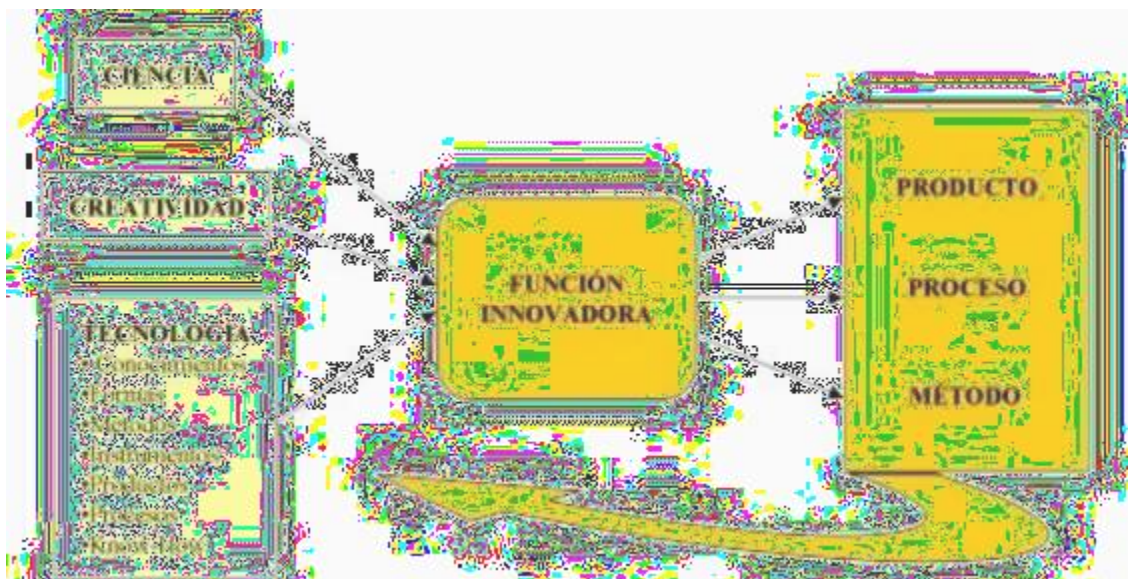
La innovación para ser aplicada debe tener en cuenta:

- a. Actitud firme frente al riesgo
- b. Búsqueda de oportunidades estratégicas
- c. Advertir el mercado potencial y las ventajas competitivas
- d. Se deberá definir la forma como se concretará la innovación
- e. Analizar las necesidades del mercado

Factores Básicos para un Proceso de Innovación

La Innovación supone una modificación en la situación actual, la forma de hacer las cosas, un reanálisis y revalorización de las actividades anteriores y nuevas. Eso afecta a las personas implicadas en el proceso.

Proceso de Innovación



Tipos de Innovación:

- a. Innovación Tecnológica. - son los cambios que se deberán realizar a los productos y a los procesos.
- b. Innovación Comercial. - Son los cambios relacionados a la competencia y al conocimiento del mercado, es decir nuevas estrategias de mercado.
- c. Innovación en métodos de Gestión. - Son las innovaciones no contempladas en los tipos anteriores señalados estas se realizan en los ámbitos comerciales, financieros y organizativos

La Innovación Tecnológica se clasifica

1) Según el objeto de la Innovación, estas pueden ser:

- i. Producto. - Fabricación y comercialización de nuevos productos o mejores versiones de productos existentes, ya sea mediante tecnologías o mediante nuevas utilidades de tecnologías existentes
- ii. Proceso. - Implementación de nuevos procesos para la producción para mejorar la productividad o para buscar la eficiencia en la manufactura de los productos.

2) Según impacto de la Innovación, estas pueden ser:

- i. Incremental. - Es implementar un método para el uso eficiente de los recursos y materiales y mejorar la calidad a precio reducido
- ii. Radical. - Se desarrolla a partir de resultados de investigación y de la satisfacción de las necesidades del consumidor.

3) Según el efecto de la Innovación, estas pueden ser:

- i. Continuistas. - Aplicar la mejora en los servicios reduciendo costos
- ii. Rupturistas. - Son innovaciones que presenta características que los clientes valoran como productos más baratos, más simples, más fáciles de usar

4) Según el origen de la innovación, estas pueden ser:

- i. Dirigida por la tecnología. - se emplea la tecnología para la mejora de los productos o servicios.
- ii. Impulsada en el mercado. - Se identifican las demandas reales de los clientes y se crean productos satisfactorios en relación a las demandas identificadas.

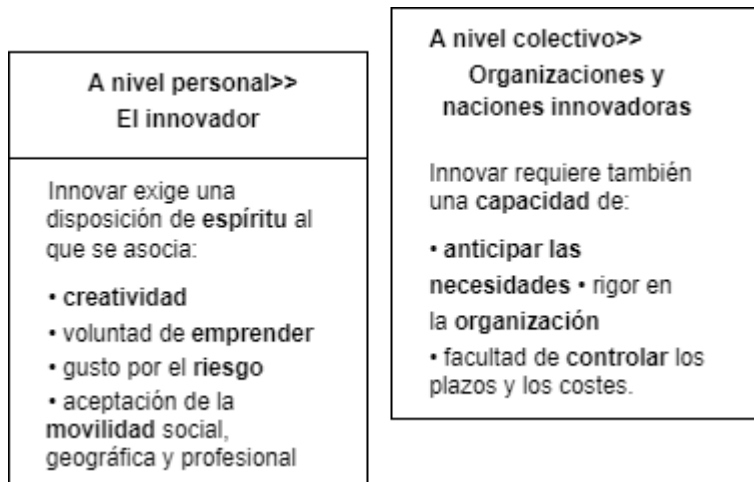
Condiciones para que exista la Innovación

- a. Tecnologías mejores que las anteriores
- b. Satisfacer una necesidad real que se encuentre insatisfecha en el mercado
- c. Introducir productos nuevos a precios accesibles por los consumidores

El perfil Innovador

La organización debe fomentar la creatividad e innovación, para ello también deberá crear un ambiente propicio tanto a nivel personal como a nivel colectivo u organizacional.

Perfil Innovador



Factores que intervienen en el Proceso de la Innovación en la Empresa

Intervienen en el proceso innovador de la empresa los siguientes factores: las personas, la estructura organizativa de la empresa y la estrategia que la empresa adopte.

A) Las Personas.

- i. Generan ideas
- ii. El empresario o promotor del producto estimulan la creatividad y la innovación
- iii. El jefe del proyecto planifica, administra y ejecuta la innovación

B) La Estructura organizativa

- i. Conformada por un equipo de personas que facilitan la aportación para la innovación

C) La Estrategia

- i. Estrategia General, afecta a toda la empresa o división o línea de productos
- ii. Estrategia Particular, afecta a un proceso

Calidad del Servicio

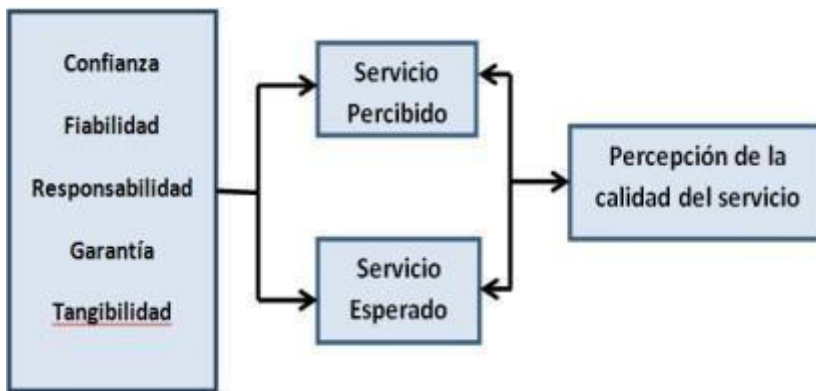
El sistema ISO 9000 (2015) La norma indica que “Las organizaciones deben velar por sus clientes, para ello se debe comprender la importancia de sus necesidades actuales y futuras, de la misma forma satisfacer sus requerimientos y sobrepasar sus expectativas”.

Parasuraman et al. (1984), definen: “La calidad percibida como la diferencia entre las percepciones del cliente y las expectativas (P-E) respecto del servicio recibido”.

Parasuraman et al. (1984), en una primera fase consideraba el modelo con diez dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión, en una segunda fase el modelo se modificó siendo las tres primeras dimensiones (tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta), no tuvieron cambios; sin embargo, las demás dimensiones se agruparon en dos dimensiones más amplias: seguridad y empatía, reduciendo el cuestionario a 22 ítems, Parasuraman et al. (1991).

Modelo de gestión de la calidad del servicio, ideado por Parasuraman, Zeithaml y Berry

Modelo de Gestión de Parasuraman, Zeithaml y Berry



Nota: Tomado de Ruiz Olalla (2011) Gestión de la Calidad del Servicio.

En el esquema representado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, internamente se establecen unos parámetros para medir la calidad del servicio y así certificar que los procesos se optimicen en todas sus etapas, especialmente posterior al servicio, se observa la retroalimentación hecha por los usuarios, quienes precisan su percepción por el servicio brindado, procediendo a contrastar entre lo que esperaba el usuario y lo que percibió, de manera que se obtiene el indicador principal para calificar la calidad del servicio

La calidad del servicio al parecer de (Mariño 1997, citado por Siabato 2013) “filosofía empresarial orientada a satisfacer las necesidades de los usuarios de manera satisfactoria y satisfaciendo las expectativas de los usuarios, realizando la mejora continua, con la participación de todos los trabajadores de la organización y de sus integrantes”. (p. 17)

Características de la Calidad del Servicio

Según, (Mondragón J. , 2010) algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Del mismo modo, existen otras características más específicas que son responsabilidad del personal de las instalaciones, especialmente porque son habilidades necesarias para quienes tienen contacto directo con los clientes., estas pueden ser:

- Formalidad: Actuar con integridad, habilidad para abordar los problemas con seriedad e integridad.
- Iniciativa: Activo y dinámico, tendiendo a actuar en una variedad de situaciones y reaccionando rápidamente a los problemas.
- Ambición: Tienes un deseo inagotable de superación y crecimiento. Es decir, tener deseo de mejorar
- Autodominio: Tener la capacidad de controlar las emociones y aspectos del resto de la vida
- Disposición de servicio: sirviéndolo, una disposición natural que no obliga al cliente a participar en la devoción
- Don de gentes: Tiene la capacidad de formar el bien y relaciones amorosas con los demás
- Colaboración: Disfruta trabajar en equipo, disfruta trabajar con otros para lograr

objetivos comunes

- Enfoque positivo: Es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: Capacidad de percibir y prestar atención a pequeños detalles que no siempre son evidentes para todos

Dimensiones de la Calidad del Servicio:

- A) Fiabilidad. - capacidad de brindar un servicio eficiente, libre de infracciones
- B) Capacidad de respuesta. - capacidad de respuesta es la facilidad que se tiene para encargarse de manera apropiada y rápida de la necesidad del cliente.
- C) Seguridad. - capacidad de transmitir tranquilidad y entendimiento al cliente.
- D) Empatía. - capacidad de percibir las emociones y sentimientos de los demás
- E) Tangibilidad. - corresponde a los elementos físicos tangibles necesarios para la prestación del servicio

Las Micro y Pequeñas Empresas

“La Micro y Pequeña Empresa viene a ser una unidad económica compuesta por una persona natural o jurídica, ante cualquier forma organizativa o gestión empresarial perteneciente en la legislación actual, teniendo como propósito desarrollar distintas actividades como extraer, transformar, producir, comercializar bienes o prestar servicios”. (Ley N°30056,2013).

Características de las Mypes

las Mypes deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- a. Microempresas: en cuanto a las microempresas ventas anuales hasta el monto

máximo de 150 UIT (unidades impositivas tributarias).

- b. Pequeña Empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- c. Mediana empresa: ventas anuales a 1700 UIT y hasta el monto de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la mype podrá ser determinado por Decreto Supremo por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministerio de la Producción cada dos (02) años las entidades publicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogéneas y formalización del sector (Ley N°30056, 2013)

Beneficios Tributarios en la Mypes

Tello et al. (2020) menciona que, aquellas pequeñas empresas que se amparen las condiciones y la forma que instaure la SUNAT hacia la factura electrónica podrán ejecutar el pago mensual de sus compromisos tributarios recolectadas por la mencionada institución hasta el periodo de vencimiento especial, el Estado peruano viene concediendo distintos beneficios a los que son formales, mediante políticas apropiadas que estimulen el emprendimiento y el progreso de sus empresas.

La Responsabilidad Social y las Mypes.

Guibert (2013), las Mypes tienen variadas características básicamente diferentes a las empresas grandes los cuales afectan a la naturaleza y eficacia de las actividades de Responsabilidad Social que fomentan. Algunas características son:

- a. En mayor parte de los casos y especialmente en las Mypes más pequeñas, son de carácter casual y no se relacionan con las estrategias de la empresa

las actividades de responsabilidad social.

- b. Los propietarios influyen en gran parte a las pequeñas y medianas empresas con sus valores, esto condiciona mucho el comportamiento social responsable de quienes conforman la empresa

Bases conceptuales

Calidad del Servicio; “La calidad del servicio consiste en el cumplimiento de las expectativas del consumidor sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades”. (Rojas, 2020)

Capacidad de Respuesta; “es la capacidad que tiene la organización en el manejo celer, apropiado y eficaz en la solución de los requerimientos y necesidades de los clientes”. Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019).

Empatía; “es la transmisión de la percepción de la tranquilidad y entendimiento del cliente para con un producto o servicio” Núñez, et al (2019)

Innovación, para Snarch (2021) la innovación es la implementación de cambios significativos en los productos, procesos, o método de comercialización con la finalidad de obtener ventaja competitiva en el mercado

Micro y pequeñas empresas; “son unidades socioeconómicas constituidas por una persona natural o jurídica, lo cual lo pueden formar dependiendo de las organizaciones examinadas en el régimen actual, para poder negociar ofreciendo servicios y productos, con el fin de llegar al éxito, generando capital y lucro” (Serna, 2018)

Satisfacción; “percepción de bienestar que se origina cuando se adquiere el producto brindado, cumpliendo con la necesidad del cliente (Ircañaupa, 2020)

Seguridad; Ganga, Alarcón y Pedraja (2019) capacidad de transmitir tranquilidad y entendimiento al cliente

III. HIPÓTESIS

No se formulará hipótesis ya que el trabajo de investigación solo se limitará a la identificación de las características de las variables propuestas en la presente investigación.

Hernández et al. (2014), “no todos los estudios cuantitativos son hipótesis. El que formulemos o no hipótesis depende de un factor clave: el alcance inicial del estudio. Los estudios cuantitativos que tienen un alcance explicativo o descriptivo, que no intentan predecir hecho, no formulan hipótesis.” (p. 254).

IV. METODOLOGÍA.

4.1 Diseño de la investigación

No experimental

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) No se manipula las variables. Se observa el estado existente de la investigación, no existe control en las variables ni se influyen en ellas. (p. 152).

Transversal

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) es llamado también transeccional. “Es la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (p. 154).

El tipo de investigación fue Cuantitativo

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) “Será cuantitativo ya que presenta procesos de formas secuenciales y probatorias. Cada fase antepone al siguiente por lo cual no podríamos evadir los pasos [...], se determinan las variables y se utiliza métodos estadísticos para extraer conclusiones” (p. 124).

El nivel de la investigación fue Descriptivo.

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) “Tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles

de una o más variables en una población. El procedimiento consisten ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción” (p. 155).

4.2 Población y muestra.

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) “Un Universo o población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (p.65)

Población

Para Santiesteban, E. (2017). “ Es el conjunto que se encuentra conformado por todas las unidades de análisis o todas las características que son de interés relevante para el investigador”.(p. 260).

La población del presente estudio estuvo compuesta por los trabajadores de la mype Flor Salon del distrito de Independencia en Lima, siendo 9 trabajadores del Salon

Muestra

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) “la muestra es un subgrupo de la población, es decir un subconjunto de elementos que pertenecen a la población”. (p. 175)

El tipo de muestreo que se aplicó al trabajo fue Censal Ramírez (2017) “la muestra censal es aquella donde todas las actividades de investigación

consideradas como muestra” (p. 149).

El presente estudio contemplo la muestra censal, es decir se consideró a todos los trabajadores de la mype Flor Salón del distrito de Independencia. $n=9$

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Fuente	Escala
Innovación	Schnarch (2021) la innovación es la implementación de cambios significativos en los productos, procesos, o método de comercialización con la finalidad de obtener ventaja competitiva en el mercado	La innovación como proceso de cambio constante y continuo se aplica en tres fases, estas son: fase de la innovación en procesos, en productos o servicios y en la organización	Innovación de procesos	Eficacia del servicio	1. ¿Considera que el servicio que brinda al cliente es eficaz?	trabajadores	Likert
				Método del servicio	2. ¿Tiene métodos innovadores para el servicio al cliente?		
				Técnicas del servicio	3. ¿Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente?		
			Innovación del producto / Servicio	Diseño del servicio	4. ¿Considera que el diseño de su servicio es innovador?		
				Eficiencia	5. ¿Usa los materiales e Insumos de manera eficiente?		
			Innovación de la organización	Rapidez del servicio	6. ¿Considera que el servicio que brinda es rápido?		
				Método de trabajo	7. ¿Considera que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador?		
				Método de gestión	8. ¿Considera que aplica métodos creativos para dar un buen servicio?		
			Calidad del Servicio	La calidad del servicio consiste en el cumplimiento de las expectativas del consumidor sobre que también un servicio satisface sus necesidades (Molina, 2014)	La calidad del servicio se considera como un elemento interviniente en la atención, por ello se considera 5 elementos, estos son: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad		
Cumplimiento de lo ofrecido	10. ¿Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda?						
Capacidad de respuesta	Comunicación permanente	11. ¿Tiene comunicación permanente con el cliente?					
	Atención inmediata	12. ¿Brinda atención inmediata al cliente?					
	Interés por el cliente	13. ¿Desarrolla interés por el cliente?					
Seguridad	Conocimiento de los procesos de atención	14. ¿Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente?					
	Trasmisión de confianza	15. ¿El servicio ofrecido al cliente transmite confianza?					
	Capacidad de respuesta	16. ¿La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata?					
Empatía	Orientación al servicio	17. ¿Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente?					
	Satisfacción al cliente	18. ¿Buscan la satisfacción al cliente constantemente?					
Tangibilidad	Infraestructura moderna	19. ¿La infraestructura del local es moderna?					
	Limpieza y orden en las instalaciones	20. ¿El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente?					

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Arias (2016) “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener información, el mismo autor señala que los instrumentos son medios materiales que se emplean para recoger y almacenar datos” (p. 146).

Técnica: la encuesta.

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) “Las encuestas permiten obtener información intangible; es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente. (p.316).

Instrumento: cuestionario semi estructurado.

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.” (p.322).

4.5 Plan de análisis

En la presente investigación se realizó la recolección de datos, haciendo uso del cuestionario semiestructurado conteniendo preguntas de mis variables innovación y calidad del servicio, los datos obtenidos fueron procesados por un soporte al SPSS V25, para la realización del análisis de datos creando tablas y figuras. Luego se procedió a realizar el análisis de la Información y finalmente se procedió a realizar la conclusión.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la Innovación para mejorar la calidad del servicio, en la Mype Flor Salón de del distrito de Independencia en Lima?	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar las características principales de la Innovación para mejorar la calidad del servicio y enunciar el Plan de mejora para la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>OE1: Identificar las características principales de la Innovación, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima.</p> <p>OE2: Determinar las características principales de la calidad del servicio, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima .</p> <p>OE3: Elaborar el Plan de Mejora de la Innovación para mejorar la calidad del servicio, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima</p>	<p><u>Variable 1</u></p> <p>Innovación</p>	<p>Hernández et al. (2014), "no todos los estudios cuantitativos son hipótesis. El que formulemos o no hipótesis depende de un factor clave: el alcance inicial del estudio. Los estudios cuantitativos que tienen un alcance explicativo o descriptivo, que no intentan predecir hecho, no formulan hipótesis." (p. 254).</p> <p>El presente trabajo no formulo Hipótesis</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel de la investigación</p> <p>Descriptiva</p> <p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Transversal .</p>	<p>Población:</p> <p>Los trabajadores de la Mype Flor Salón del distrito de Independencia</p> <p>Muestra:</p> <p>fue una muestra censal y se consideró a todos los trabajadores de la mype Flor Salón n=9</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario semi estructurado</p> <p>Escala de valoración</p> <p>Likert</p>
		<p><u>Variable 2</u></p> <p>Calidad del Servicio</p>				

4.7 Principios éticos

Se aplicaron los principios éticos del Código de ética para la Investigación de la ULADECH Católica en su versión 004, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica de fecha 13 de enero del 2021.

- a.** Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo con el riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En la investigación se respetará los derechos de los participantes. Asimismo, se le brindara información necesaria sobre la investigación de manera que se cuente con su aprobación siempre en cuando sea mayor de edad.
- b.** Beneficencia y no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En la investigación no causo ningún daño; pero si maximizó beneficios para el desarrollo de la empresa.
- c.** Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las Precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. En la investigación fue juicio razonable, y tomando las Precauciones necesarias para asegurarse que la investigación no dé lugar o toleren prácticas injustas.

- d.** Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no solo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. En esta investigación se aplicó de acuerdo con las normas deontológicas, con el fin de que el investigador lleve a cabo en la investigación.
- e.** Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. En la investigación no se vio afectado la dignidad de los animales ni el medio ambiente incluido las plantas.
- f.** Libre participación y derecho para estar informado. - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan. La investigación se llevará a cabo por voluntad propia de los encuestados y se le brindará información necesaria sobre el proyecto de investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de la Innovación en la Mype Flor Salón

Características de la Innovación	N	%
Considera que el servicio que brinda al cliente es Eficaz		
Siempre	2	22
Casi siempre	5	56
Algunas veces	2	22
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Tiene métodos innovadores para el servicio al Cliente		
Siempre	2	22
Casi siempre	5	56
Algunas veces	2	22
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente		
Siempre	0	00
Casi siempre	0	00
Algunas veces	3	33
Muy pocas veces	6	67
Nunca	0	00
Total	9	100
Considera que el diseño de su servicio es innovador		
Siempre	0	00
Casi siempre	0	00
Algunas veces	3	33
Muy pocas veces	6	67
Nunca	0	00
Total	9	100
Usa los materiales e insumos de manera eficiente		
Siempre	6	67
Casi siempre	3	33
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00

Nunca	0	00
Total	9	100
Considera que el servicio que brinda es rápido		
Siempre	2	22
Casi siempre	5	56
Algunas veces	2	22
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Considera que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador		
Siempre	3	33
Casi siempre	6	67
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Considera que aplica métodos creativos para dar un buen servicio.		
Siempre	4	44
Casi siempre	5	56
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100

Nota: Cuestionario dirigido a los trabajadores de la mype Flor Salón

Tabla 2

Características de la calidad del servicio en la Mype Flor Salón

Característica de la calidad del servicio	N	%
servicio que ofrece genera confianza en el cliente		
Siempre	2	22
Casi siempre	5	56
Algunas veces	2	22
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda.		
Siempre	4	44
Casi siempre	5	56
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Tiene comunicación permanente con el cliente		
Siempre	0	00
Casi siempre	0	00
Algunas veces	3	33
Muy pocas veces	6	67
Nunca	0	00
Total	9	100
Brinda atención inmediata al cliente		
Siempre	3	33
Casi siempre	6	67
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Desarrolla interés por el cliente		
Siempre	3	33
Casi siempre	0	00
Algunas veces	6	67
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente		
Siempre	0	00
Casi siempre	6	67
Algunas veces	3	33
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100

El servicio ofrecido al cliente trasmite confianza		
Siempre	4	44
Casi siempre	5	56
Algunas veces	0	0
Muy pocas veces	0	0
Nunca	0	0
Total	9	100
La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata		
Siempre	0	00
Casi siempre	0	00
Algunas veces	3	33
Muy pocas veces	6	67
Nunca	0	00
Total	9	100
Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente		
Siempre	3	33
Casi siempre	6	67
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
Buscan la satisfacción al cliente constantemente		
Siempre	3	33
Casi siempre	6	67
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100
La infraestructura del local es moderna		
Siempre	0	00
Casi siempre	2	22
Algunas veces	2	22
Muy pocas veces	5	56
Nunca	0	00
Total	9	100
El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente		
Siempre	4	44
Casi siempre	5	56
Algunas veces	0	00
Muy pocas veces	0	00
Nunca	0	00
Total	9	100

Nota: cuestionario dirigido a los trabajadores de Flor Salón

Tabla 3 Plan de mejora

Variable	Indicador	Problema encontrado	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador de Medición	Tiempo	Presupuesto	Responsable
Innovación	Técnica del servicio	Muy pocas veces el personal aplica técnicas modernas para el servicio al cliente	Brindar un buen servicio aplicando técnicas modernas y creativos	Realizar capacitación al personal sobre estrategias de técnicas modernas y creativos para el servicio al cliente	Capacitar al 100% de los trabajadores de la mype	Trabajadores capacitados / Total de trabajadores de la mype	1 mes	400	Administrador
	Diseño del servicio	Muy pocas veces el personal considera que el diseño de su servicio es innovador	Reforzar al talento humanos sobre la importancia de la prestación del servicio de la belleza	Realizar taller vivencial al personal sobre las últimas tendencias en la atención de la belleza	participación del 100% de los trabajadores en el taller	Trabajadores capacitados / Total de trabajadores de la mype	1 mes	400	Administrador
Calidad del Servicio	Capacidad de respuesta	Muy pocas veces mantienen comunicación con el cliente	implementar estrategias de comunicación con los clientes	Programar Capacitación al personal sobre atención al cliente	Participación del 100% de los trabajadores de la mype	Trabajadores capacitados / Total de trabajadores de la mype	1 mes	0	Administrador
	Infraestructura moderna	Muy pocas veces la infraestructura del local lo consideran moderna	Modernizar y realizar periódicamente la revisión de la infraestructura	programar la implementación de la modernización y revisión de la infraestructura planificar actividades de mantenimiento	Establecer fechas para la implementación y revisión de infraestructura para el presente año	objetivo de revisión de infraestructura / informes de la revisión realizada	12 meses	Acorde a la necesidad de mantenimiento de la infraestructura	Administrador

5.2 Análisis de Resultados

Objetivo específico 1:

Características de la Innovación, en la Mype Flor Salón del distrito Independencia en Lima.

Respecto al Servicio Eficaz y a los métodos innovadores, un 56% de los entrevistados señalaron que casi siempre, brindan un servicio eficaz al cliente y tienen métodos innovadores para el servicio al cliente; resultados que fueron comparados con los hallazgos de López (2018) quien señaló que la satisfacción al cliente es muy relevante en las organizaciones; al respecto se debe crear planes y estrategias para satisfacer las necesidades de los clientes, esto le permitirá posicionarse en el mercado y creará una preferencia del consumidor.

Respecto a la aplicación de técnicas modernas y diseño del servicio, un 67% señalaron que muy pocas veces aplican técnicas modernas para el servicio al cliente y que el diseño de su servicio es innovador; al respecto tenemos los resultados de Manrique (2018) quien señala que el 65% de sus encuestados señalaron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con que la microempresa aplica métodos creativos para dar un buen servicio; es importante aplicar y desarrollar métodos creativos en las microempresas.

Respecto al uso de materiales e insumos un 67% señalaron que siempre utilizan materiales e insumos de manera eficiente; resultados que son contrapuestos a los

hallazgos de Morales (2020) quien señala en su estudio que no se cuenta con control para el manejo de sus recursos de forma eficiente; el control en todas sus formas ayuda en una mejor gestión a los microempresarios y les permite generar mayor rentabilidad por lo que se hace muy importante aplicar un buen control para hacer uso eficiente de sus recursos,

Respecto al servicio que brindan el 56% indicaron que casi siempre consideran que el servicio que brindan es rápido resultados que fueron comparados con la investigación de López (2018) quien señala que el servicio al cliente es un pilar importante para la organización; los microempresarios deben tener muy presente que el servicio al cliente marcará la diferenciación que pueda tener la microempresa, un cliente bien atendido y satisfecho se fidelizará.

Y finalmente respecto a los métodos que aplican un 67% precisaron que casi siempre consideran que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador y casi siempre aplican métodos creativos para dar un buen servicio resultados comparados con los hallazgos de Manrique (2018) quien señala que el 65% de sus encuestados señalaron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con que la microempresa aplica métodos creativos para dar un buen servicio; al respecto señalar que los resultados son similares, y esto deben mejorar debido a que implementar métodos creativos para brindar un buen servicio ayuda a la empresa a ser pioneros en la mejora de sus procesos

Objetivo específico 2

Características de la calidad del servicio, en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia en Lima.

Respecto a la confianza que genera los servicios que brinda el Flor Salón un 56% de los entrevistados señalaron que casi siempre el servicio que ofrecen genera confianza resultados que fueron contradichos con la investigación de Medina y Zambrano (2019) quienes manifestaron que sus entrevistados señalaron que el servicio que reciben no les genera confianza

Respecto a la promesa de cumplimiento de todo lo ofrecido un 56% indicaron que casi siempre, en Flor Salón cumple todo lo que ofrece resultados muy similares a los hallazgos de Vasallo (2019) quien señala que el 54% de los entrevistados señalaron que la atención que brindan es buena y cumplen con todo el servicio que ofrecen; es muy importante señalar que el cumplimiento de lo ofrecido es parte de la seriedad y prestigio de la empresa, elementos que deben ser sostenidos en el tiempo para que la microempresa pueda posicionarse dentro de sus competidores.

Respecto a la comunicación con el cliente un 67% indicó que muy pocas veces mantienen comunicación con el cliente; resultados que fueron corroborados con la investigación de Medina y Zambrano (2019) quienes indican que la comunicación para el servicio al cliente es baja y agrega que esto debido a la falta de cordialidad de los conductores.

Respecto a la atención inmediata en Flor Salón un 67% manifestaron que casi siempre brindan atención inmediata al cliente; resultados contradictorios con los hallazgos de Riofrío y Villagran (2019) quienes señalaron que sus encuestados señalaron una mala experiencia con la atención y el servicio al cliente; los microempresarios deben entender que un mal servicio aleja a los clientes es por ello que se debe aplicar estrategias y

acciones inmediatas para mejorar, optimizar el servicio al cliente.

Respecto a mostrar un interés por el cliente un 67% indicaron que algunas veces desarrollan interés por el cliente, resultados que son contrarios a los encontrados por Murguía (2018) quien señala en su estudio los comerciantes aplican un interés por las necesidades del cliente y producen sus productos con mayor garantía; desarrollar un interés por las necesidades del cliente permite a los microempresarios tener conocimiento de las demandas de sus clientes y les da la posibilidad de poder implementar acciones que satisfagan los requerimientos de los clientes.

Respecto al conocimiento del proceso de atención que tienen los colaboradores de Flor Salón, un 67% precisaron que casi siempre los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención; resultados que son similares a los hallazgos de Manrique (2018) quien señala que el 58.6% de sus encuestados señalaron que el trabajador tiene conocimiento de los procesos de atención y disponibilidad para la escucha al cliente; el brindar un excelente servicio al cliente conlleva a que los microempresarios capaciten acerca de la importancia de que los trabajadores conozcan los procesos de atención al cliente para que lo puedan aplicar de manera eficiente para la satisfacción de los clientes

Respecto a la confianza que genera el servicio Flor Salón, un 56% indicaron que casi siempre el servicio que brindan genera confianza; resultados que son contrapuestos a los hallazgos de Medina y Zambrano (2019) quienes manifestaron que sus entrevistados señalaron el servicio que reciben no les genera confianza; se debe plantear todas las estrategias a fin de que el cliente pueda tener confianza en el servicio, no solo por lo que se ofrece al cliente sino por lo que el cliente recibe y esta desde la percepción del cliente

debe ser satisfactorio.

Respecto a los requerimientos del cliente, un 67% indicaron que muy pocas veces responden los requerimientos del cliente de manera inmediata estos resultados son contradichos con los hallazgos el estudio de Vasallo (2019) quien señala que el 100% de sus encuestados señalaron que la atención al cliente es eficiente y dan pronta solución a los reclamos del cliente; la pronta atención a las demandas del cliente es una de las actividades claves de toda empresa.

Respecto a orientación al servicio y la satisfacción al cliente un 67% manifestaron que casi siempre los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente y buscan la satisfacción del cliente; estos hallazgos fueron comparados con los resultados de López (2018) quien señaló en su estudio que la satisfacción al cliente es relevante, por ello se debe considerar como una estrategia diferenciadora la satisfacción al cliente que hará que la microempresa sea la preferida por su servicio satisfactorio que demandan los consumidores.

Respecto a la Infraestructura del local, un 56% manifestaron que muy pocas veces la infraestructura del local lo consideran como moderna resultados que fueron corroborados con los hallazgos de Riofrio y Villagran (2019) quienes señalan que se debe mejorar la infraestructura del local para que pueda ser reconocido y de esta manera pueda diferenciarse de la competencia y finalmente

Respecto a la limpieza y el orden un 56% señalaron que casi siempre el local mantiene la limpieza y el orden de manera permanente resultados que son contradichos

por Rio frio y Villagrán (2019) quienes manifestaron que se debe mejorar la infraestructura del local; en este sentido se entiende que la mejora del local contienen una adecuada limpieza y orden, la teoría de las 5S del Kaizen señala se debe tener orden, limpieza en los procesos y en todas las áreas de la organización

VI. CONCLUSIONES

Respecto a la Innovación la Mype Flor Salón casi siempre, brindan un servicio eficaz al cliente y tienen métodos innovadores para el servicio al cliente; siempre utilizan materiales e insumos de manera eficiente; casi siempre el servicio que brindan es rápido, aplican métodos creativos para dar un buen servicio y que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador, por otro lado muy pocas veces aplican técnicas modernas para el servicio al cliente y consideran que el diseño de su servicio es innovador ;

Respecto a la Calidad del Servicio la mype Flor Salón casi siempre el servicio que ofrecen genera confianza y que cumplen todo lo que ofrecen, la atención es inmediata y desarrollan interés por el cliente, los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención; el servicio que brindan transmite confianza; casi siempre los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente, buscan la satisfacción del cliente y el local mantienen la limpieza y el orden de manera permanente; por otro lado muy pocas veces mantienen comunicación con el cliente, muy pocas veces los requerimientos del cliente son de manera inmediata, y consideran que la infraestructura del local sea moderna.

Se planteó una propuesta de mejora para poder mejorar los puntos que debe potenciar y de esta manera trabajar con un servicio de calidad e Innovación

VII. RECOMENDACIONES

Para el aspecto de la Innovación la Mype Flor Salón debe mantener en el tiempo las fortalezas que tiene como son el servicio eficaz, la utilización de manera eficiente de sus recursos como materiales e insumos, continuar brindando un servicio creativo e innovador, y capacitar a los colaboradores para que puedan aplicar técnicas modernas en el servicio de la belleza.

Para el aspecto Calidad del Servicio la Mype Flor Salón debe continuar con el servicio que ofrece la misma que genera confianza entre sus clientes, continuar con su protocolo de limpieza permanente de su local, por otro lado no todo es limpieza también deben revisar la infraestructura de su local y hacer los mantenimientos respectivos y debe crear estrategias que les permita alcanzar la calidad total, premiar u motivar a los trabajadores para que siempre tengan claro la orientación hacia el cliente y siempre este en la búsqueda de la satisfacción al cliente.

Implementar el Plan de mejora elaborado en el presente trabajo de investigación que permitirá a la mype Flor Salón fortalecer sus servicios de atención a sus cliente logrando fidelizarlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Calderón, A. y Chávez, N. (2021) *Innovación tecnológica y mejora del servicio a los asegurados de Cevit, Jesus Maria, 2021.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/71977/Calderon_PA-Chavez_EN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carrasco, J. (2019). *En atención al cliente, no todo es cuestión de actitud.* <http://www.degerencia.com/articulo/en-atencion-al-cliente-no-todo-escuestion-de-actitud>
- Ganga, F., Alarcón, N. y Pedraja, L. (2019). *Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile* Ingeniare. Revista Chilena de ingeniería, Rev. Chile. ing. vol.27 no.4. ISSN 0718-3305. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- Gibert Ucín, J. M. (2018). *Responsabilidad Social empresarial: competitividad y casos de buenas prácticas en pymes.* San Sebastián: Publicaciones de la Universidad de Deusto. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/34084>
- Goodman, D. (2018). *La atención al cliente en restaurantes de la provincia de Chincha, Perú.* <http://www.monografias.com/trabajos87/atencion-al-cliente-restaurantes/atencion-al-cliente-restaurantes.shtml>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6° edición). México: Mc Graw Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaedicion.compressed.pdf>
- Ircañaupa, J. (2020). *Servicio al Cliente: El servicio al cliente como diferenciación.* Revista Gestipolis. <http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia/estrategia/servicio-al-cliente-como-diferenciacion.htm>
- López Sánchez, José Ángel, González Mieres, Celina, Santos Vijande, Leticia (2018) *Innovación De Servicio Y Co-Creación Con Los Clientes De La Empresa: Efectos Sobre Los Resultados*, Revista Española de Investigación de Marketing ESIC, Volume 17, p. 79-102, ISSN 1138-1442,

[https://doi.org/10.1016/S1138-1442\(14\)60025-5](https://doi.org/10.1016/S1138-1442(14)60025-5).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138144214600255>

Martínez, O. (2018). *Cortesía y eficiencia: La clave del servicio de calidad*. Gerenciade A&B.

<https://omarjhoyer.wordpress.com/cortesia-y-eficiencia-la-clave-del-servicio-de-calidad/>

Manrique Eslava, Antony (2018) *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de*

SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro venta,

mantenimiento y reparación de motocicletas en el distrito de Huaraz, 2015 para optar el

título profesional de Licenciado en administración Universidad Católica Los Ángeles de

Chimbote. Chimbote, Perú. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/8619>

Mondragón, J. (29 de Marzo de 2010). *Turismo Blog. Conceptos de Calidad del Servicio:*

<http://xxxxturismoxxx.blogspot.com/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>

Murguía Cespedes, Luis (2018) *Gestión de innovación en agronegocios para aumentar la*

competitividad de la Cooperativa Café Perú en la provincia de Chanchamayo para optar

el grado académico e magister scientiae en agronegocios. Universidad Nacional Agraria

La Molina. <https://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/2734>

Núñez, L., Giordano, M., Menacho, I., Uribe, Y. y Rodríguez, F. (2019). *Competencias*

administrativas en la calidad del servicio en las instituciones educativas del nivel inicial.

Revista de Investigación Apuntes Universitarios. Volumen 9 - Número 1 (enero-abril).

DOI: <https://doi.org/10.17162/au.v1i1.347>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2018). "*SERVQUAL: A multiple-item scale for*

measuring consumer perceptions of service quality". Journal of Retailing.

Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., Hernández, H. (2020). *Calidad de servicio como elemento*

clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. Rev. Información

Tecnológica. Vol. 31(4), 221-232. [http://dx.doi.org/10.4067/S0718-](http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221)

[07642020000400221](http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221)

Santiesteban Naranjo, E. (2017). *Metodología de la investigación científica*. Las Tunas: Editorial

Universitaria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/151737>

Serna, C. (2018). *En atención al cliente, no todo es cuestión de actitud*.
<http://www.degerencia.com/articulo/en-atencion-al-cliente-no-todo-es-cuestión-de-actitud>

Siabato, M. (2013). *Aportes a la gestión integral de las instituciones educativas oficiales de Bogotá, a partir de los resultados de la evaluación de impacto del proyecto educativo líderes siglo XXI*. (Tesis de doctor). UNED. Colombia. Recuperado de: <http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Educacion-Msiabato/Documento.pdf>

SUNAT. (17 de octubre de 2021). *Características de la micro y pequeñas empresas*.
<https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicasmicroPequenaEmpresa.html>

SUNAT. (17 de octubre de 2021). *Definición de la micro y pequeñas empresas*.
<https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/definemicromicroPequenaEmpresa.html>

Tello Aguilar, C. P., Castagnola Sánchez, L., & Uribe Hernández, Y. C. (2020). *Las MYPES: impacto en el desarrollo económico peruano*. Lima: Editorial Tecnocientífica Latinoamericana. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/174250>

Tello, E. (2020). *Como conservar más clientes: la amabilidad es la clave*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3182079>

ULADECH. (13 de enero de 2021). *Código de Ética para la Investigación* (versión 004). Obtenido de Web2020 Uladech:
<https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v004.pdf>

Vasallo Saldaña, Tania (2018) *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar Móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. para optar el título profesional de Licenciado en administración Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú. para optar el título profesional de Licenciado en administración Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/32>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2022								Año 2023							
		1				2				3				4			
		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 JI y/o DTAI		X														
3	Aprobación del proyecto por JI y/o DTAI			X													
4	Exposición del proyecto al JI y/o DTAI				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
7	Ejecución de la metodología							X									
8	Resultados de la investigación								X								
9	Conclusiones y recomendaciones									X							
10	Redacción del pre informe de Investigación.										X						
11	Reacción del informe final											X					
12	Aprobación del informe final por JI y/o DTAI												X	X			
13	Presentación de ponencia														X		
14	Redacción de artículo científico															X	X

(*) sólo en los casos que aplique

Anexo 2: Presupuesto



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% ó número	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones			200
Papel Bond A-4			50
Útiles de oficina			250
Servicios			
Uso del turnitin	50	2	100
Servicio telefónico	100	4	400
Servicio del internet	100	4	400
Servicio eléctrico	50	4	200
Movilidad para traslados varios			500
Total del presupuesto desembolsable			2100
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó número	Total (S/.)
Servicios			
Uso del internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital -LAD)	30	4	120
Búsqueda de Información en base de datos	35	2	70
SopORTE informático (Modulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
Publicación del artículo en repositorio institucional	50	1	50
Recursos Humanos			
Asesoría personalizada (4 horas por semana)	25	16	400
Total del presupuesto no desembolsable			800
Total general (s/.)			2900

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario que se aplicara a los trabajadores de la microempresa del Sector Servicio, Flor Salón, Independencia, Lima

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con las siguientes alternativas.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)						
		N°	Items					Alternativa				
Innovación	Innovación de procesos	1	Considera que el servicio que brinda al cliente es eficaz					1	2	3	4	5
		2	Tiene métodos innovadores para el servicio al cliente					1	2	3	4	5
		3	Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente					1	2	3	4	5
	Innovación del Producto	4	Considera que el diseño de su servicio es innovador					1	2	3	4	5
		5	Usa los materiales e Insumos de manera eficiente					1	2	3	4	5
	Innovación de la Organización	6	Considera que el servicio que brinda es rápido					1	2	3	4	5
		7	Considera que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador					1	2	3	4	5
		8	Considera que aplica métodos creativos para dar un buen servicio					1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)						
		N°	Items					Alternativa				
Calidad del Servicio	Fiabilidad	9	El servicio que ofrece genera confianza en el cliente					1	2	3	4	5
		10	Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda					1	2	3	4	5
	Capacidad de Respuesta	11	Tiene comunicación permanente con el cliente					1	2	3	4	5
		12	Brinda atención inmediata al cliente					1	2	3	4	5
		13	Desarrolla interés por el cliente					1	2	3	4	5
	Seguridad	14	Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente					1	2	3	4	5
		15	El servicio ofrecido al cliente transmite confianza					1	2	3	4	5
		16	La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata					1	2	3	4	5
	Empatía	17	Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente					1	2	3	4	5
		18	Buscan la satisfacción al cliente constantemente					1	2	3	4	5
	Tangibilidad	19	La infraestructura del local es moderna					1	2	3	4	5
		20	El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente					1	2	3	4	5

Anexo 4: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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: INNOVACION PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO FLOR SALON, DEL DISTRITO DE INDEPENDENCIA, LIMA 2022, y es dirigido por el estudiante EMMAQUEELI SALAS PICON, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El Objetivo de la investigación; Determinar las características principales de la Innovación para mejorar la calidad del servicio y enunciar el Plan de Mejora en la Mype Flor Salón del distrito de Independencia, Lima 2022, Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 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 del Whats_982126090. Si desea, también podrá escribir al correo ekeli_65@hotmail.com para recibir más 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: Flormira Cerda Ramírez Fecha: 24-ENE-2023

Correo electrónico: Florsalon_2202@hotmail.com

Firma del participante:

FLORMIRA B. CERDA RAMIREZ

Firma del Investigador:

[Firma]

Anexo 5: Validación de Instrumento por Expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Me dirijo a Usted, expresándole un cordial saludo y a la vez me presento soy Salas Picon Emma Queeli, estudiante de la carrera de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para lo cual le pido su participación en la evaluación de este cuestionario que tiene como finalidad recolectar información, que serán utilizados solo con fines académicos y de investigación.

Sírvase marcar con una (X) la respuesta correcta. Se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)				
		Items					Alternativa			
Innovación	Innovación de procesos	1	Considera que el servicio al cliente que brinda es eficaz			1	2	3	4	5
		2	Tiene métodos innovadores para el servicio al cliente			1	2	3	4	5
		3	Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente			1	2	3	4	5
	Innovación del Producto	4	Considera que es innovador el diseño del servicio			1	2	3	4	5
		5	Usa los materiales e insumos de manera eficiente			1	2	3	4	5
	Innovación de la Organización	6	Considera que el servicio que brinda es rápido			1	2	3	4	5
		7	Considera que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador			1	2	3	4	5
		8	Considera que aplica métodos creativos para dar un buen Servicio			1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)				
		Items					Alternativa			
Calidad del Servicio	Fiabilidad	9	El servicio que ofrece genera confianza en el cliente			1	2	3	4	5
		10	Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda			1	2	3	4	5
	Capacidad de Respuesta	11	Tiene comunicación permanente con el cliente			1	2	3	4	5
		12	Brinda atención inmediata al cliente			1	2	3	4	5
	Seguridad	13	Desarrolla interés por el cliente			1	2	3	4	5
		14	Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente			1	2	3	4	5

Empatía	15	El servicio ofrecido al cliente transmite confianza			1	2	3	4	5
	16	La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata			1	2	3	4	5
	17	Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente			1	2	3	4	5
	18	Buscan la satisfacción al cliente constantemente			1	2	3	4	5
Tangibilidad	19	La infraestructura del local es moderna			1	2	3	4	5
	20	El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente			1	2	3	4	5

Mgtr Víctor Hugo Espinosa Oroya
CORLAD, LIMA, REGUC N° 0688
DNI N° 07535731

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

INNOVACION PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, FLOR SALON, DISTRITO DE INDEPENDENCIA, LIMA 2022.

II. TESISISTA

SALAS PICON EMMA QUEELI

III. DECISIÓN

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO:

SI

NO


Mgtr Victor Hugo Espinosa Otoya
CORLAD, LIMA, REGUC N° 0688
DNI N° 07535731



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

Me dirijo a Usted, expresándole un cordial saludo y a la vez me presento soy Salas Picon Emma Queeli, estudiante de la carrera de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para lo cual le pido su participación en la evaluación de este cuestionario que tiene como finalidad recolectar información, que serán utilizados solo con fines académicos y de investigación.

Sírvase marcar con una (X) la respuesta correcta. Se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)						
		Items					Alternativa					
Innovación	Innovación de procesos	1	Considera que el servicio al cliente que brinda es eficaz					1	2	3	4	5
		2	Tiene métodos innovadores para el servicio al cliente					1	2	3	4	5
		3	Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente					1	2	3	4	5
	Innovación del Producto	4	Considera que es innovador el diseño del servicio					1	2	3	4	5
		5	Usa los materiales e insumos de manera eficiente					1	2	3	4	5
	Innovación de la Organización	6	Considera que el servicio que brinda es rápido					1	2	3	4	5
		7	Considera que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador					1	2	3	4	5
		8	Considera que aplica métodos creativos para dar un buen Servicio					1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)						
		Items					Alternativa					
Calidad del Servicio	Fiabilidad	9	El servicio que ofrece genera confianza en el cliente					1	2	3	4	5
		10	Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda					1	2	3	4	5
	Capacidad de Respuesta	11	Tiene comunicación permanente con el cliente					1	2	3	4	5
		12	Brinda atención inmediata al cliente					1	2	3	4	5
		13	Desarrolla interés por el cliente					1	2	3	4	5
	Seguridad	14	Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente					1	2	3	4	5

Empatía	15	El servicio ofrecido al cliente transmite confianza					1	2	3	4	5	
	16	La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata					1	2	3	4	5	
	17	Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente					1	2	3	4	5	
	18	Buscan la satisfacción al cliente constantemente					1	2	3	4	5	
	Tangibilidad	19	La infraestructura del local es moderna					1	2	3	4	5
		20	El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente					1	2	3	4	5



VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

INNOVACION PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, FLOR SALON, DISTRITO DE INDEPENDENCIA, LIMA 2022.

II. TESISISTA

SALAS PICON EMMA QUEELI

III. DECISIÓN

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO:

SI NO


Mgtr Juan Waldo Pérez Arcoz
CORLAD LIMA R.M.F.C N° 02691
DNI N° 09951901



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

Me dirijo a Usted, expresándole un cordial saludo y a la vez me presento soy Salas Picon Emma Queeli, estudiante de la carrera de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para lo cual le pido su participación en la evaluación de este cuestionario que tiene como finalidad recolectar información, que serán utilizados solo con fines académicos y de investigación.

Sírvase marcar con una (X) la respuesta correcta. Se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)						
		Nº	Items					Alternativa				
Innovación	Innovación de procesos	1	Considera que el servicio al cliente que brinda es eficaz					1	2	3	4	5
		2	Tiene métodos innovadores para el servicio al cliente					1	2	3	4	5
		3	Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente					1	2	3	4	5
	Innovación del Producto	4	Considera que es innovador el diseño del servicio					1	2	3	4	5
		5	Usa los materiales e insumos de manera eficiente					1	2	3	4	5
	Innovación de la Organización	6	Considera que el servicio que brinda es rápido					1	2	3	4	5
		7	Considera que su método de trabajo para brindar el servicio es innovador					1	2	3	4	5
		8	Considera que aplica métodos creativos para dar un buen Servicio					1	2	3	4	5

Variable	Dimensión	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)						
		Nº	Items					Alternativa				
Calidad del Servicio	Fiabilidad	9	El servicio que ofrece genera confianza en el cliente					1	2	3	4	5
		10	Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda					1	2	3	4	5
	Capacidad de Respuesta	11	Tiene comunicación permanente con el cliente					1	2	3	4	5
		12	Brinda atención inmediata al cliente					1	2	3	4	5
	Seguridad	13	Desarrolla interés por el cliente					1	2	3	4	5
		14	Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente					1	2	3	4	5

Servicio	Seguridad	14	Los colaboradores tienen conocimiento de los procesos de atención al cliente					1	2	3	4	5
		15	El servicio ofrecido al cliente transmite confianza					1	2	3	4	5
		16	La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata					1	2	3	4	5
	Empatía	17	Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente					1	2	3	4	5
		18	Buscan la satisfacción al cliente constantemente					1	2	3	4	5
	Tangibilidad	19	La infraestructura del local es moderna					1	2	3	4	5
		20	El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente					1	2	3	4	5


 Mgtr Sergio Fernando Podestá Guadros
 CORLAD, LIMA. REGUC N° 02684
 DNI N° 08066431

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

INNOVACION PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, FLOR SALON, DISTRITO DE INDEPENDENCIA, LIMA 2022.

II. TESISTA

SALAS PICON EMMA QUEELI

III. DECISIÓN

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO:

SI

NO

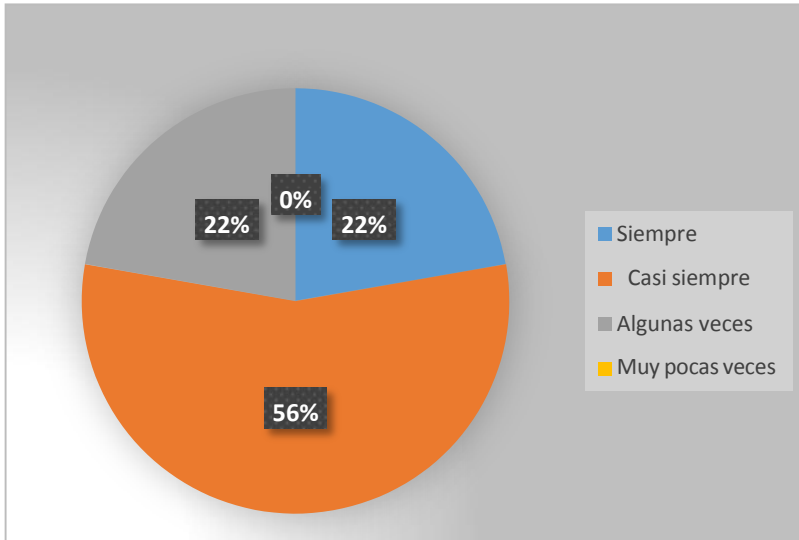


Mgtr Sergio Fernando Podestà Cuadros
CORLAD, LIMA, REGUC N° 02684
DNI N° 08066431

Anexo 6 Figuras

Figura 1

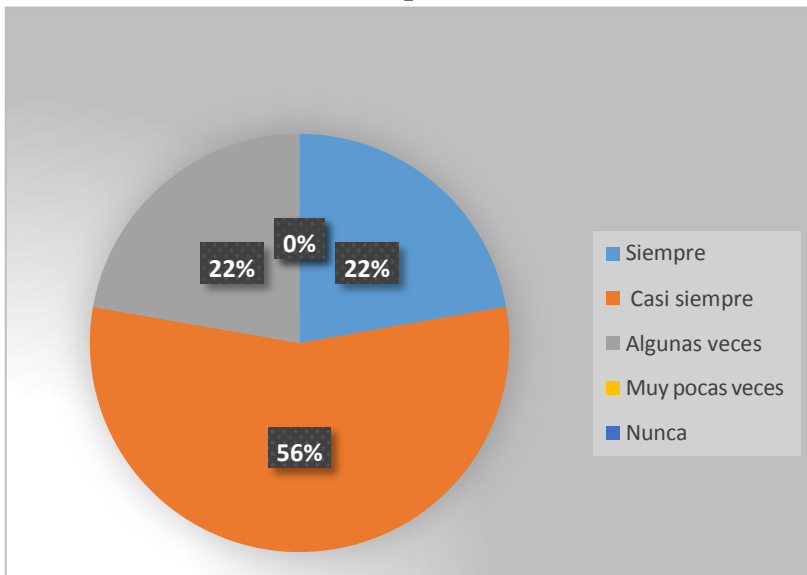
Considera que el servicio que brinda es eficaz



Nota: Datos obtenidos de la tabla 1

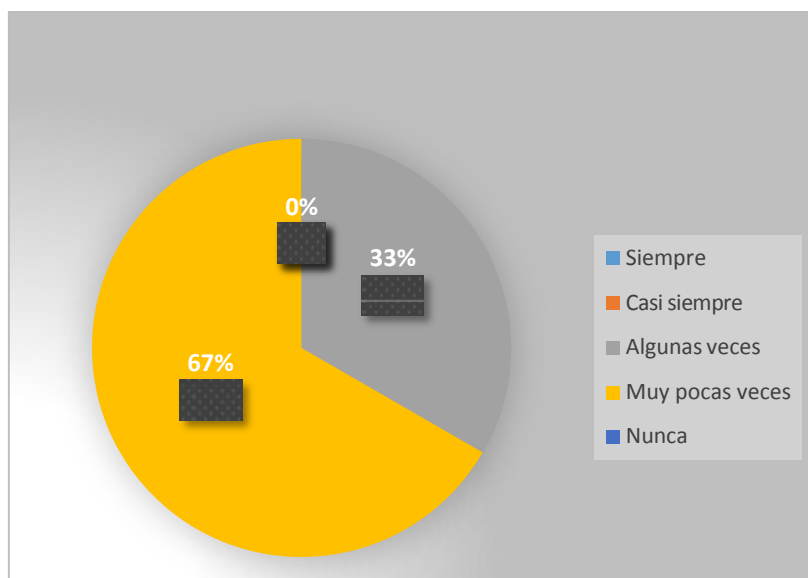
Figura 2

Tiene métodos innovadores para el servicio al cliente



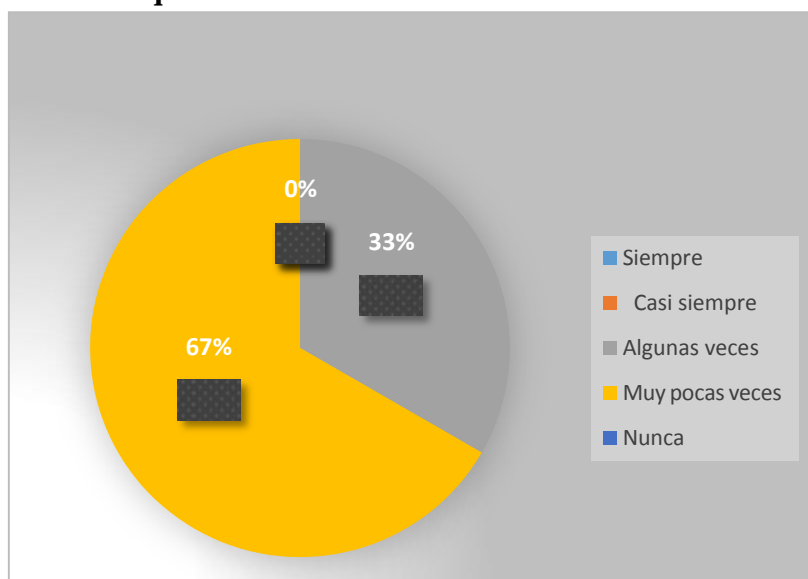
Nota: Datos obtenidos de la tabla 1

Figura 3
Aplica técnicas modernas para el servicio al cliente



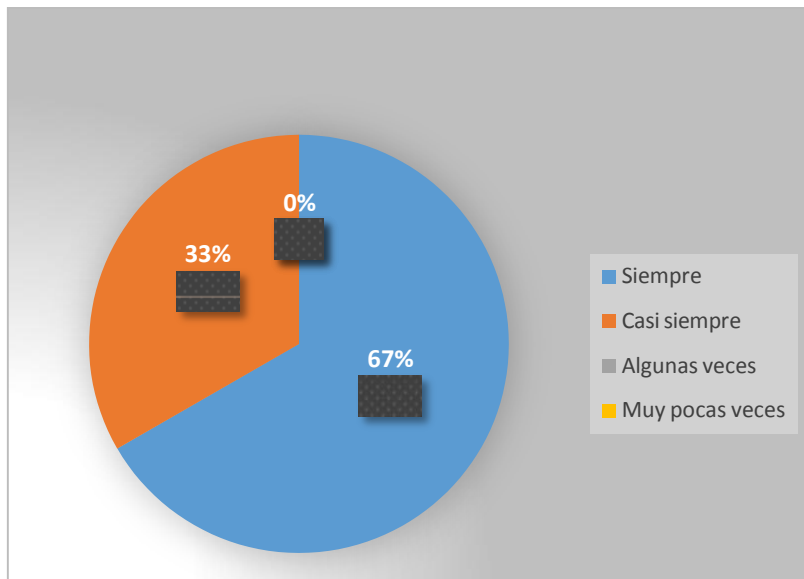
Nota: Datos obtenido de la tabla 1

Figura 4
Considera que el diseño del servicio es innovador



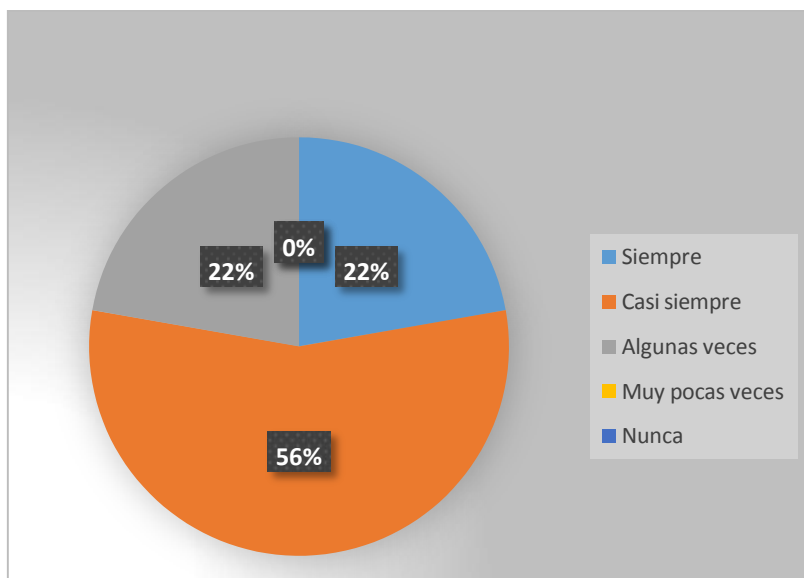
Nota: Datos obtenidos de la tabla 1

Figura 5
Usa los materiales e insumos de manera eficiente



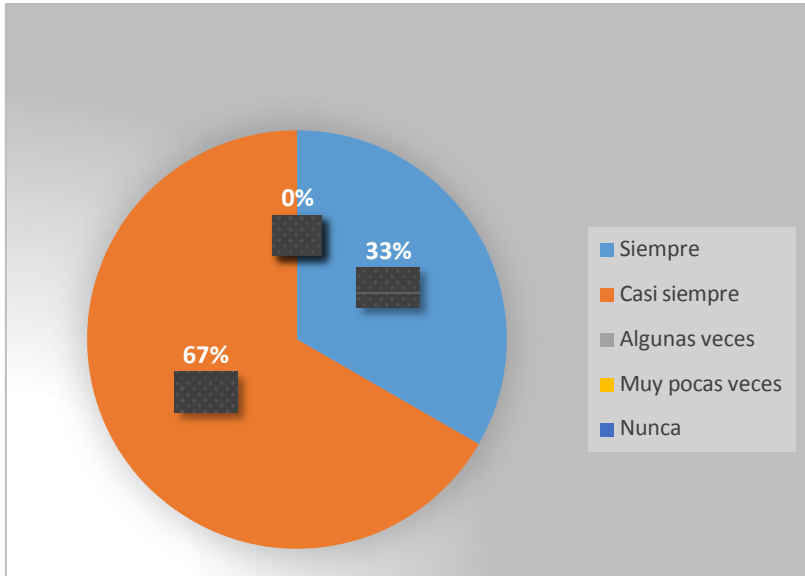
Nota : Datos obtenido de la tabla 1

Figura 6
Considera que el servicio que brinda es rápido



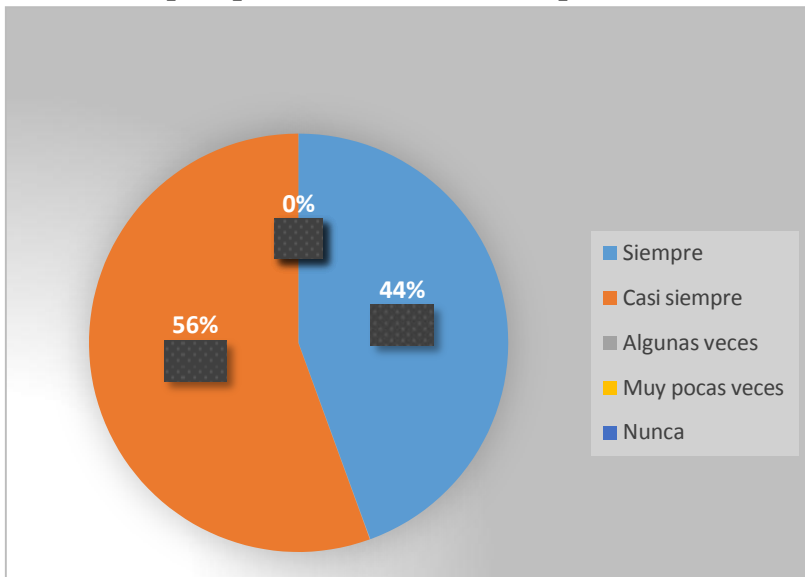
Nota: Datos obtenidos de la tabla 1

Figura 7
Considera que su métodos de trabajo para brindar el servicio es innovador



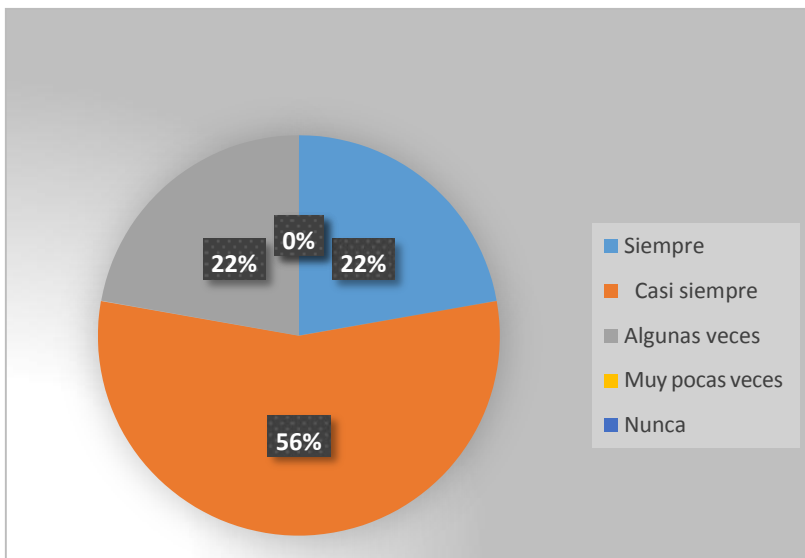
Nota: Datos obtenidos de la tabla 1

Figura 8
Considera que aplica métodos creativos para dar un buen servicio



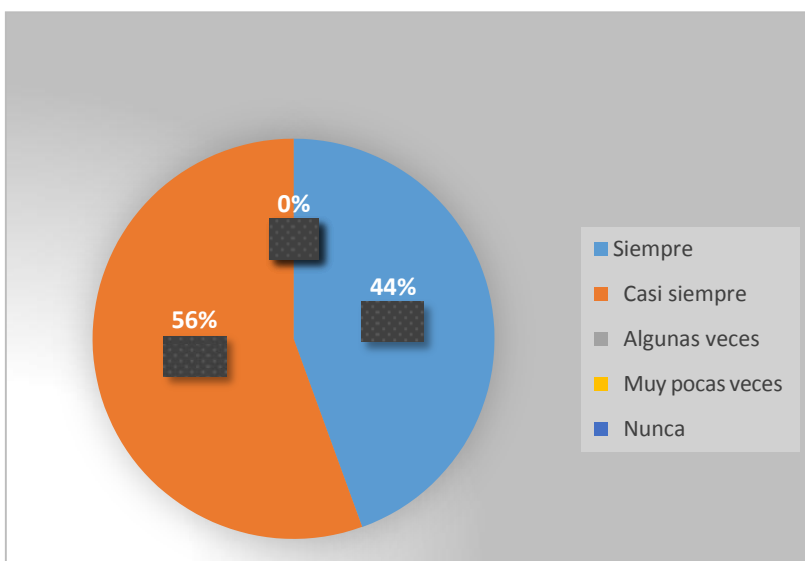
Nota: Datos obtenidos de la tabla 1

Figura 9
El servicio que ofrece genera confianza en el cliente



Nota: Datos obtenido de la tabla 2

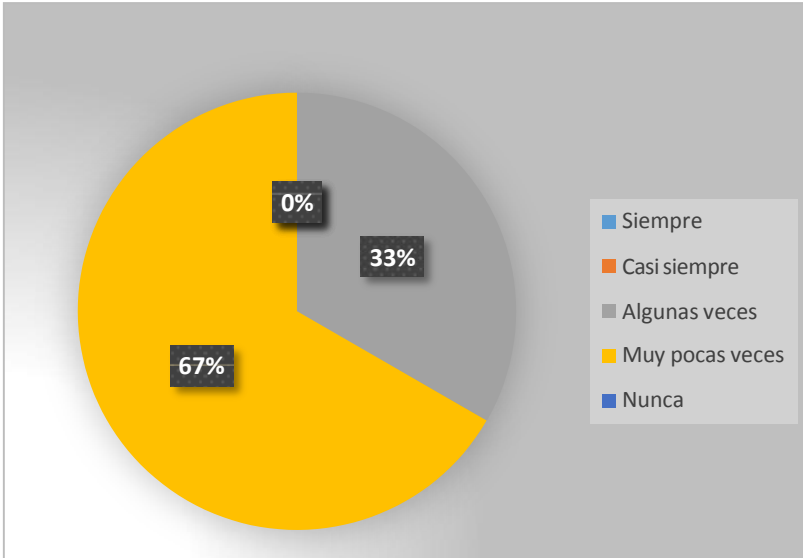
Figura 10
Cumple lo ofrecido al cliente en el servicio que brinda



Nota: Datos obtenidos de la tabla 2

Figura 11

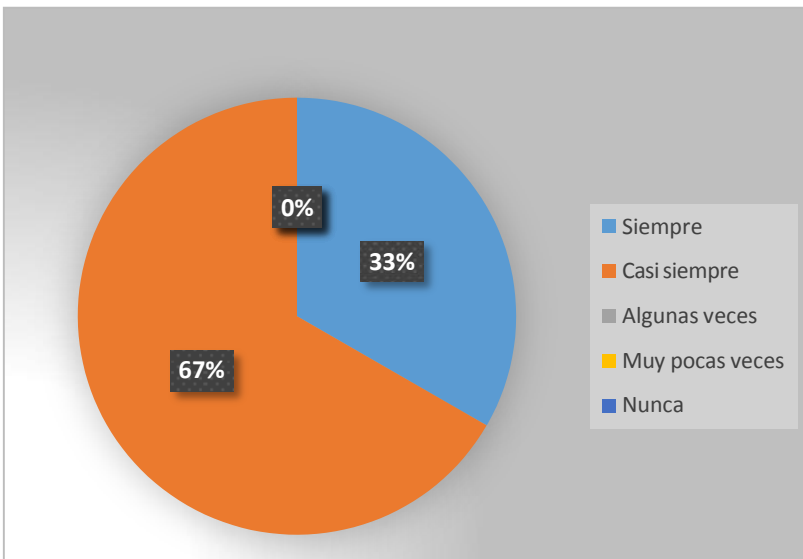
Tiene comunicación permanente con el cliente



Nota: Datos obtenido de la tabla 2

Figura 12

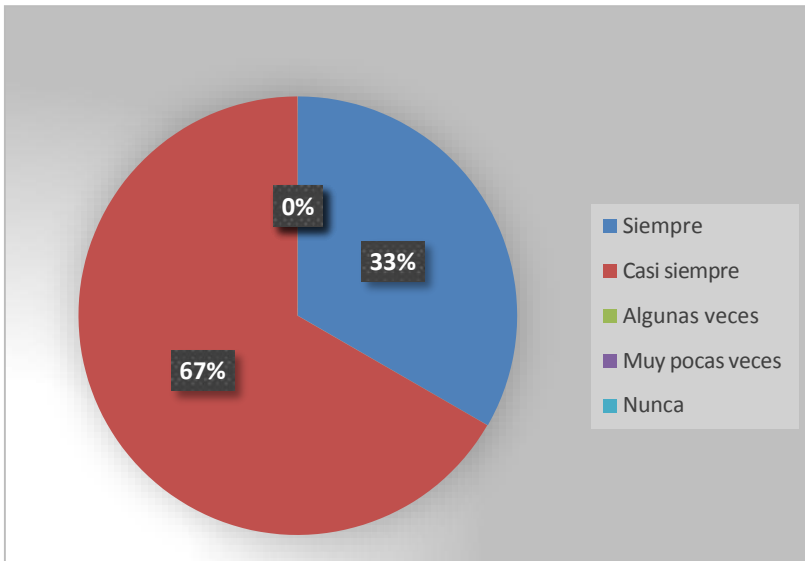
Brinda atención inmediata al cliente



Nota: Datos obtenido de la tabla 2

Figura: 13

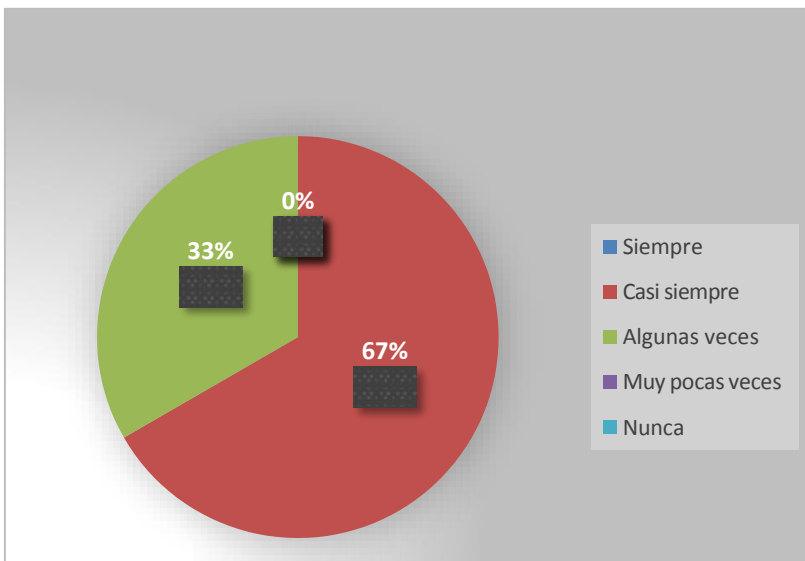
Desarrolla interés por el cliente



Nota: Datos obtenido de la tabla 2

Figura 14

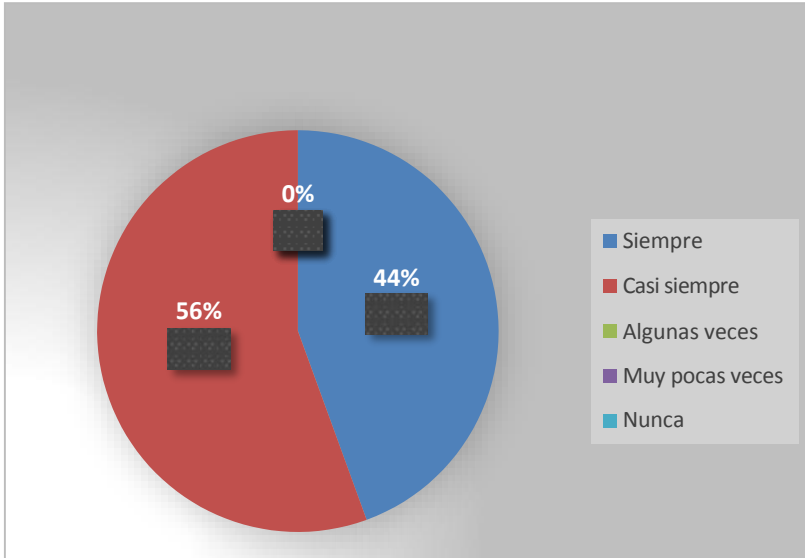
Los colaboradores tiene conocimiento de los procesos de atención al cliente



Nota: Datos obtenido de la tabla 2

Figura 15

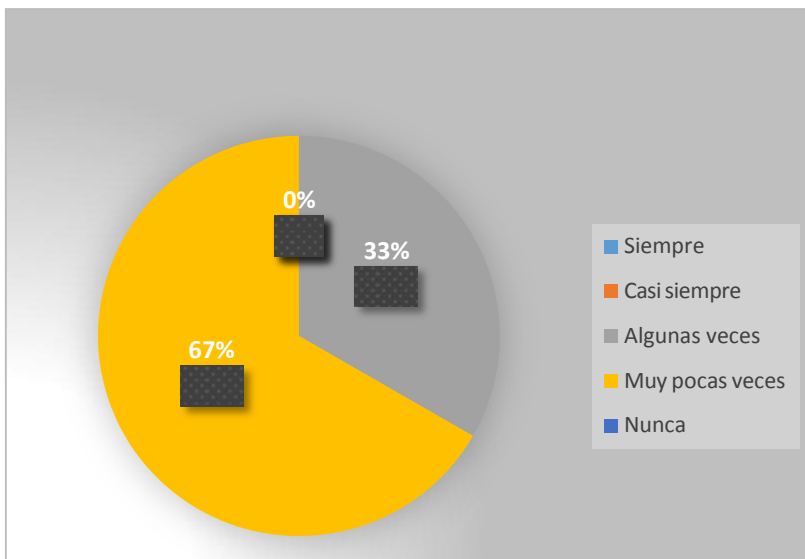
El servicio ofrecido al cliente trasmite confianza



Nota: Datos obtenidos de la tabla 2

Figura 16

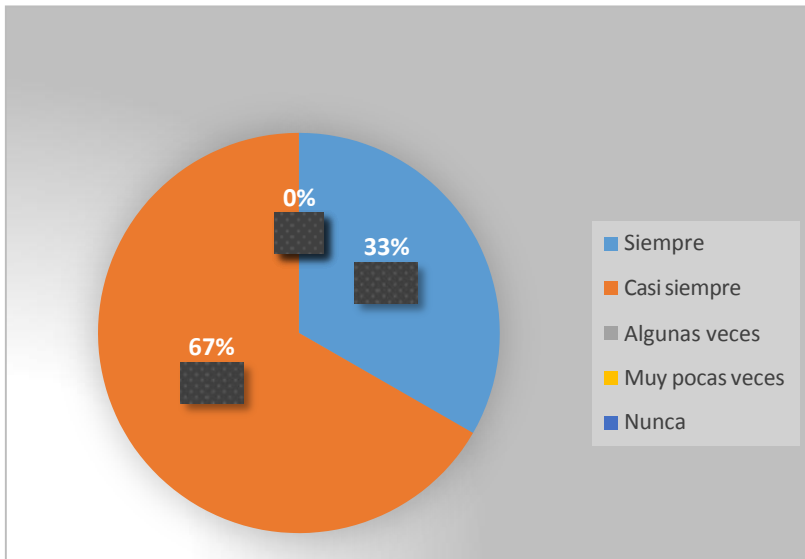
La capacidad de respuesta ante un requerimiento del cliente es inmediata



Nota: Datos obtenidos de la tabla 2

Figura 17

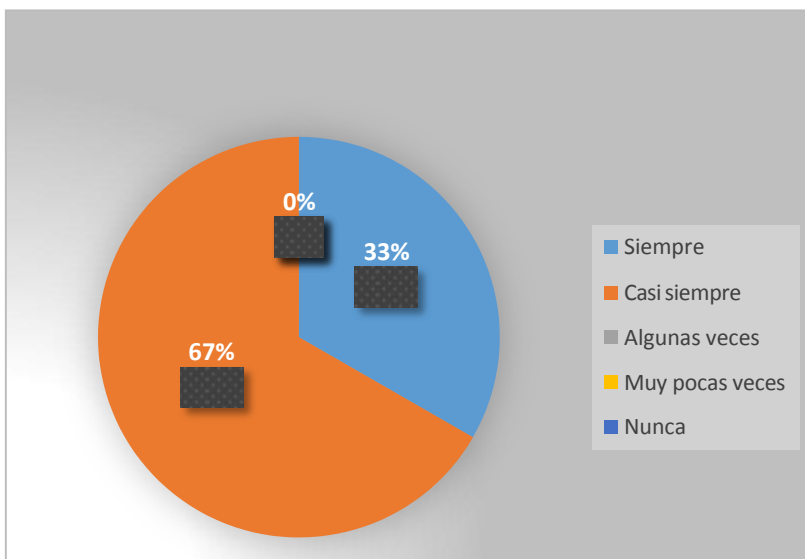
Los colaboradores tienen una clara orientación al servicio al cliente



Nota: Datos obtenidos de la tabla 2

Figura 18

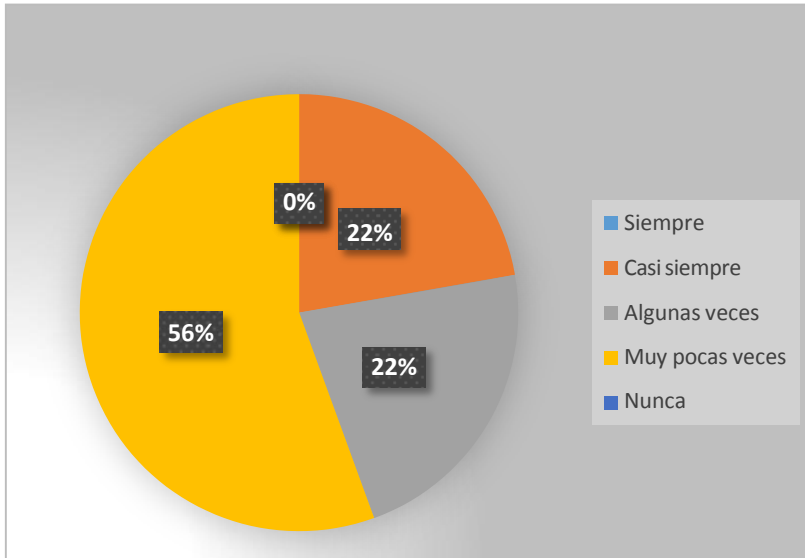
Buscan la satisfacción al cliente constantemente



Nota: Datos obtenidos de la Tabla 2

Figura 19

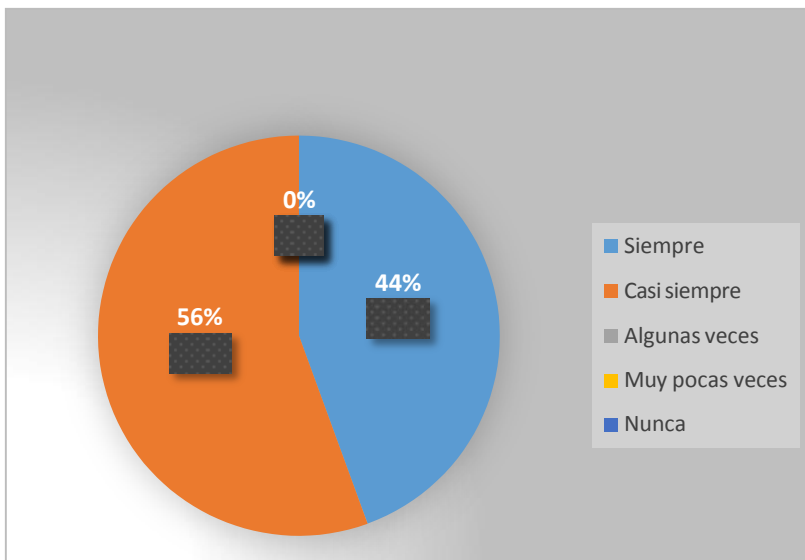
La infraestructura del local es moderna



Nota: Datos obtenidos de la tabla 2

Figura 20


El local mantiene la limpieza y el orden permanentemente






Nota: Datos obtenido de la tabla 2

Sección 1 - Informe Final

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
turnitin - INFORME FINAL - Sección 1- Informe Final	14 feb 2023 - 00:20	28 feb 2023 - 19:00	14 feb 2023 - 00:20

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	TALTESIS 851- ESALASP TURNITING- INFORME	2022634788	25/02/2023 01:07	4% 	

CALIDAD_DE_SERVICIO_INNOVACION_SALAS_PICON_EMMA_...

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

4%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo