



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIO PARA LA MEJORA DE LA
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA IMPRENTA
SAEGMI DEL DISTRITO AYACUCHO, 2022**

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

AUTOR

MARAPI HUACCACHE, CRISTHIAN

ORCID: 0000-0001-6281-7903

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Marapi Huaccache, Cristhian

ORCID: 0000-0001-6281-7903

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Rosillo De Purizaca María Del Carmen
Presidenta

Salinas Gamboa José German
Miembro

Mino Asencio María Isabel
Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías
Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por bendecirme todos los días de mi vida, por iluminar mi camino y fortalecerme para seguir adelante.

A mis padres por su apoyo estando siempre conmigo impulsándome a cumplir con mis objetivos.

A la universidad por apoyarnos a cumplir nuestros sueños de ser profesionales y no abandonarnos.

DEDICATORIA

A mis padres por apoyarme incondicionalmente, a mis hermanos por siempre velar de mí por mi bienestar.

A mis padrinos por sus consejos y siempre estar pendientes de mí a no desviarme del camino correcto.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la Calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?, tuvo como objetivo general identificar las características de la Calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022. Asimismo, la metodología que se utilizó fue de nivel descriptivo, de tipo aplicada con enfoque cuantitativo y de diseño no experimental con corte transversal, la población estuvo conformado por los clientes de la imprenta Saegmi y la muestra estuvo conformado 68 clientes, a los cuales se le aplicó un cuestionario, de escala Likert de método Servqual, la técnica fue la encuesta, se pudo observar mediante el cuestionario realizado que el 35.3% de los clientes no están satisfechos con la entrega del servicio dentro de los plazos y tiempos de respuesta. Se percibe que no existe un trabajo de planificación de los tiempos de entrega de los servicios y el 43.6% de los clientes indicaron estar en desacuerdo en la infraestructura y equipo de la empresa porque no cuenta con equipos modernos y actualizados, las condiciones ambientales y de espacio son pequeñas para el personal, así como para el cliente, podemos afirmar entonces que los clientes de la imprenta Saegmi no están satisfechos con la calidad de servicio que les ofrecen en la empresa.

Palabras claves: Calidad del servicio, Satisfacción, Imprenta y Mype.

ABSTRACT

The present investigation had as a statement of the problem What are the characteristics of the Quality of service to improve customer satisfaction in the SAEGMI printing house of the Ayacucho district, 2022?, Its general objective was to identify the characteristics of the Quality of service to improve the satisfaction of the clients in the SAEGMI printing house of the Ayacucho district, 2022. Likewise, the methodology that was used was of a descriptive level, of an applied type with a quantitative approach and a non-experimental design with a cross-section, the population was made up of the clients of the Saegmi printing press and the sample consisted of 68 clients, to whom a questionnaire was applied, of the Likert scale of the Servqual method, the technique was the survey, it was possible to observe through the questionnaire that 35.3% of the clients are not satisfied with the delivery of the service within the deadlines and response times. It is perceived that there is no planning work for the delivery times of the services and 43.6% of the clients indicated that they disagree with the company's infrastructure and equipment because it does not have modern and up-to-date equipment, the environmental and space are small for the staff as well as for the client, we can say then that the clients of the Saegmi printing house are not satisfied with the quality of service offered by the company.

Keywords: Service quality, Satisfaction, Printing and Mype.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	14
III. HIPÓTESIS	31
IV. METODOLOGÍA	32
4.1. Diseño de la investigación:	32
4.2. Población y muestra:	32
4.3. Definición y operacionalización de las variables.....	34
4.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos	37
4.5. Plan de análisis.....	37
4.6. Matriz de consistencia	38
4.7. Principios éticos	39
V. RESULTADOS	41
5.1. Resultados	41
5.2. Análisis de resultados	57
VI. CONCLUSIONES	60
Aspectos complementarios	61
Referencias bibliográficas	62
Anexos	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>¿Para usted las instalaciones son agradables?</i>	41
Tabla 2. <i>¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?</i>	42
Tabla 3. <i>¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?</i>	43
Tabla 4. <i>¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?.....</i>	44
Tabla 5. <i>¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y están preparados para atenderlo?.....</i>	45
Tabla 6. <i>¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido?</i>	46
Tabla 7. <i>¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?</i>	47
Tabla 8. <i>¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?</i>	48
Tabla 9. <i>¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?</i>	49
Tabla 10. <i>¿Los horarios de atención de la imprenta es lo adecuado?.....</i>	50
Tabla 11. <i>Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?.....</i>	51
Tabla 12. <i>¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?.....</i>	52
Tabla 13. <i>¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?</i>	53
Tabla 14. <i>¿Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?</i>	54
Tabla 15. <i>¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?.....</i>	55
Tabla 16. <i>Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?.....</i>	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>¿Para usted las instalaciones son agradables?.....</i>	41
Figura 2. <i>¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?.....</i>	42
Figura 3. <i>¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?.....</i>	43
Figura 4. <i>¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?.....</i>	44
Figura 5. <i>¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y están preparados para atenderlo?.....</i>	45
Figura 6. <i>¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido?.....</i>	46
Figura 7. <i>¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?.....</i>	47
Figura 8. <i>¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?.....</i>	48
Figura 9. <i>¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias? ...</i>	49
Figura 10. <i>¿Los horarios de atención de la imprenta es lo adecuado?.....</i>	50
Figura 11. <i>Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?</i>	51
Figura 12. <i>¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?.....</i>	52
Figura 13. <i>¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?.....</i>	53
Figura 14. <i>¿Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?.....</i>	54
Figura 15. <i>¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?.....</i>	55
Figura 16. <i>Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?.....</i>	56

I. INTRODUCCIÓN

Las mypes desempeñan un papel central en el desarrollo de la economía nacional, de acuerdo con datos oficiales, constituyen más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, crean alrededor del 85% del total de puestos de trabajo y generan aproximadamente el 40% del producto bruto interno. El Peruano (2020).

Hoy en la actualidad la Mypes son un impulso para que la economía nacional pueda encaminarse a la generación de empleos, así como al incremento de los ingresos ya sea para madres de familia o jóvenes.

La calidad de servicio puede marcar la diferencia en una empresa, ya que con ella se responde mejor a las necesidades del mercado. La cuota de mercado de la que dispone una sociedad va directamente relacionada con la satisfacción de los clientes. Si un servicio no es adecuado, por desgracia, la noticia se extiende más rápido que si fuéramos una empresa excelente, los esfuerzos que la sociedad realice deben tener como objetivos la adaptación a los nuevos tiempos y la superación de cualquier expectativa. Lo primordial es tratar de obtener los mejores servicios al menor costo, así como los productos óptimos. Sanchez (2018).

En Ayacucho en promedio de cinco mil Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) de la región habrían fracasado durante los últimos tres meses que duró el estado de emergencia nacional a raíz del coronavirus, cifra que continuará en incremento en algunos sectores que se encuentran en los últimos lugares del plan de reactivación propuesto por el gobierno. Quispe (2020).

En el distrito de Ayacucho se ubica la imprenta Saegmi el propietario de este negocio ha adquirido habilidad de gestión de forma empírica por lo que no posee capacidad para llevar el negocio a la cima del éxito, no aplica técnicas de atención al cliente, sus empleados no están capacitados, así como también la infraestructura que poseen no son las adecuadas, carecen de espacio y las máquinas de impresión son antiguas, todo ello conlleva la imprenta a no obtener mejores ingresos, a no poder satisfacer las necesidades que buscan nuestros clientes y por ende no se realiza la recomendación de boca a boca, mencionemos también que este tipo de negocio han bajado en rentabilidad debido al servicio que brindan, no están satisfaciendo a sus clientes es por ello que es muy

importante que mejoren o conozcan técnicas para mejorar la calidad de servicio para la mejora de la satisfacción de los clientes, además es muy importante que se emplee una buena infraestructura así como implementar maquinas modernos para su desarrollo.

Es por ello que se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?

También se planteó el siguiente objetivo general para dar solución a este problema: Identificar las características de la Calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta Saegmi del distrito Ayacucho, 2022, para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Objetivo específico (1) Conocer las características de los elementos tangibles para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022; (2) Describir las características de la seguridad para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022; (3) Conocer las características de la fiabilidad para mejorar la satisfacción en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022; (4) Describir las características de la capacidad de respuesta para mejorar la satisfacción de los clientes los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022; (5) Describir las características de la empatía para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.

La investigación se justifica ya que se pudo conocer, así como evaluar la realidad actual atravesaba la imprenta SAEGMI en la parte de gestión, insatisfacción o carencia que aqueja a los clientes a falta de algunos aspectos importantes que son para una mejora de la calidad de servicio que ofrecen, las mypes son importantes en todo ámbito por su nivel de aporte a la economía es por ello que su estudio nos ayudará a detectar falencias las cuales puedan ser corregidas para que este negocio no quiebre y más aún aporten otorgando trabajo y aporte a la PEA (Población Económicamente Activa).

Mencionemos también que la satisfacción del cliente es un pilar fundamental para que el negocio obtenga mejores ingresos, para ello debe realizar una buena gestión en su calidad de servicio, para así poder adaptarse a la actualidad ya que por ser imprenta está sujeta a que sus recursos materiales cuenten con la tecnología adecuada para su crecimiento, finalmente, este proyecto de investigación será un aporte para los

estudiantes, así puedan tomar como referencia para realizar sus estudios o mejorar su aprendizaje en la variable calidad de servicio.

La metodología que se utilizó fue de nivel descriptivo, de tipo aplicada con enfoque cuantitativo y de diseño no experimental con corte transversal, cuya población estuvo compuesta por los clientes de la imprenta Saegmi y su muestra fue de muestreo aleatorio simple que estuvo conformada de 68 clientes.

Como resultados podemos observar mediante el cuestionario realizado que el 35.3% de los clientes no están satisfechos con la entrega del servicio dentro de los plazos y tiempos de respuesta. Se percibe que no existe un trabajo de planificación de los tiempos de entrega de los servicios y el 43.6% de los clientes indicaron estar en desacuerdo en la infraestructura y equipo de la empresa porque no cuenta con equipos modernos y actualizados, las condiciones ambientales y de espacio son pequeñas para el personal, así como para el cliente

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel Internacional

Según Valverde Barragán (2018) en su investigación: *Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la empresa de servicios de internet INPLANET S.A. de Milagro-Ecuador, 2018*: La investigación tuvo como propósito de determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa de servicios de Internet INPLANET S.A. de Milagro-Ecuador, 2018. El tipo de estudio es no experimental, el diseño de la investigación es descriptivo correlacional. El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario aplicado a una muestra de 371 personas en base a una población de 11300 usuarios. Se aplicó 17 preguntas para la variable calidad de servicio y 17 preguntas para la variable satisfacción al cliente de la empresa de servicios de Internet INPLANET S.A. Los resultados determinaron que existe una correlación media alta entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa de servicios de Internet INPLANET S.A. de Milagro - Ecuador, 2018; la percepción de los encuestados es que la calidad de servicio es necesaria casi siempre para que la satisfacción al cliente sea alta. De la misma manera se demostró que las dimensiones determinación, capacitación e implementación, tienen relación con la variable satisfacción al cliente. En base a los resultados obtenidos se concluye que el mejoramiento de los índices de calidad de servicio se está originando de manera paulatina y por efecto mejorara la satisfacción del cliente de la empresa de servicios de Internet INPLANET S.A. de Milagro-Ecuador; y que la implementación de nuevas tecnologías mejorara con el tiempo ya que se necesita de una inyección de capital, eso sí, se considera como un punto muy importante para la mejora de la satisfacción al cliente.

Según Jiménez Ormeño (2018) en su investigación: *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa Suscripciones Integrales, Pueblo Libre, 2018*, menciona que la investigación fue aplicado a los clientes de la empresa Suscripciones Integrales del distrito de Pueblo Libre. Se buscó determinar como la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de sus clientes. Esta investigación se ha realizado con una muestra significativa de 166 clientes. Los datos

se recolectaron a través de un cuestionario, para este estudio se utilizaron dos encuestas para cada variable estructuradas con 10 ítems para cada una, bajo la escala de Likert. La confiabilidad de dichas encuestas se calculó a través del coeficiente alfa de cronbach. Una vez recolectados los datos en campo mediante el instrumento, dicha información fue ingresada al programa estadístico SPSS para su respectivo procesamiento de análisis e interpretación. Teniendo como resultado que la calidad de servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción de los clientes de la empresa Suscripciones Integrales del distrito de Pueblo Libre. Es decir, si los trabajadores mejoran la calidad de servicio, en cuanto a fiabilidad, Empatía y competencia del personal, sin duda incrementaría la satisfacción de los clientes de la empresa.

Según Remache Yungán (2018) en su investigación: *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom SA. de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, período 2018*, menciona que se realizó la investigación con el propósito determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa SIPECOM SA. de la ciudad de Guayaquil. El estudio se realizó con una muestra de 12 clientes y para la recolección de datos de la presente investigación se utilizó la técnica de la “Encuesta” con el “Cuestionario” como instrumento para las variables en estudio. Para identificar la relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente, se empleó la estadística inferencial de correlación de Pearson. La hipótesis planteada fue: Existe relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa SIPECOM SA. de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, período 2018. Según los resultados, se encontró que existe una relación directa media entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom S.A. de la ciudad de Guayaquil – Ecuador, período 2018, pues el coeficiente de correlación de Pearson fue de 0.579 con una significatividad bilateral de 0.048. Estos resultados nos permiten afirmar que en la medida que la calidad del servicio del cliente mejore, la satisfacción del cliente aumentará de manera significativa.

b) A nivel Nacional

Según Ramos Berrocal (2020) en su investigación: *Efecto de la calidad de servicio sobre la fidelización de los clientes de la empresa de transporte Cueva S.A.C Año 2019*, menciona que tuvo como objetivo general determinar la influencia de la calidad de servicio en la fidelización de los clientes de la empresa de transporte Cueva S.A.C., año 2019. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental. Asimismo, la población de estudio estuvo conformada por la totalidad de los clientes registrados en la empresa de transporte Cueva S.A.C. en el año 2019, la cual asciende a 200 clientes y la muestra fue de 132 clientes. Para recolectar los datos se empleó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario para cada variable. Los resultados obtenidos permitieron evidenciar que la variable calidad de servicio posee un nivel medio, según lo manifestado por el 65,15% de los clientes; asimismo, la variable fidelización tuvo un nivel medio, de acuerdo con el 67,42% de los encuestados. Además, la prueba de correlación Rho Spearman fue igual a .611 con una significancia igual a $0,000 < 0.05$. En tal sentido, se concluyó que la calidad del servicio influye significativamente en la fidelización de los clientes de la empresa de transporte Cueva S.A.C., en el año 2019.

Según Guerra Mesías (2018) en su investigación: *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el área de axcellence en la empresa Cabify Perú, 2017*, el objetivo principal de la presente investigación fue determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el área de excellence en la empresa Cabify Perú, 2017. Para la presente investigación uso una muestra de 37 clientes de cooperativos top. La investigación realizada fue de diseño no experimental, de nivel descriptivo correlacional, de tipo aplicada y de corte transversal. Ambas variables tuvieron como instrumento de recolección de datos al cuestionario de preguntas, el cual fue realizado de acuerdo a las dimensiones específicas de cada variable en estudio. Para la primera variable se considera 25 items y para la segunda variable también 25 items. Se evidencia en los resultados que existe una relación alta entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente ($Rho=0.839$ y $Sig=0.000$), por otra parte, se observa que la calidad de servicio se viene desarrollando en buena manera, sin embargo, aún hay puntos por mejorar, como por ejemplo los elementos tangibles que presentan un nivel de correlación débil ($Rho=0.338$).

Según Palomino Manrique (2021) en su investigación: *Características de calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Mype, sector servicio – rubro restaurant: estudio de caso Pikalo´S del distrito de San Vicente de Cañete, año 2019*, “tiene como objetivo determinar las principales características de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO´S” del Distrito de San Vicente de Cañete, Año 2019. Asimismo, tuvo como metodología un enfoque Cualitativo, de diseño No Experimental –Transversal, con un nivel descriptivo. Se aplicó una técnica de entrevista al propietario de la empresa cuyos resultados han servido como pilar para conocer la calidad del servicio en la satisfacción del cliente. La presente investigación se dio conocer que si el Restaurant “PIKALO´S” si cuenta con un buena infraestructura con equipo de herramientas renovado y personal interno reciben una buena formación en relación a su trabajo para brindar calidad del servicio a los clientes y así obtener resultados satisfactorios, para el restaurant. Mostrándose que sus colaboradores si brinda un servicio de calidad a sus clientes para que se encuentre satisfecho, por son ellos quienes genera el crecimiento de la empresa e incremento de su mercado. Se concluye que la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en restaurant PIKALO´S, es buena ya que se encuentra satisfechos los clientes con el servicio recibido.

c) A nivel Local

Según Figueroa Lopez (2018) en su investigación: *Caracterización de calidad de servicio y satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas de restaurantes menú del distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2018*, menciona que en la actualidad la calidad en restaurantes es muy compleja, el problema está en brindar calidad en el servicio es un factor dificultoso en un restaurante, donde se puede ver establecimiento que no cumplen el perfil calidad. Debido a esto se realizó la investigación: Caracterización de la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas de restaurantes menú del distrito de san juan bautista, Ayacucho, 2018. De tipo aplicativo, diseño no experimental, nivel descriptivo, cuyo objetivo principal es describir las características de calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Para poder analizar la investigación propuesta se realizó 2 encuestas a clientes y dueños de los establecimientos. De acuerdo a los resultados, la gran mayoría de

establecimientos no muestran calidad en los servicios que brindan esto debido a que la mayoría trabaja empíricamente, y la minoría son indiferentes y algunos si conocen y aplican calidad en el servicio de sus restaurantes. Vemos que los restaurantes del distrito de San Juan Bautista, no conocen las características de calidad en el servicio, producto y atención al cliente. Es así que los clientes consumidores consideran que de igual manera que no son satisfechos y que la calidad de servicio está por debajo de sus expectativas, ya que si consumen o frecuentan se llega a la conclusión de que es por necesidad, trabajo y estudio más no por la calidad.

Según Pilco Rondinel (2018) en su investigación: *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito de Ayacucho, 2018* menciona que las mypes del rubro gimnasios desempeñan un papel importante en el desarrollo económico, por ello es indispensable conocer la calidad de servicio que brindan y la satisfacción de los clientes, para crear mayor competitividad y crecimiento. La presente investigación plantea el siguiente problema: ¿cuáles son las características de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito Ayacucho, 2018? La metodología es de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, presenta un nivel descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal. Para el recojo de la información se obtuvo una muestra de 80 clientes de las 7 mypes de servicios del rubro gimnasios, se empleó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario de 24 preguntas para ambas variables. Obteniéndose los siguientes resultados: Los elementos tangibles impactan en la calidad de servicio, la apariencia limpia y agradable de los colaboradores son fundamentales para elevar la percepción de calidad; el nivel de fiabilidad es aceptable por los clientes, lo cual no asegura confianza para acudir al personal; la capacidad de respuesta es aceptable por los clientes; el rendimiento percibido es satisfactorio; el deseo de los consumidores o lo que esperan del servicio no llega a satisfacer del todo sus expectativas y que la intensidad, respecto al servicio ofrecido, no siempre genera satisfacción.

Según Llantoy Quicaño (2021) en su investigación: *Calidad del servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte urbano de pasajeros: caso empresa Sucre S.R.L. del distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2021*, menciona que se estableció como objetivo general: Identificar las características de la calidad del

servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte urbano de pasajeros: caso Empresa Sucre S.R.L. Distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2021; el cual responde al problema ¿Cuáles son las características de la calidad del servicio en las micro y pequeñas empresas del rubro transporte urbano de pasajeros: caso Empresa Sucre S.R.L. Distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2021; Siguiendo una metodología de tipo descriptivo de nivel cuantitativo, con un diseño no experimental, teniendo una población de estudio conformado por los clientes de la empresa y una muestra de 384 clientes. Para determinar la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario, conformado por 14 preguntas. El 62.24% manifestaron que nunca, el trabajador de las unidades del transporte urbano tiene una apariencia limpia y agradable; el 39.32% manifiestan que a veces, las instalaciones físicas del transporte público están bien conservadas; el 86.72% manifiestan que nunca, el conductor y cobrador de las unidades del transporte urbano de la ruta 7 están adecuadamente identificados (uniformados o portan fotochecks; el 67.19% manifiestan casi nunca, es suficiente el número de unidades del transporte urbano para cubrir la cobertura de toda la ciudad. Se concluyó con una deficiencia de la calidad del servicio en la empresa Sucre S.R.L. de la ruta 7; como en la capacidad de respuesta, la fiabilidad, los elementos tangibles, se necesita realizar un plan de mejora en la empresa.

2.2. Bases teóricas de la investigación

a) Marco teórico

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Sunat (2018).

Características de la Mype:

Las micro empresas no llegan a superar los 150 UIT anualmente, las pequeñas empresas tampoco superan los 1,700 UIT al año, puede llegar a tener desde 1 a 10 trabajadores en relación a la micro empresa, una pequeña empresa puede albergar de 1 hasta 50 trabajadores. Cuestas (2021).

Importancia:

Las micro y pequeñas empresas (mypes) juegan un rol importante dentro de la economía, tanto en de nuestro país como en el mundo. En el Perú, en 2020, las mypes constituyeron el 95% de la estructura empresarial y emplearon a un 26.6% de la PEA, según la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho), las mypes emplearon a 4.5 millones de trabajadores en 2020, es decir casi una de cada cuatro personas que participaron en el mercado laboral trabajaron en una mype. Mendin (2018).

La importancia de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) en el Perú es indiscutible, tanto por su importancia numérica como por su capacidad de absorción de empleo. Los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares 2000 – III muestran que una importante proporción de la PEA ocupada nacional trabaja en la microempresa, aproximadamente el 18.7%, proporción sólo superada por la participación de los trabajadores independientes no calificados (36.7%). En Lima Metropolitana, el 20.7% de la PEA ocupada labora en microempresas y esta participación supera el 30% si se adiciona la pequeña empresa. En el ámbito urbano, de cada dos asalariados en la empresa privada, uno labora en la microempresa. Maldonado Cornejo (2018).

Es importante que el estado participe así como también las empresas privadas para que puedan atender las necesidades de financiamiento y así ayuden de manera positiva a las Mypes elevar su productividad y búsqueda de nuevos mercados, así también dar paso para que estas Mypes crezcan en el mercado y no se pierdan, el Estado tiene una gran responsabilidad generando una política en las que contenga apoyo a estas Mypes, de esta manera participe en una economía globalizada y con compita en forma desigual. Mateo (2019).

Según Dini y Stumpo (2018) en América latina considerando la economía formal, las mypes representan el 99,5% de las empresas de la región y la gran mayoría son microempresas (88,4% del total) las microempresas es mayoritaria en todos los sectores de la economía y en algunos casos supera el 90% del total de las empresas, las bajas barreras a la entrada favorecen, en este caso, la proliferación de empresas de tamaño muy reducido que, a menudo, responden más a estrategias de autoempleo y concentran una cantidad significativa de unidades productivas. (pág. 10).

Compras a MYPERú adquirirá este año un total de S/ 162.3 millones en bienes para los sectores cuero y calzado, textil-confecciones y metal madera, con el propósito de generar nuevos ingresos a las micro y pequeñas empresas del país (mypes), él ministro Prado espera que para el presente año se formalicen más de 80,000 mypes, a través de los Centros de Desarrollo Empresarial “Tu Empresa”, ubicados a nivel nacional, este número de empresas formalizadas aportarán S/ 54 millones en pago de impuesto a la renta, además de generar 174,000 puestos de trabajo para beneficio de la economía nacional. Prado (2022).

Beneficios laborales de las Mypes:

Según Leguía (2017) estos beneficios comunes son contratos de trabajo que pueden ser:

- a) Indefinidos o a plazo fijo e inclusive a tiempo parcial
- b) Periodo de prueba
- c) Remuneración mínima
- d) Jornada de trabajo
- e) Descanso semanal
- f) Descanso en días feriados
- g) Pago de horas extras

Beneficios Tributarios para las Mypes:

- a) Aquellas personas que son Naturales y que registren en el RUS pagará solo 20 soles de cuota incluido el IGV.
- b) Las MYPES no pagan a las Municipalidades en algunos casos cómo: trámites de actualización de datos, renovación.
- c) Al Ministerio de Trabajo solo pagará el 30% por trámites realizados.
- d) La Mype solo pagará el 1.5% de sus ingresos netos mensuales los del Régimen Especial de Renta (RER).

Simplificación de trámites

- a) El registro de la empresa o llámese su constitución, está dado en un plazo solo de constitución) en 3 días hábiles.

- b) Los que lo harán por la vía de escritura pública serán las empresas que están como personas jurídicas.

Beneficios Laborales

a) Para los Empleados:

Perciben una Remuneración Mínima Legal.

8 horas de Jornada Laboral.

Remuneración por horas extras.

Vacaciones de 15 días

Derecho a descansos.

Seguro para salud.

El aportar a AFP o a la ONP.

b) Para el Empleador:

Sin obligación de pagar CTS.

Vacaciones de trabajadores solo de 15 días.

Sin obligación de pagar el 35% de trabajo nocturno.

No da gratificaciones.

Sin obligación por dar Asignación Familiar.

No da utilidades.

Beneficios Financieros:

- a. Los microempresarios podrán realizar operaciones de ventas al crédito, con la venta de facturas podrá conseguir efectivo casi de inmediato.
- b. Hacer uso del FOGEM (Fondo de Garantía Empresarial).
- c. Ingresar al PROPYME (Programa Especial de Apoyo Financiero).
- d. Obtener líneas de crédito.
- e. 40 % de las compras nacionales es para las MYPES y acceso al FIDECOM.

Algunos beneficios de la Ley MYPE

- a. Vacaciones de 15 días para los trabajadores.
- b. El aporte a AFP o ONP es opcional.
- c. No hay obligación de pagar CTS, ni gratificaciones ni asignación familiar, ni pago de utilidades.
- a) Las MYPE no podrán ser multadas durante los 3 primeros años tendrán la posibilidad de enmendarlo.

Compras a MYPERú adquirirá este año un total de S/ 162.3 millones en bienes para los sectores cuero y calzado, textil-confecciones y metal madera, con el propósito de generar nuevos ingresos a las micro y pequeñas empresas del país (mypes), él ministro Prado espera que para el presente año se formalicen más de 80,000 mypes, a través de los Centros de Desarrollo Empresarial “Tu Empresa”, ubicados a nivel nacional, este número de empresas formalizadas aportarán S/ 54 millones en pago de impuesto a la renta, además de generar 174,000 puestos de trabajo para beneficio de la economía nacional. Prado (2022).

Calidad de servicio

Es una labor que implica a todo el personal de las empresas en todos sus niveles y áreas de actuación, esto significa ser cocientes del éxito en las relaciones que se puedan dar entre clientes y las actitudes o conductas que se observen en la atención, así como guarda una estrecha relación entre las expectativas del cliente y los deseos de la organización para alcanzar sus objetivos; mejora la calidad del servicio a través de la mejora de la experiencia de la compra. Lopez Vicente (2018) pág. 11.

Las empresas que brindan una excelente experiencia al cliente ven crecer, sus ingresos de 4% a 8% por encima del mercado. No obstante, el 84% de las empresas que trabajan para mejorar la calidad de servicio y satisfacción del cliente reportan mayores ingresos, al mismo tiempo, el 70% de los consumidores dice que ha gastado más dinero comprando de un negocio que brinda buen servicio, y el mismo porcentaje afirma que compartiría una experiencia positiva con una marca con por lo menos 6 personas conocidas. Silva (2020).

El coste de mantener a un cliente suele ser menor que el coste de conseguir un cliente nuevo, de acuerdo con este hecho las empresas realizan un esfuerzo en sus inversiones para garantizar la calidad que ofrecen a sus clientes. Además, un cliente satisfecho se convierte en la estrategia de promoción más efectiva para una empresa ya que los comentarios de un cliente fidelizado a sus amigos, conocidos y familiares atraen a potenciales clientes que cuentan con referencias de excelencia en el servicio. Cruz Medina, (2019).

La calidad de servicio puede marcar la diferencia en una empresa, ya que con ella se responde mejor a las necesidades del mercado. La cuota de mercado de la que dispone una sociedad va directamente relacionada con la satisfacción de los clientes. Si un servicio no es adecuado, por desgracia, la noticia se extiende más rápido que si fuéramos una empresa excelente, los esfuerzos que la sociedad realice deben tener como objetivos la adaptación a los nuevos tiempos y la superación de cualquier expectativa. Lo primordial es tratar de obtener los mejores servicios al menor costo, así como los productos óptimos. Sanchez (2018).

La calidad del servicio al cliente se trata de asombrar las expectativas que tienen los clientes. Es de vital importancia para cualquier empresa y la razón es porque de esto puede depender el éxito o fracaso de un negocio, así como la cantidad de clientes, la fidelización que se puede tener y hasta las recomendaciones con otros consumidores. Castañeda (2022).

Tipos de calidad de servicio

Según Castañeda (2022) menciona que de acuerdo con investigaciones existen cuatro perspectivas o tipos de calidad de servicio, pero debemos tener en cuenta que cada negocio va necesitar diferentes aspectos, dependerán de cual se adaptan mejor:

a) Calidad de excelencia

Sabemos que todas las organizaciones prestan u ofrecen un servicio al cliente ya sea directa e indirectamente así que se debe tener como meta que el negocio donde estas incursionando lo domines y seas el mejor en ese ámbito, ese debe ser tu objetivo.

Debemos tener en cuenta que para alcanzar a ser los mejores es muy difícil, se necesita mucho trabajo.

Ya que la denominación de ser excelente en dónde se incursiona lo va apreciar el propio cliente y este le dará aquella denominación, antes debemos superar todas las expectativas ya que cada persona es diferente, también sabemos que cada servicio o producto que se ofrece son diferentes las exigencias y expectativas que tendrán los consumidores.

b) Calidad según las especificaciones

La calidad de servicio puede ir cambiando de acorde a lo se necesita en una empresa. Todo ello con el fin de evaluar la calidad de servicio al cliente en diferentes fases que tiene el ciclo de compra, para después con ello analizar y poder observar y mejorar estratégicamente.

c) Valor de la Calidad

La calidad en todo negocio es muy importante es por ello que significa mucho, cada cliente en un negocio tiene diferentes necesidades por satisfacer, todos los clientes deben superar todas sus expectativas como consumidor es por ello que la atención debería ser grandioso.

Se tiene que tomar siempre en cuenta que la calidad junto con las expectativas del cliente es clave para todo negocio, es por ello que cada proceso de la prestación de un servicio o producto de todos los días deben ser de calidad y puedan superar las expectativas.

d) Calidad como satisfacción

El éxito de cualquier negocio, respecto a esa marca o la fidelización de los clientes dependerá de cómo se sientan los consumidores y qué tan satisfechos terminen después de recibir su atención.

Componentes de la calidad de servicio

Según Euroinnova (2019) se trata de que el cliente emite su opinión considerando diferentes características o aspectos y son:

- a) La rentabilidad: En ello encontramos que él cliente muestre si está de acorde o no en relación al-precio.

- b) La seguridad: La parte de seguridad se refiere al espacio físico en la cual funciona el negocio, así como también analizamos la garantía que cómo empresa nos ofrecen y debe ser muy bueno
- c) La tangibilidad: Nos hace referencia a todo el ambiente físico que posee el negocio, así como se emplean los recursos materiales adecuadamente para la prestación.
- d) La confiabilidad: Esto se basa en que el cliente tiene confianza y está tranquilo con la prestación del servicio o producto y que estas se llevarán a cabo de manera efectiva como se establecieron.
- e) La accesibilidad: Generalmente el negocio debe tener fácil acceso, no debe estar posicionados en lugares no concurridos, debe tener un buen posicionamiento.

Según Matsumoto Nishizawa (2014): El modelo Servqual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio.

Fiabilidad: Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.

Sensibilidad: Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.

Seguridad: Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

Empatía: Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.

Elementos tangibles: Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

Impacto de la calidad de servicio

Lopez Vicente (2018) hace referencia al valor que se ofrece con un valor añadido a nuestros clientes frente a las ofertas de los competidores y tratar que nos perciban de

forma diferente, por ello es necesario usar como estrategia herramientas para lograrlas. (pág. 16):

- a) Se debe atender peticiones del cliente, así como las necesidades que ellos tuvieran.
- b) No engañar y actuar de forma honesta y comprometerse con lo acordado.
- c) No debemos dejar llevarnos por nuestras emociones y poder tratar mal al cliente hay que saber manejarlas.
- d) El ambiente debe ser de acorde a lo que se ofrece
- e) Escuchar al cliente para poder mejorar los procesos.
- f) Cubrir los objetivos previstos.
- g) Hay que tener muchas alternativas que puedan ayudar a resolver conflictos de manera satisfactoria.
- h) Debemos atender a nuestros clientes y resolver todas las inquietudes, quejas y reclamaciones que puedan tener. Sus criticas pueden ser un apoyo para nuestra mejora.

Satisfacción del cliente

Lopez (2018) La calidad del servicio al cliente se trata de cubrir y rebasar las expectativas que tienen los clientes, a través de factores que son elementos tangibles, seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta y la empatía. Es sumamente importante porque de esto puede depender el éxito de un negocio, el número de clientes, la fidelización de los mismos y hasta las recomendaciones con otros consumidores. (pág. 25).

La satisfacción del cliente es la manera más simple de darnos cuenta como un negocio sea de servicio o producto es buena ya que podemos percibir en un cliente se fue satisfecho o insatisfecho, aquellas calificaciones que puedan dar lo clientes no servirán para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan. Hammond (2021).

La satisfacción del cliente es la base de los sistemas de gestión de la calidad. Los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. Los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o

pueden ser determinados por la propia organización, pero, en cualquier caso, es finalmente el cliente el que determina la aceptabilidad del producto. Coello (2018).

Elementos que conforman la satisfacción:

- a) Marca
- b) Producto o servicio
- c) Calidad
- d) Rendimiento
- e) Oferta
- f) Percepción
- g) Expectativas
- h) Experiencia
- i) Comparación
- j) Nivel de satisfacción

Beneficios principales de invertir en la satisfacción de tus clientes

Según Hammond (2021) menciona que un cliente satisfecho, feliz, conforme puede traer grandes beneficios a tu empresa:

- a) Mayor fidelización

Algo que todo negocio necesita son clientes leales que siempre vuelvan a adquirir los productos que ofreces y no solo ello también que estas la recomienden a sus amigos y colegas. Pero para que todo esto pase tu negocio se necesita poner ímpetu en poder satisfacer sus necesidades. Podemos también realizar estrategias como reducir los precios o cambiar algún aspecto de la compra teniendo en cuenta que no sean afectados ni la calidad y el servicio que se presta, muchos consumidores te premiarán con su fidelidad hacia tu negocio.

- b) Mayor ventaja sobre tus competidores

Todos los clientes en este mundo tan global están llenos de marcas en el que, día a día, deben escoger por las que más les guste y satisfaga; todo ello depende de: Su precio, calidad, exclusividad y otras características del producto o servicio.

- c) Mejor publicidad

Debemos generar más campaña publicitaria para poder llegar a todo consumidor, pero no solo eso, sino que la publicidad empleada debe contener estrategias que puedan impactar a los clientes, hoy en día existe infinidad de maneras de publicitarse. (pág. 12)

Tecnología de servicio al cliente

A raíz del mundo digital en constante evolución, existen algunas soluciones importantes que han demostrado ser la base del servicio al cliente en el mundo moderno. Estos son sitios web, correos electrónicos, canales de comunicación como las redes sociales y, por último, desarrollos de software, además de estas importantes soluciones mencionadas anteriormente, están surgiendo otros avances tecnológicos que pueden dar forma a la experiencia del cliente. Lugo (2019).

b) Marco conceptual

Micro y Pequeñas Empresas

Se basan en empresas que sus niveles de producción son de menor escala, sus ventas anuales no superan el 150 UIT, la cantidad de trabajadores que poseen son reducidas, las mypes tienen ventas no tan altas, pero que por su cantidad de mypes existentes realizan un gran aporte al PBI nacional generando así empleo y su aporte con la sociedad, su composición y su mejora son muy importante para un país.

Calidad de servicio

La calidad de servicio son conjuntos de estrategias que se realiza para mejorar de la satisfacción de nuestro cliente generando así expectativas positivas que serán claves para nuestro negocio, va generar buenos ingresos, así como cliente satisfechos y fidelizados que recomendarán a otro entorno por el nivel de satisfacción que obtuvieron.

Satisfacción

Es dar cumplimiento de manera positiva a la necesidad que se tenía, generando así bienestar sobre un producto o servicio recibido.

Fidelización

La fidelización significa generalmente que hay una lealtad ya sea una marca, producto o servicio, ósea que no recurre a otros lugares para comprar o usar el servicio similar siempre lo realiza en un mismo lugar.

Cliente

Es la parte más importante de todo negocio, porque sin el cliente no existiera la empresa, ya que son las receptoras de un bien, servicio o producto o idea, entre otros.

Tecnología

Es una suma de ciertas habilidades, técnicas, métodos procesos que combinados realizan sistemas para mejorar ya sea la producción u otros ambientes en las cuales su operación son más sencillas, facilitando así al hombre optimizar el tiempo.

Imprenta

Es un lugar dónde se realiza la reproducción de libros o textos a base de tinta ya sea en papel u otros materiales.

III. HIPÓTESIS

En la investigación que se realizó, que lleva por título: Calidad de servicio para la mejora de la satisfacción de los clientes en la imprenta Saegmi del distrito Ayacucho,2022; no se planteó una hipótesis ya que fue una investigación descriptiva.

Según Hernández Sampieri (2017) manifiesta que, por ser una investigación con diseño descriptivo no se formulará hipótesis de investigación ya que solo se describirá las características de las variables calidad de servicio y satisfacción de cliente.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación:

Según Hernandez Fernandez, (2017) la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir es una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes sino se observa los sucesos tal y como se suscitan.

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental porque no existe manipulación de las variables y transversal porque se conoce el tiempo de aplicación.

4.1.2. Tipo de investigación:

Según Murillo (2018) la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación

Fue una investigación aplicada y de enfoque cuantitativo porque se hace uso de programa Excel y encuesta para la recolección de información, se centró en la descripción de las características de la calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en la imprenta Saegmi, distrito Ayacucho, 2022.

4.1.3. Nivel de investigación:

Según Arias (2017) La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere

La investigación fue de nivel Descriptivo puesto que se describió las características de la calidad de servicio en la Mype Saegmi del distrito de Ayacucho, 2022.

4.2. Población y muestra:

4.2.1. Población

Según Hernandez (2017), "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (p. 65). Es la totalidad del fenómeno

a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Según data del dueño de la imprenta Saegmi son aproximadamente 280 clientes quienes solicitan siempre algún servicio o producto al mes de la Micro y pequeña empresa, imprenta Saegmi, distrito de Ayacucho.

4.2.2. Muestra

Según Hernandez, (2017), la muestra es en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población (Pág. 141).

Para el cálculo del tamaño de muestra se aplicó la siguiente fórmula estadística para población finita, se utilizó el nivel de confianza de 95% y el margen de error del 5% para identificar la muestra.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Z = 1.96 Nivel de confianza 95%

P = 50% Probabilidad de ocurrencia

q = 50% Probabilidad de no ocurrencia

e = 0.05% Margen de error

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 280}{(0.05)^2 * 279 + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50} = 161 \text{ clientes}$$

Se aplicó el tipo de Muestreo Aleatorio Simple de acuerdo a la fórmula de población finita se logró hallar 161 clientes, pero se agarró al azar a los clientes que concurren siempre al negocio y solicitan algún producto o servicio, mas no a los clientes que solo ingresan a hacer consultas, se llegó a encuestar a 68 clientes de la Imprenta Saegmi del distrito de Ayacucho, 2022.

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Según Espinoza Freire (2019) está constituida por una serie de procedimientos o indicaciones para realizar la medición de una variable definida conceptualmente. En esta se intenta obtener la mayor información posible de la variable seleccionada, a modo de captar su sentido y adecuación al contexto

El método que se empleó en el proceso de investigación fue descriptivo de la variable calidad de servicio para la mejora de satisfacción de los clientes.

Con respecto a las técnicas e instrumentos de investigación se aplicó encuestas, que constó de 16 preguntas en el cuestionario, se caracterizó por su amplia utilidad en la investigación por su buen manejo, excelencia, también por su veracidad, utilidad, sencillez y objetividad de los datos que se obtuvo mediante el cuestionario como instrumento de investigación.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	ITEMS	Escala de medición
CALIDAD DE SERVICIO	<p>“Según Lopez Vicente (2018) La calidad del servicio al cliente se trata de cubrir y rebasar las expectativas que tienen los clientes, a través de factores que son elementos tangibles, seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta y la empatía. Es sumamente importante porque de esto puede depender el éxito de un negocio, el número de clientes, la fidelización de los mismos y hasta las recomendaciones con otros consumidores. (pág. 11).</p>	<p>La calidad de servicio se realiza para mejorar la satisfacción de nuestro cliente generando así expectativas positivas que serán claves para nuestro negocio, esto va generar buenos ingresos, así como clientes satisfechos y fidelizados.</p>	Elementos tangibles	Instalaciones	1. ¿Para usted las instalaciones son agradables?	<p>Escala Likert 1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo.</p>
				Equipamiento	2. ¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?	
			Seguridad	Confianza	3. ¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?	
				Cortesía	4. ¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?	
			Fiabilidad	Habilidad	5. ¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y esta preparados para atenderlo?	
				Cumplimiento	6. ¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido en la atención?	
			Capacidad de respuesta	Entrega	7. ¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?	
				Servicio rápido	8. ¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?	
			Empatía	Disponibilidad	9. ¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?	
				Atención	10. ¿Los horarios de atención de la imprenta es lo adecuado?	

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	<p>(Quintana Congona, 2022) Es cuando un cliente se llena de felicidad y se siente realizado, ya sea con los productos y servicios de una empresa, así como con la experiencia general que le brinda la empresa y la marca. En otras palabras, es el nivel con el cual un vendedor logra satisfacer las expectativas del cliente con sus productos o servicios.</p>	<p>La satisfacción del cliente es un punto importante para toda organización ya que de ellos dependerá la mejora de sus productividad por ende en su ganancias, el cumplimiento de las expectativas de un cliente harán que nos recomienden como negocio.</p>	Expectativas del cliente	Necesidades	11. Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?
				Precio	12. ¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?
			Conformidad de los clientes	Valor percibido	13. ¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?
				Descripción	14. ¿ Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?
			Calidad funcional	Satisfacción	15. ¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?
				Recomendación	16. Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?

4.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnica

En el presente trabajo de investigación se utilizó como técnica la encuesta, mediante el cual se pudo recabar información para la investigación, según Santos, (2019) este tipo de recolección son más económicas y flexibles, se puede aplicar por diferentes medios, obteniendo información honesta que permite una buena investigación.

4.4.2. Instrumento

Como instrumento se usó el cuestionario, según Arias, (2016) es una herramienta de investigación en la cual se realizan preguntas de la manera más conveniente para determinar con claridad y obtener información, poder almacenar datos para su estudio, está conformado por preguntas redactadas de forma clara y precisa según los indicadores de cada variable, fue de escala Likert que consiste en 5 tipos de respuesta, las cuales son totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

4.5. Plan de análisis

Según Alonso Lorenzo, (2011) el plan análisis muestra detalladamente cuales fueron los resultados de las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente y como estas serán expresadas con técnicas estadísticas.

El plan de análisis fue a través del recojo de información mediante el instrumento que fue la encuesta, posteriormente se llevó a la tabulación de los datos obtenidos a través de gráficos, los datos que se obtuvieron se analizaron en el programa Excel.

4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>¿Cuáles son las características de la Calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuáles son las características de los elementos tangibles para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?</p> <p>¿Cuáles son las características de la seguridad para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?</p> <p>¿Cuáles son las características de la fiabilidad para mejorar la satisfacción en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?</p> <p>¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?</p> <p>¿Cuáles son las características de la empatía para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022?</p>	<p>Identificar las características de la Calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Conocer las características de los elementos tangibles para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.</p> <p>Describir las características de la seguridad para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.</p> <p>Conocer las características de la fiabilidad para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.</p> <p>Describir las características de la capacidad de respuesta para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.</p> <p>Describir las características de la empatía para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.</p>	<p>Según Hernández Sampieri (2017) manifiesta que, por ser una investigación con diseño descriptivo no se formulará hipótesis de investigación.</p>	<p>Calidad de servicio</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>1. Tipo de investigación: Investigación aplicada, enfoque cuantitativo.</p> <p>2. Nivel de investigación: Nivel descriptivo.</p> <p>3. Diseño de investigación: No experimental.</p> <p>4. Población: Clientes de la Imprenta Saegmi.</p> <p>Muestra: Se aplicó una encuesta a 68 clientes.</p> <p>5. Técnicas: La encuesta.</p> <p>6. Instrumentos: El cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

Todas las fases de la actividad científica deben conducirse en base a los principios de la ética que rigen la investigación en la ULADECH Católica versión 004:

Protección de la persona: El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Este principio no sólo implica que las personas que son sujeto de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino que también deben protegerse sus derechos fundamentales si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia.

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Beneficencia y no-maleficencia: Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia: El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas. El investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación, y pueden acceder a los resultados del proyecto de investigación.

Integridad científica: El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, el investigador debe proceder con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos.

Además, debe garantizar la veracidad en todo el proceso de investigación, desde la formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados.

V. RESULTADOS

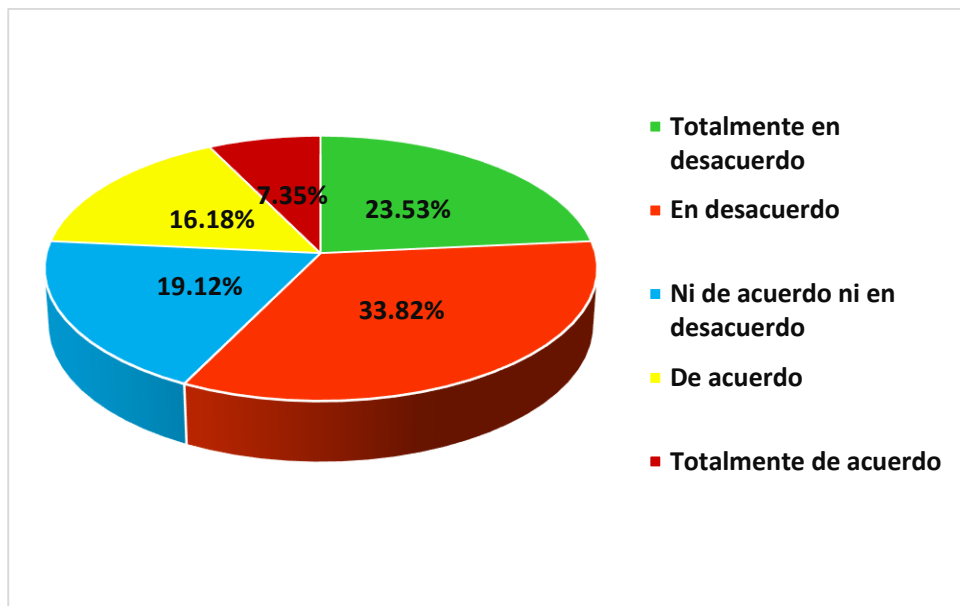
5.1. Resultados

Objetivo específico 1: Conocer las características de los elementos tangibles para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022.

Tabla 1. ¿Para usted las instalaciones son agradables?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	16	23.53
En desacuerdo	23	33.82
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	19.12
De acuerdo	11	16.18
Totalmente de acuerdo	5	7.35
TOTAL	68	100.00

Figura 1. ¿Para usted las instalaciones son agradables?

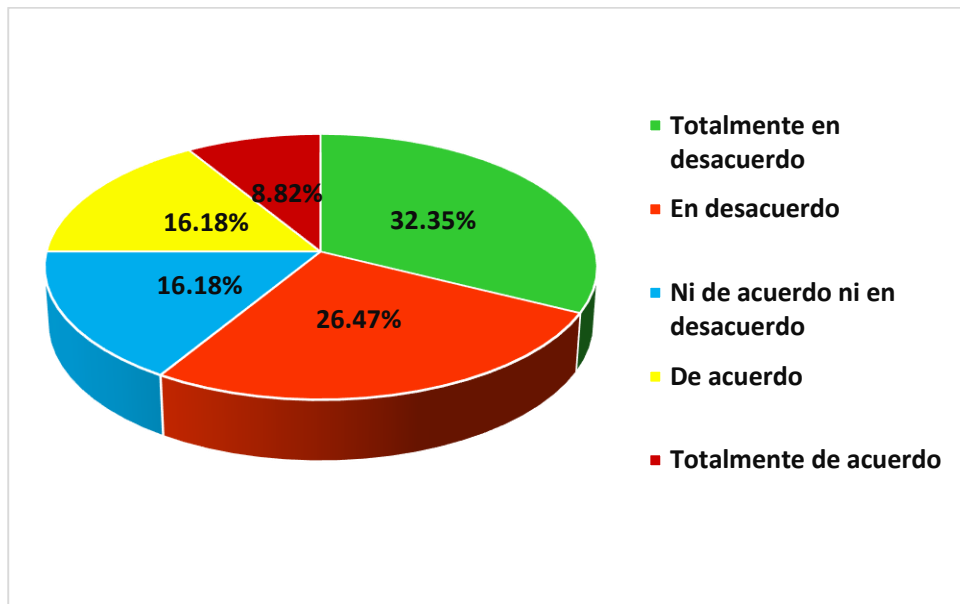


Nota: En la tabla 1 que deriva del objetivo específico 1, los resultados nos indican que el menor porcentaje es de 7.35% y nos indican que los clientes están totalmente de acuerdo que las instalaciones son agradables, por otro lado, el mayor porcentaje es de 33.82% lo cual no indica que los clientes están en desacuerdo.

Tabla 2. *¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?*

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	22	32.35
En desacuerdo	18	26.47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	16.18
De acuerdo	11	16.18
Totalmente de acuerdo	6	8.82
TOTAL	68	100.00

Figura 2. *¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?*

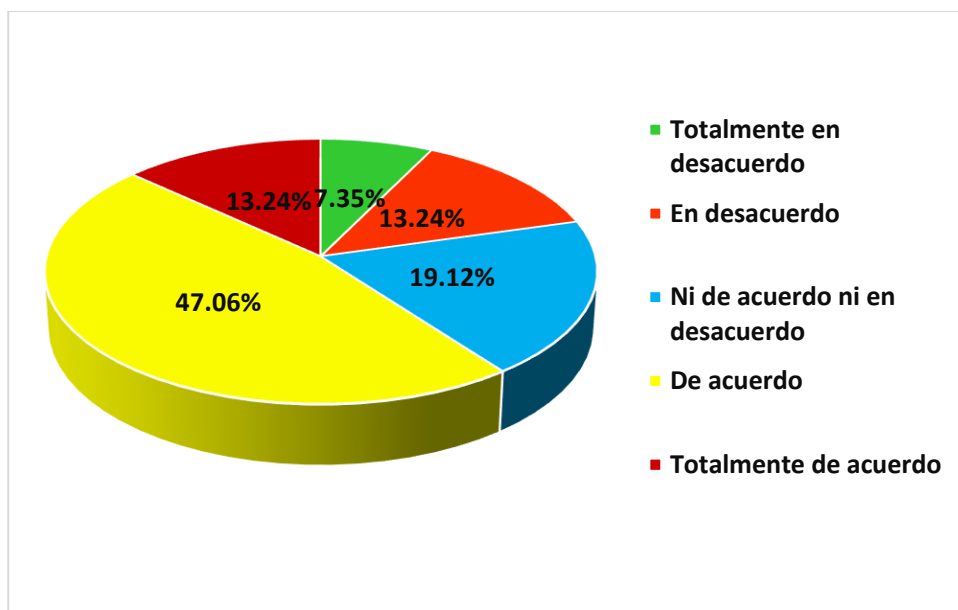


Nota: En la tabla 2 que deriva del objetivo específico 1, los resultados nos indican que el menor porcentaje es de 8.82% y nos indican que los clientes están totalmente de acuerdo de que los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda, por otro lado, el mayor porcentaje es de 32.35% lo cual no indica que los clientes están totalmente en desacuerdo.

Tabla 3. ¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	5	7.35
En desacuerdo	9	13.24
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	19.12
De acuerdo	32	47.06
Totalmente de acuerdo	9	13.24
TOTAL	68	100.00

Figura 3. ¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?

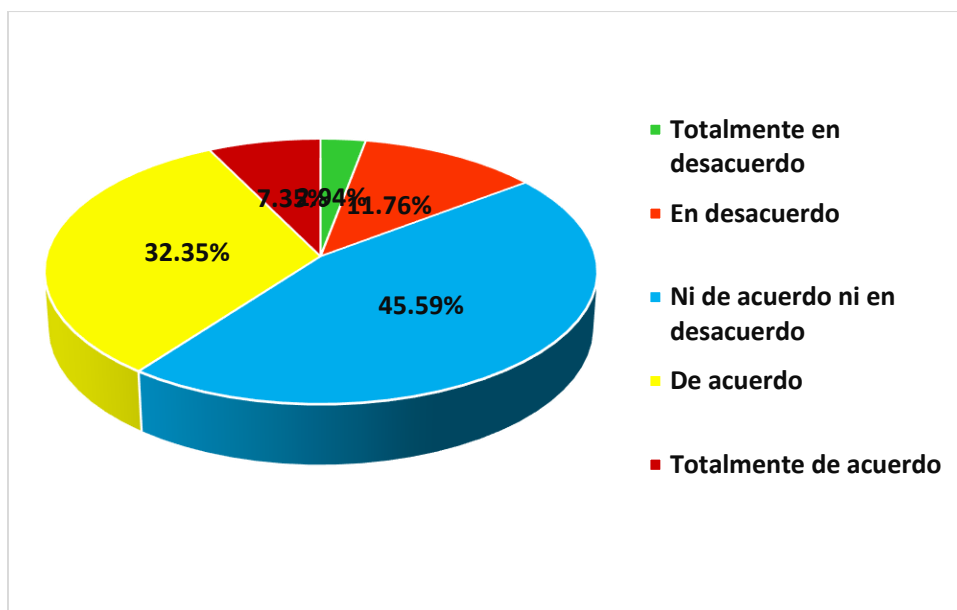


Nota: En la tabla 3 que deriva del objetivo específico 2, los resultados nos indican que el menor porcentaje es de 7.35% y nos indican que los clientes están totalmente en desacuerdo que no confían con la cantidad de producto que recibe, por otro lado, el mayor porcentaje es de 47.06% lo cual nos indica que los clientes están de acuerdo y si confían.

Tabla 4. ¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	2	2.94
En desacuerdo	8	11.76
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	45.59
De acuerdo	22	32.35
Totalmente de acuerdo	5	7.35
TOTAL	68	100.00

Figura 4. ¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?

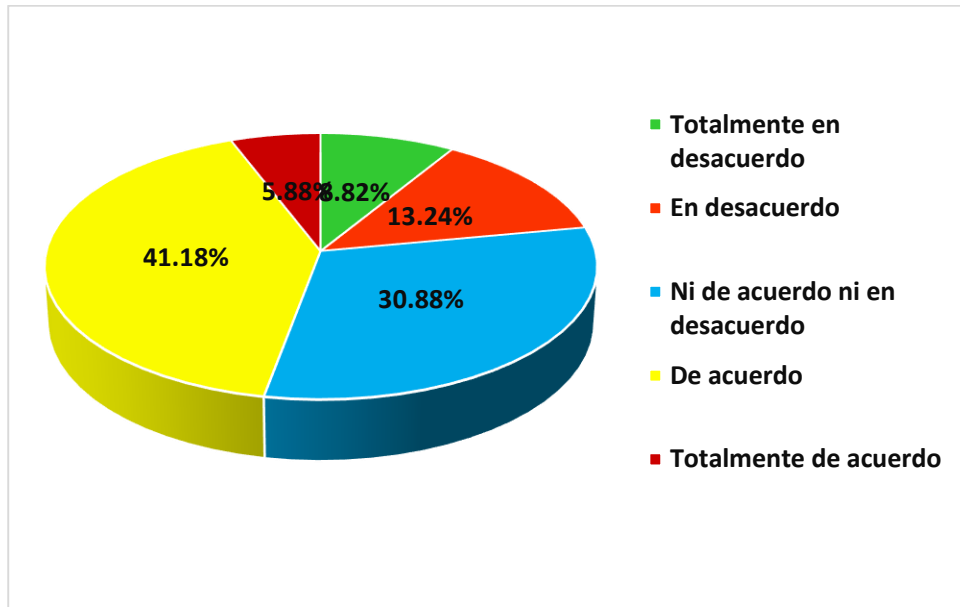


Nota: En la tabla 4 que deriva del objetivo específico 2, los resultados nos indican que el menor porcentaje es de 2.94% y están totalmente en desacuerdo que el personal le muestra buen trato y es amable, por otro lado, el mayor porcentaje es de 45.59% lo cual nos indica que están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 5. ¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y están preparados para atenderlo?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	6	8.82
En desacuerdo	9	13.24
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	30.88
De acuerdo	28	41.18
Totalmente de acuerdo	4	5.88
TOTAL	68	100.00

Figura 5. ¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y están preparados para atenderlo?

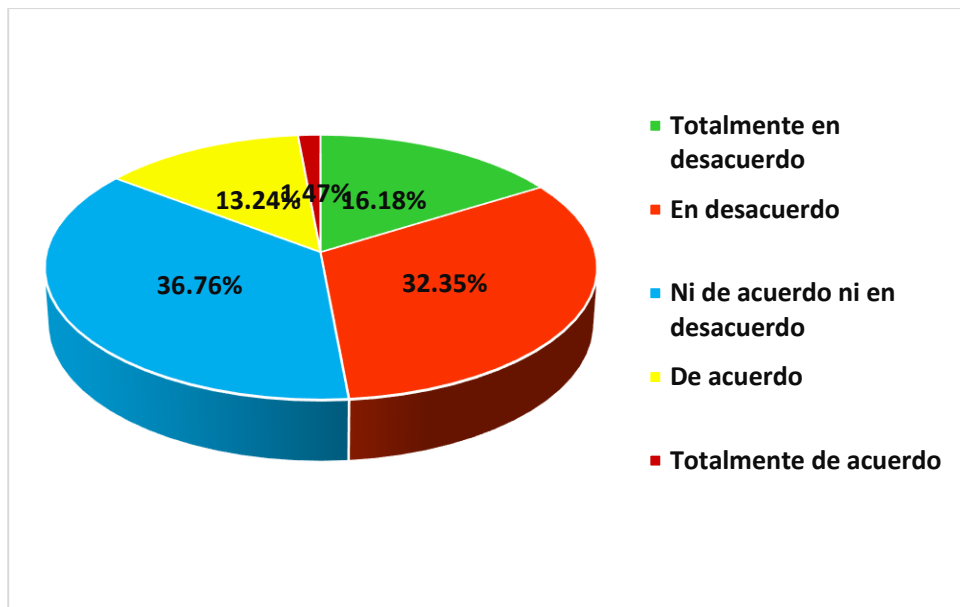


Nota: En la tabla 5 que deriva del objetivo específico 3, los resultados nos indican que el 5.88% están totalmente de acuerdo que el personal tiene la habilidad y están preparados para atenderlo, por otro lado, el mayor porcentaje es de 41.18% lo cual nos indica que los clientes están de acuerdo.

Tabla 6. ¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	11	16.18
En desacuerdo	22	32.35
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	36.76
De acuerdo	9	13.24
Totalmente de acuerdo	1	1.47
TOTAL	68	100.00

Figura 6. ¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido?

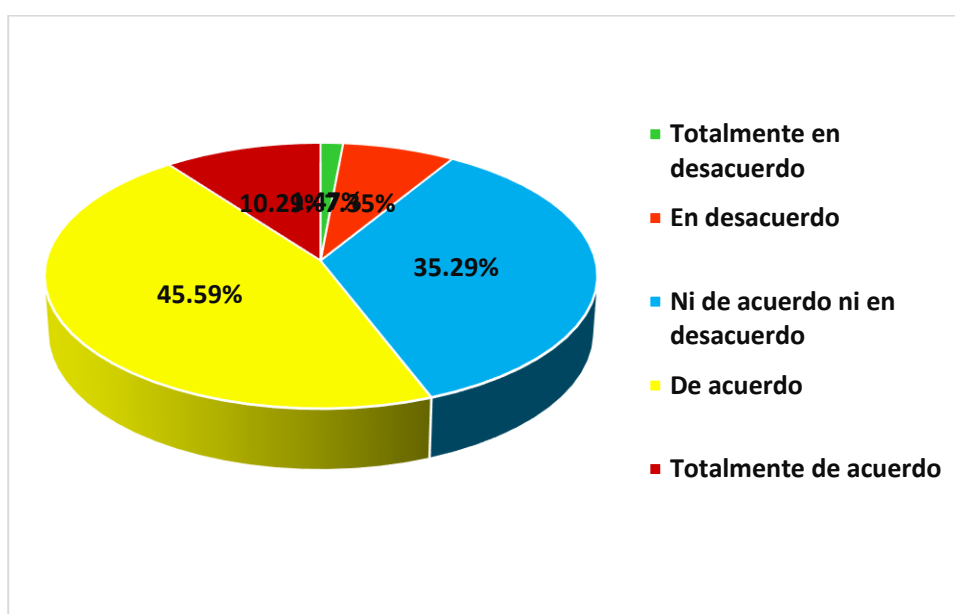


Nota: En la tabla 6 que deriva del objetivo específico 3, los resultados nos indican que el 1.47% están totalmente de acuerdo que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido, por otro lado, el mayor porcentaje es de 36.76% lo cual nos indica que los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 7. ¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	1	1.47
En desacuerdo	5	7.35
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	35.29
De acuerdo	31	45.59
Totalmente de acuerdo	7	10.29
TOTAL	68	100.00

Figura 7. ¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?

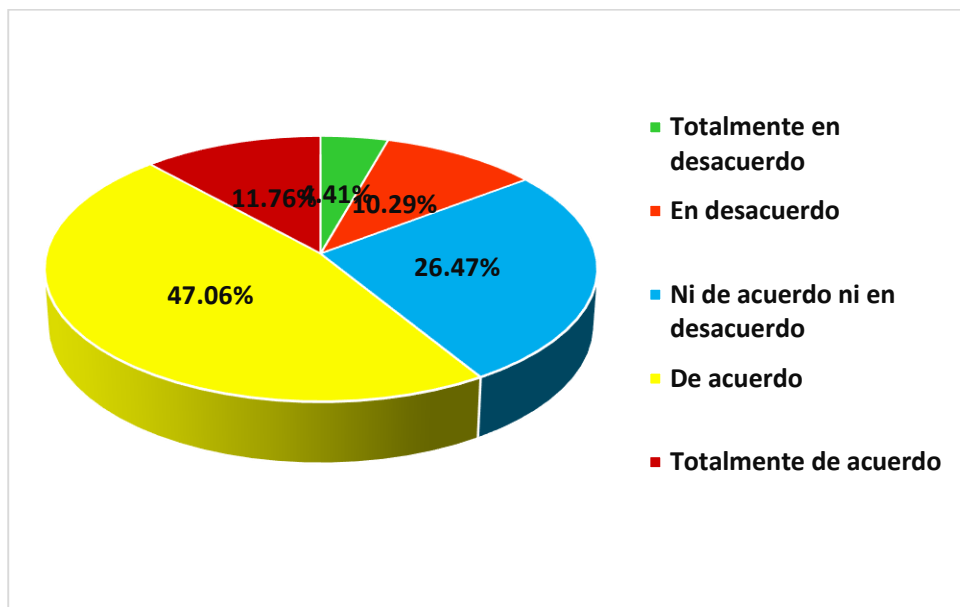


Nota: En la tabla 7 que deriva del objetivo específico 4, los resultados nos indican que el 1.47% están totalmente en desacuerdo que la entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado, por otro lado, el mayor porcentaje es de 45.59% lo cual nos indica que los clientes están de acuerdo.

Tabla 8. ¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	3	4.41
En desacuerdo	7	10.29
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	26.47
De acuerdo	32	47.06
Totalmente de acuerdo	8	11.76
TOTAL	68	100.00

Figura 8. ¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?

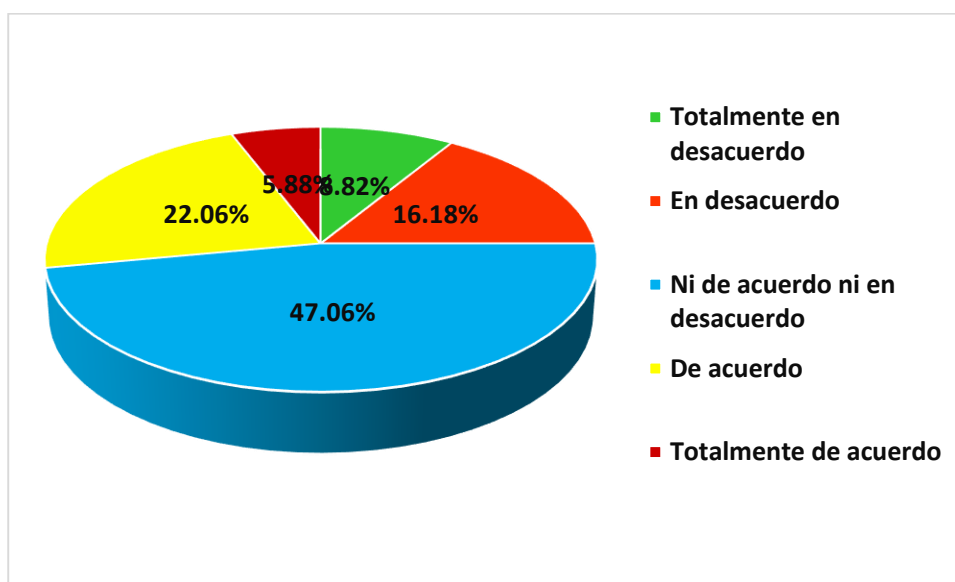


Nota: En la tabla 8 que deriva del objetivo específico 4, los resultados nos indican que el 4.41% están totalmente en desacuerdo que el personal le brinda atención oportuna y con prontitud, por otro lado, el mayor porcentaje es de 47.06% lo cual nos indica que los clientes están de acuerdo.

Tabla 9. ¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	6	8.82
En desacuerdo	11	16.18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	47.06
De acuerdo	15	22.06
Totalmente de acuerdo	4	5.88
TOTAL	68	100.00

Figura 9. ¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?

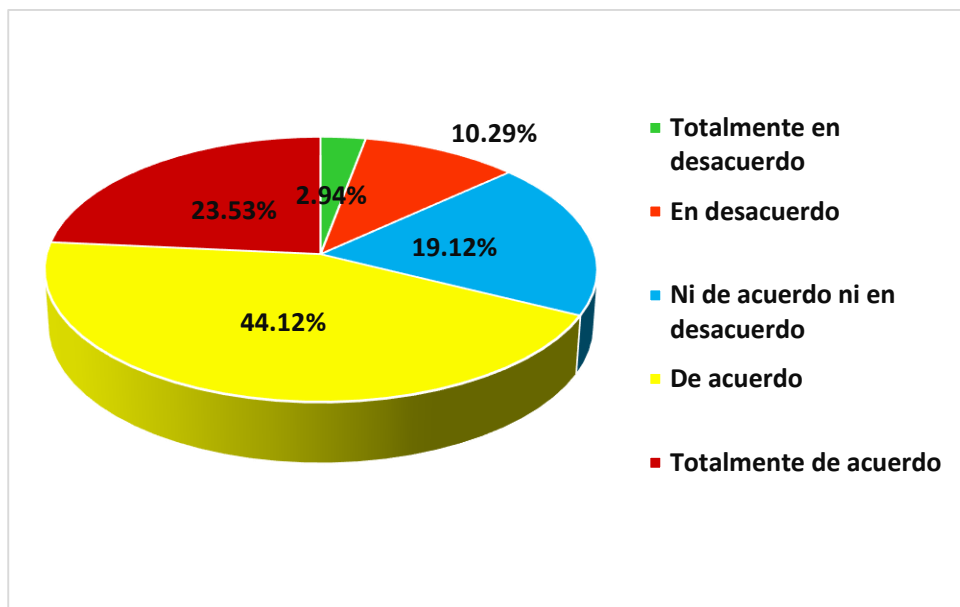


Nota: En la tabla 9 que deriva del objetivo específico 5, los resultados nos indican que el 5.88% están totalmente de acuerdo que personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias, por otro lado, el mayor porcentaje es de 47.06% lo cual nos indica que los clientes no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 10. ¿Los horarios de atención de la imprenta es lo adecuado?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	2	2.94
En desacuerdo	7	10.29
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	19.12
De acuerdo	30	44.12
Totalmente de acuerdo	16	23.53
TOTAL	68	100.00

Figura 10. ¿Los horarios de atención de la imprenta es lo adecuado?

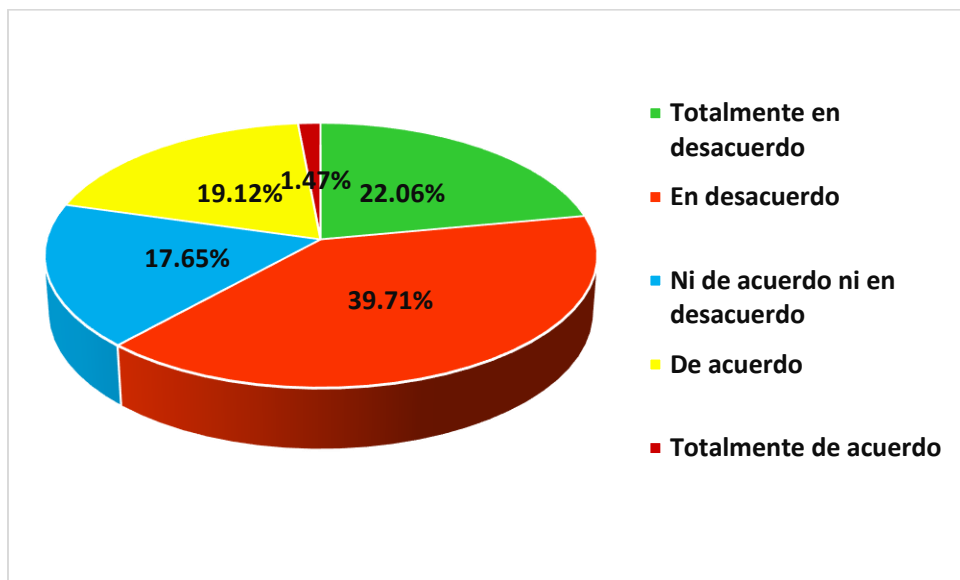


Nota: En la tabla 10 que deriva del objetivo específico 5, los resultados nos indican que el 2.94% están totalmente en desacuerdo que los horarios de atención de la imprenta es lo adecuado por otro lado, el mayor porcentaje es de 44.12% lo cual nos indica que los clientes están de acuerdo.

Tabla 11. Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	15	22.06
En desacuerdo	27	39.71
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	17.65
De acuerdo	13	19.12
Totalmente de acuerdo	1	1.47
TOTAL	68	100.00

Figura 11. Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?

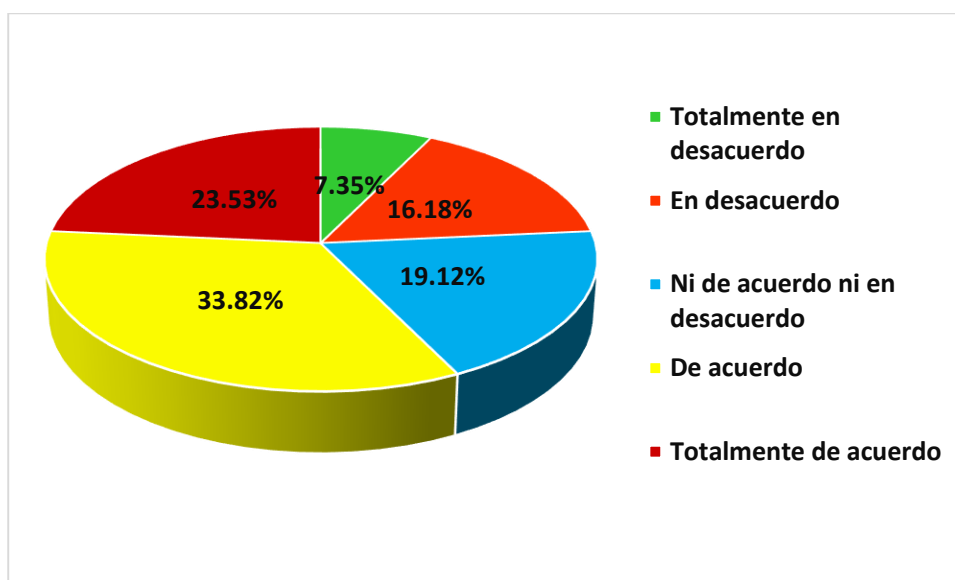


Nota: En la tabla 11 que deriva de la variable satisfacción del cliente, los resultados nos indican que el 1.47% están totalmente de acuerdo que la imprenta Saegmi le ofrece todo lo que necesita, por otro lado, el mayor porcentaje es de 39.71% lo cual nos indica que los clientes están en desacuerdo.

Tabla 12. ¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	5	7.35
En desacuerdo	11	16.18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	19.12
De acuerdo	23	33.82
Totalmente de acuerdo	16	23.53
TOTAL	68	100.00

Figura 12. ¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?

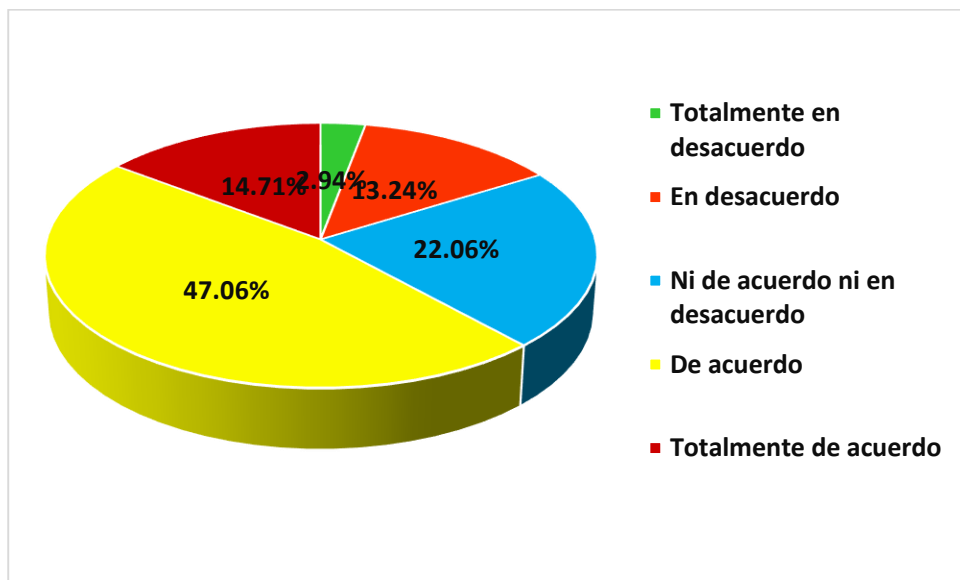


Nota: En la tabla 12 que deriva de la variable satisfacción del cliente, los resultados nos indican que el 7.35% están totalmente en desacuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi, por otro lado, el mayor porcentaje es de 33.82% lo cual nos indica que los clientes están de acuerdo.

Tabla 13. ¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	2	2.94
En desacuerdo	9	13.24
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	22.06
De acuerdo	32	47.06
Totalmente de acuerdo	10	14.71
TOTAL	68	100.00

Figura 13. ¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?

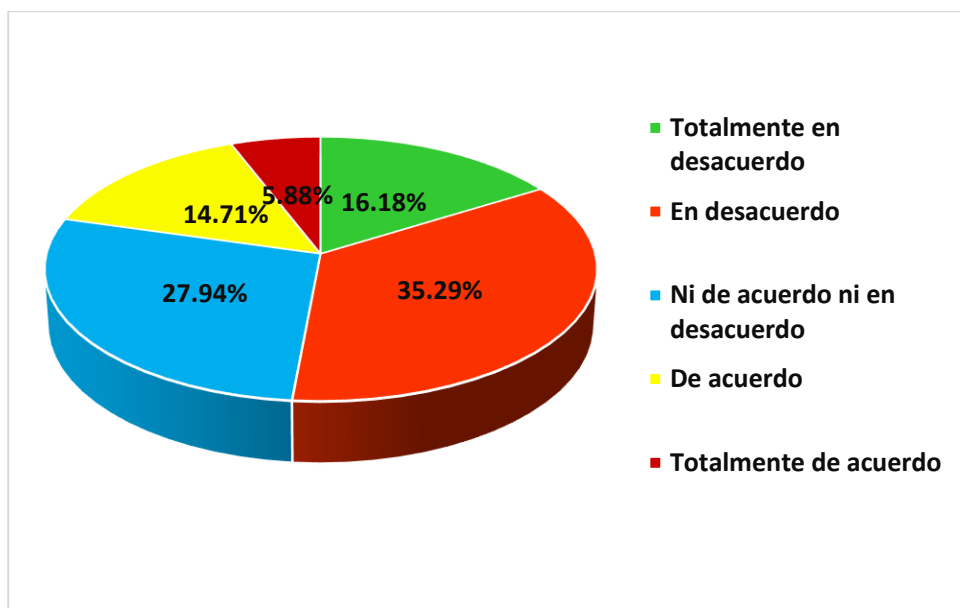


Nota: En la tabla 13 que deriva de la variable satisfacción del cliente, los resultados nos indican que el 2.94% están totalmente en desacuerdo que es buena la atención en la imprenta Saegmi, por otro lado, el mayor porcentaje es de 47.06% lo cual nos indica que los clientes están de acuerdo.

Tabla 14. *¿Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?*

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	11	16.18
En desacuerdo	24	35.29
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	27.94
De acuerdo	10	14.71
Totalmente de acuerdo	4	5.88
TOTAL	68	100.00

Figura 14. *¿Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?*

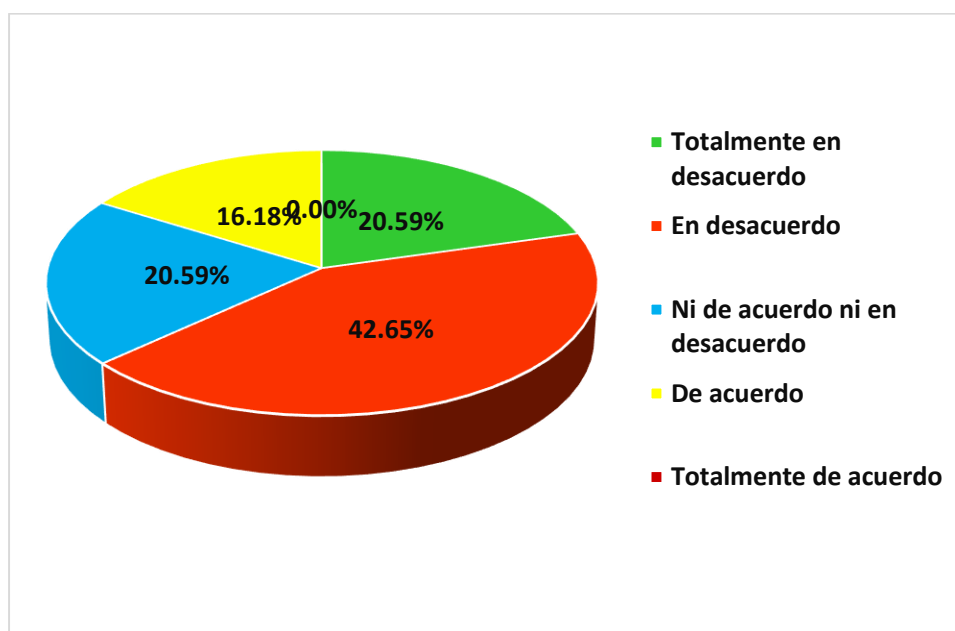


Nota: En la tabla 14 que deriva de la variable satisfacción del cliente, los resultados nos indican que el 5.88% están totalmente de acuerdo que los productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente, por otro lado, el mayor porcentaje es de 35.29% lo cual nos indica que los clientes están en desacuerdo.

Tabla 15. ¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	14	20.59
En desacuerdo	29	42.65
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	20.59
De acuerdo	11	16.18
Totalmente de acuerdo	0	0.00
TOTAL	68	100.00

Figura 15. ¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?

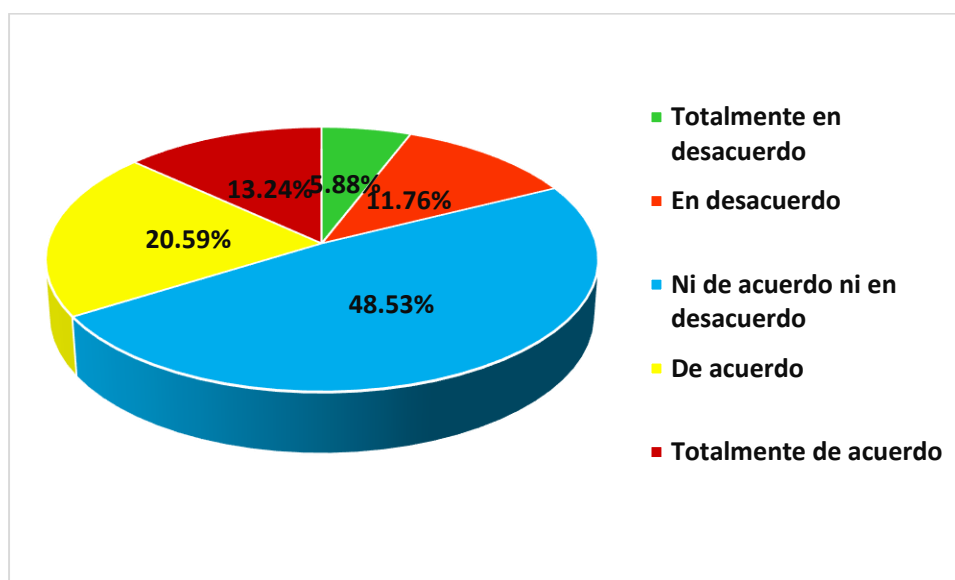


Nota: En la tabla 15 que deriva de la variable satisfacción del cliente, los resultados nos indican que el 0.00% están totalmente de acuerdo que la imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades, por otro lado, el mayor porcentaje es de 42.65% lo cual nos indica que los clientes están en desacuerdo.

Tabla 16. *Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?*

ALTERNATIVA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	4	5.88
En desacuerdo	8	11.76
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33	48.53
De acuerdo	14	20.59
Totalmente de acuerdo	9	13.24
TOTAL	68	100.00

Figura 16. *Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?*



Nota: En la tabla 16 que deriva de la variable satisfacción del cliente, los resultados nos indican que el 5.88% están totalmente en desacuerdo que recomendarían visitar a la imprenta Saegmi, por otro lado, el mayor porcentaje es de 48.53% lo cual nos indica que los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

5.2. Análisis de resultados

Objetivo específico 1: Conocer las características de los elementos tangibles para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022. Se muestra como resultado en la tabla 1, que el 33.82% están en desacuerdo que las instalaciones son agradables, esto muestra que los clientes están en desacuerdo con las instalaciones ya que no son espaciosas y agradables, en tal sentido se observó que el ambiente no es lo adecuado, también el 32.35% están totalmente en desacuerdo que las máquinas de impresión y diseño son modernas, generando así malestar a los clientes en el servicio que se brinda. En su investigación Guerra Mesías (2018) en su investigación: “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el área de axcellence en la empresa Cabify Perú, 2017”, concluyó que hay una relación alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, es por ello que mejorar los elementos tangibles es muy importante para la satisfacción del cliente ya que si el local no es acogedor para los clientes no serán satisfactorios, también es muy importante llegar a innovar con equipos modernos para realizar todo tipo de trabajos.

Objetivo específico 2: Describir las características de la seguridad para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022, en la Tabla 4 obtuvo el siguiente resultado el 47.06%, donde los clientes están de acuerdo con el nivel de seguridad ya que se siente confiado con la cantidad de producto que recibe, por otro lado el 45.59% de los clientes mencionan que están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el trato del personal, esto significa que los trabajadores no muestran el trato lo suficientemente bien para que los clientes se sientan satisfechos, también podemos observar que los clientes confían en la imprenta saegmi y hay capacidad para transmitir seguridad y confianza a sus clientes pero falta mejorarlas. Pilco Rondinel (2018) en su investigación: “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito de Ayacucho, nos muestra también que el nivel de fiabilidad es aceptable por los clientes, lo cual nos asegura confianza para acudir al personal para resolver dudas o sentirse seguro en el establecimiento de esta manera generando satisfacción.

Objetivo específico 3: Conocer las características de la fiabilidad para mejorar la satisfacción en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022 en la tabla 5 de las

encuestas aplicadas se ha obtenido un resultado que el 41.18% están de acuerdo que el personal tiene la habilidad y están siempre preparados para atenderlos, por otro lado el 36.76% de los encuestados indicaron que no están ni de acuerdo ni es desacuerdo que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido esto muestra que aún falta mejorar el aspecto fiabilidad ya que no cumplen con lo ofrecido en la atención al 100% para generar satisfacción del cliente, si esto no se mejora la mype puede tener alguna consecuencia de bajas ventas o pérdida de cliente. Pilco Rondinel (2018) en su investigación: “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro gimnasios, distrito de Ayacucho, 2018” concluyó que los colaboradores son fundamentales para elevar el nivel de percepción de calidad en un negocio, así como un tipo de servicio y atención de calidad se relaciona que el cliente esté satisfecho.

Objetivo específico 4: Describir las características de la capacidad de respuesta para mejorar la satisfacción de los clientes los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022. En la tabla 7 se obtuvo que el 45.59% de los clientes encuestados están de acuerdo con la entrega de productos en el tiempo establecido, por otro lado, el 47.06% están de acuerdo que el personal les brinda atención oportuna y con prontitud, esto nos indica que la empresa saegmi tiene buena capacidad de respuesta hacia sus clientes, que existe un trabajo de planificación para la buena entrega de sus productos o servicios generando así satisfacción en sus clientes. Valverde Barragán (2018) en su investigación: “Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la empresa de servicios de internet INPLANET S.A. de Milagro-Ecuador, 2018” concluye que, ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado. Esto es muy cierto ya que el cliente es lo más importante en toda organización son los que nos van a generar ganancias y que crezcamos más.

Objetivo específico 5: Describir las características de la empatía para mejorar la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022. En la tabla 9 se ha obtenido un resultado que el 47.06% están ni de acuerdo ni en desacuerdo que el personal está dispuesto a la atención y realiza sugerencias, por otro lado, el 44.12% están de acuerdo con los horarios de atención que brinda la imprenta,

esto indica que existe una ligera deficiencia prestación del servicio, no ayudan al cliente porque no le brindan sugerencias y asistencia, además la imprenta muestra buen horario de atención a sus clientes siendo así empáticos. Por otra parte, en la tabla 13 el 47.06% de los encuestados están de acuerdo que la empresa les brinda buena atención generando así buena satisfacción del cliente. Jiménez Ormeño (2018) en su investigación llegó a la conclusión que, si los trabajadores mejoran la calidad de servicio, en cuanto a fiabilidad, Empatía y competencia del personal, sin duda incrementaría la satisfacción de los clientes de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

Objetivo general. Existe una baja calidad del servicio en la imprenta Saegmi del distrito de Ayacucho, encontramos que los niveles de satisfacción de los usuarios son bajos, podemos determinar que si esto no mejora encaminará a la empresa a decaer y no crecer, existe un nivel de insatisfacción de los clientes, la imprenta Saegmi no está logrando superar las expectativas en satisfacer las necesidades de sus clientes, falta capacitación en los empleados, propietarios y modernizar los equipos.

No cuenta con una infraestructura adecuada, los equipos no son modernos, así como el material elaborado no es atractivo, de esta manera no están satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

Muestra seguridad baja, ya que los clientes se sienten seguros de la cantidad de productos que reciben, pero los conocimientos mostrados por los empleados en cuanto a la elaboración de los productos no inspiran confianza ni credibilidad.

El personal no tiene la habilidad y no está preparado para la atención, las maquinas no son modernas por lo cual no se da cumplimiento a las expectativas del cliente por lo que están siendo poco fiables.

El tiempo de entrega acordado es mala esto debido a los recursos materiales escasos, es por ello que no se sienten en confianza y la capacidad de respuesta es lenta, por lo cual no es bueno para la imprenta Saegmi ya que no están cumpliendo con lo prometido, por otro lado, el personal muestra buena atención, pero a veces no las realiza con prontitud.

El horario de atención es lo adecuado para los clientes, pero no se realizan las sugerencias por parte del personal, por falta de experiencia o capacidad, también no siempre están atentos para los clientes por lo tanto no están siendo empáticos, es por ello que no se cumplen las expectativas.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Es muy importante que la imprenta pueda innovar los equipos que cuentan actualmente, ya que estas no tienen capacidad de mayor producción y esto está limitando a la empresa a crecer y ofrecer productos de calidad, también mejorar los diseños o impresiones, así también la capacidad de respuesta sea con prontitud de esta manera generarán satisfacción en los clientes y serán recomendados para otras personas.

Mejorar el ambiente en cuanto a espacio, el ambiente debe ser más grande para así poder mantener ambientes adecuados y espacios seguros para la mejor comodidad de sus clientes y trabajadores.

Realizar capacitaciones al personal, así como también especializar en atención al cliente y manejo de las nuevas máquinas de impresión en artes gráficas (impresión offset, digital, etc.).

Aplicar encuestas de salida, así como recabar información de testimonios de los propios clientes para saber en qué aspectos mejorar como mype, para así inspirar confianza y ser fiables.

Mejorar la capacidad de respuesta, estar siempre atentos a las necesidades que se puedan dar, y solucionarlos de manera oportuna, esto por parte de la directiva del negocio, gerentes, propietarios y trabajadores, para así cumplir a cabal con las necesidades de los clientes y de esta manera generar satisfacción. lo que les permitirá aumentar sus ventas y mantener a los clientes satisfechos.

Tener canales de comunicación directas con el cliente, mostrar interés a lo hora de conversar con ellos, ser siempre respetuoso y amable, nunca asumamos las cosas es mejor consultarlas con el cliente.

Referencias bibliográficas

- Alonso Lorenzo, J. (2011). *Plan de analisis*. Obtenido de http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/5_plan_analisis.pdf
- Arias. (2016). *Marco metodológico*. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094262/cap03.pdf>
- Arias, F. (1997). *Tesisplus*. Obtenido de <https://tesisplus.com/investigacion-descriptiva/investigacion-descriptiva-segun-autores/>
- Castañeda, S. (Enero de 2022). *Calidad de servicio*. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/mx/calidad-de-servicio/>
- Castañeda, S. (Enero de 2022). *Calidad de servicio*. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/mx/calidad-de-servicio/>
- Coello, C. (2018). *AEC*. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>
- ComexPerú. (25 de Junio de 2021). *Emprendedores Mype en el Perú*. Obtenido de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/a-2020-el-39-de-los-emprendedores-mype-en-el-peru-contaban-con-al-menos-un-producto-financiero-formal>
- Cruz Medina, I. R. (2019). *El Buzon de Pacioli*. Obtenido de itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf
- Cuestas, C. C. (Junio de 2021). *Estudio Shaddai*. Obtenido de <https://estudioshaddai.com/blog/conoce-las-diferencias-entre-una-pyme-y-mype-en-peru/>
- Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *Euro Mypyme*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf
- El Peruano. (28 de Abril de 2020). *El Peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/95072-apuntalando-a-las-mypes>
- Espinoza Freire, E. (Setiembre de 2019). *Universidad Técnica de Machala*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000400171
- Euroinnova. (Junio de 2019). *Euroinnova*. Obtenido de <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-la-calidad-de-un-servicio>
- Figueroa Lopez, Y. (2018). *Repositorio Universidad Los Ángeles de Chimbote*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21315>

- Guerra Mesías, D. (2018). *Repositorio Universidad César Vallejo*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/20752>
- Hammond, M. (2021). *Blog hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Hammond, M. (2021). *Blog hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Hernandez Fernandez, B. (2001). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>
- Hernández Sampieri, R. (2017). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista- Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernandez, S. (2017). *Metodología de Investigación*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html#:~:text=Para%20Hern%C3%A1ndez%20Sampieri%2C%20%22una%20poblaci%C3%B3n,los%20datos%20de%20la%20investigaci%C3%B3n>.
- Jiménez Ormeño, E. R. (2018). *Repositorios Latinoamericanos*. Obtenido de <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2995653>
- Leguía, F. (Abril de 2017). *La Cámara*. Obtenido de <https://lacamara.pe/conoce-los-beneficios-laborales-de-las-micro-y-pequenas-empresas-inscritas-en-remype/?print=print#:~:text=%2D%20Los%20trabajadores%20de%20la%20micro%20y%20la%20peque%C3%B1a%20empresa%20deben,Descanso%20semanal>.
- Llantoy Quicaño, V. (2021). *Repositorio Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22849>
- Lopez Vicente, J. G. (2018). *Fundamentos de Atención al cliente*. España: Elearning S.L.
- Lopez Vicente, J. G. (2018). *Fundamentos de Gestión al cliente*. España: Elearning S.L.
- Lopez, J. V. (2018). *Fundamentos de Atención al cliente*. España: Elearning S.L.
- Lugo, A. (2019). *INIVD*. Obtenido de <https://inividgroup.com/es/como-utilizar-la-tecnologia-para-mejorar-el-servicio-al-cliente-en-2019/>
- Maldonado Cornejo, E. (Octubre de 2018). *PEEL*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/bel20.pdf>
- Mateo, W. C. (Agosto de 2019). *Gestión del tercer Milenio*. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n3/importancia.htm

- Matsumoto Nishizawa, R. (Octubre de 2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Mendin, J. (Junio de 2018). *Peru mypes*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/a-2020-el-39-de-los-emprendedores-mype-en-el-peru-contaban-con-al-menos-un-producto-financiero-formal>
- Murillo, J. (Febrero de 2018). *Sistema de información científica*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Palomino Manrique, J. S. (2021). *Repositorio Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23367>
- Pilco Rondinel, S. (2018). *Repositorio Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/9875>
- Prado, J. (11 de Abril de 2022). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/compras-a-myperu-adquirira-s-1623-millones-en-bienes-de-mypes-anuncia-produce-rmmn-noticia/>
- Quintana Congona, C. (14 de Febrero de 2022). *Oberlo*. Obtenido de <https://www.oberlo.com.pe/blog/satisfaccion-del-cliente>
- Quispe, I. (19 de Junio de 2020). *Correo*. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/edicion/ayacucho/en-ayacucho-se-registra-mas-cinco-mil-mypes-en-quiembra-943171/>
- Ramos Berrocal, M. (2020). *Repositorio Universidad Tecnológica del Perú*. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3367>
- Remache Yungán, S. S. (2018). *Repositorios Latinoamericanos*. Obtenido de <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3237764>
- Sanchez, R. (2018). *Quali Man*. Obtenido de <https://quali-man.com/gestion-de-calidad-las-claves-necesarias-en-un-sistema-de-gestion/>
- Santos, D. (2019). *Blog Marketing*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>
- Silva, D. d. (10 de Diciembre de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de zendesk.com.mx/blog/cliente-satisfecho-mejor-estrategia/
- Sunat. (Enero de 2018). Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html#:~:text=La%20Micro%20y%20Peque%C3%B1a%20Empresa,producci%C3%B3n%20comercializaci%C3%B3n%20de%20bienes%20>

Valverde Barragán , F. F. (2018). *Repositorios Latinoamericanos*. Obtenido de <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3206024>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
	Actividades	Año : 2022															
		Abril				Mayo				Agosto				Setiembre			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento elaborado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y Recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de investigación											X					
12	Redacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el jurado de investigación													X			
14	Presentación de Ponencia														X		
15	Redacción de artículo científico															X	

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (s/.)
Suministros			
Impresión	0.20	20	20
Fotocopias	0.05		15
Empastado	30	1	30
Papel bond A-4 (500 hojas)	12	2	24
Lapiceros	1	3	3
Servicios			
Uso de turnitin	100	1	100
Curso de titulación	2360	1	2360
Sub total			2552
Pasajes para recolectar información	5	4	20
Sub total			2572
Total (s/.)			2572
Presupuesto no desembolsable(Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital -LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University-MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada(5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			s/. 3224

Anexo 3: Cuestionario

INSTRUCCIONES: Estimado cliente, califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorgue a cada uno de los siguientes items relacionados con el servicio que espera recibir.

Considere:

1 Totalmente en desacuerdo

2 En desacuerdo

3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 De acuerdo

5 Totalmente de acuerdo

N°	Determinantes de la variable calidad de servicio	Nivel de calidad de servicio				
		1	2	3	4	5
I. Capacidad de respuesta						
1	¿Para usted las instalaciones son agradables?					
2	¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?					
II. Elementos tangibles						
3	. ¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?					
4	¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?					
III. Empatía						
5	¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y esta preparados para atenderlo?					
6	¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido en la atención?					
IV. Fiabilidad						
7	¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?					
8	¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?					

V. Seguridad					
9	¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?				
10	¿Los horarios de atención de la imprenta es lo adecuado?				

INSTRUCCIONES: Estimado cliente, califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorgue a cada uno de los siguientes items relacionados con el servicio que espera recibir.

Considere:

1 Totalmente en desacuerdo

2 En desacuerdo

3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 De acuerdo

5 Totalmente de acuerdo

N°	Determinantes de la variable calidad de servicio	Nivel de calidad de servicio				
		1	2	3	4	5
I. Expectativas del cliente						
11	Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?					
12	¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?					
II. Conformidad de los clientes						
13	¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?					
14	¿ Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?					
III. Calidad funcional						
15	¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?					
16	Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?					

Anexo 4: Validación con expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Quispe Medina, Wilber

1.2. Grado Académico: Magister en Educación con mención en Docencia, Currículo e Investigación

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de encuesta

1.7. Autor del instrumento: Cristhian Marapi Huacache

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Calidad de servicio

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Elementos tangibles							
1. ¿Para usted las instalaciones son agradables?	X		X		X		
2. ¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernos y adecuadas para el servicio que se brinda?	X		X		X		
Dimensión 2: Seguridad							
3. ¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?	X		X		X		


4. ¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?	X		X		X		
Dimensión 3: Fiabilidad							
5. ¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y esta preparados para atenderlo?	X		X		X		
6. ¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido en la atención?	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
7. ¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?	X		X		X		
8. ¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?	X		X		X		
Dimensión 5: Empatía							
9. ¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?	X		X		X		
10. ¿Los horarios de atención de la imprenta son los adecuados?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Satisfacción del cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Expectativas							

11. Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?	X		X		X		
12. ¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?	X		X		X		
Dimensión 2: Conformidad de los clientes							
13. ¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?	X		X		X		
14. ¿Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?	X		X		X		
Dimensión 3: Calidad funcional							
15. ¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?	X		X		X		
16. Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Ninguno


 Mg. Wilber Quirope Medina
 LIC. EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD N° 8179
 DNI- 25760824

NOTA: Se adjunta proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Típe Herrera Carlos Celso
- 1.2. **Grado Académico:** Magister en Gestión Pública
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración – CLAD 1253
- 1.4. **Institución donde labora:** Gobierno Regional Ayacucho –Oficina Regional de estudios e Investigación
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Asistente Administrativo
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario de encuesta
- 1.7. **Autor del instrumento:** Cristhian Marapi Huaccache
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Calidad de servicio

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Elementos tangibles							
1. ¿Para usted las instalaciones son agradables?	X		X		X		
2. ¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?	X		X		X		
Dimensión 2: Seguridad							
3. ¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?	X		X		X		

4. ¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?	X		X		X		
Dimensión 3: Fiabilidad							
5. ¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y esta preparados para atenderlo?	X		X		X		
6. ¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido en la atención?	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
7. ¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?	X		X		X		
8. ¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?	X		X		X		
Dimensión 5: Empatía							
9. ¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?	X		X		X		
10. ¿Los horarios de atención de la imprenta son los adecuados?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Satisfacción del cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Expectativas							

11. Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?	X		X		X		
12. ¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?	X		X		X		
Dimensión 2: Conformidad de los clientes							
13. ¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?	X		X		X		
14. ¿Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?	X		X		X		
Dimensión 3: Calidad funcional							
15. ¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?	X		X		X		
16. Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Ninguno


 CORPORACIONAL DE ANÁLISIS OFICINA REGIONAL
 DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES DE LA PMS BOLIVIA

 Mg. Lic. Adm. Carlos C. Urpe Herrera
 ASIST. ADMINISTRACIÓN
 CLAD - 1253

DNI: 28225071

NOTA: Se adjunta proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): De la cruz Quispe Doris

Angelica

1.2. Grado Académico: Magister en Educación con mención en Docencia,

Currículo e Investigación

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: UGEL Huamanga

1.5. Cargo que desempeña: Área de Gestión Intitucional

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de encuesta

1.7. Autor del instrumento: Crithian Marapi Huaccache

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Calidad de servicio

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Elementos tangibles							
1. ¿Para usted las instalaciones son agradables?	X		X		X		
2. ¿Los equipos que se usa para el diseño o impresión son modernas y adecuadas para el servicio que se brinda?	X		X		X		
Dimensión 2: Seguridad							
3. ¿Usted se siente confiado con la cantidad de producto que recibe?	X		X		X		

4. ¿Para usted el personal le muestra buen trato y es amable?	X		X		X		
Dimensión 3: Fiabilidad							
5. ¿Cree usted que el personal tiene la habilidad y esta preparados para atenderlo?	X		X		X		
6. ¿Usted cree que la imprenta Saegmi cumple con lo ofrecido en la atención?	X		X		X		
Dimensión 4: Capacidad de respuesta							
7. ¿La entrega de los productos se realiza en el tiempo acordado?	X		X		X		
8. ¿Para usted el personal le brinda atención oportuna y con prontitud?	X		X		X		
Dimensión 5: Empatía							
9. ¿El personal siempre está dispuesto a la atención y realiza sugerencias?	X		X		X		
10. ¿Los horarios de atención de la imprenta son los adecuados?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Satisfacción del cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Expectativas							

11. Para usted, ¿La imprenta Saegmi le ofrece todo lo que usted necesita?	X		X		X		
12. ¿Está de acuerdo con el precio del producto o servicio que se brinda en la imprenta Saegmi?	X		X		X		
Dimensión 2: Conformidad de los clientes							
13. ¿Es buena la atención en la imprenta Saegmi?	X		X		X		
14. ¿Nuestros productos y servicios superan siempre tus expectativas como cliente?	X		X		X		
Dimensión 3: Calidad funcional							
15. ¿La imprenta presta un servicio que satisface sus necesidades?	X		X		X		
16. Usted como cliente, ¿recomendaría visitar a la imprenta Saegmi?	X		X		X		


Otras observaciones generales: Ninguno



DNI: 28225071
n° de colegiatura
009828

NOTA: Se adjunta proyecto de investigación

Anexo 5: Protocolo de consentimiento


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 quedará con una copia.

La presente investigación se titula: Calidad de servicio para la mejora de la satisfacción de los clientes en la imprenta sacym? y es dirigido por Cristhian Moura P. Huaccacha

_____, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Describir Calidad de Servicio

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos aprox. unos 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 vea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través Medios de Comunicación con la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo cris-al-25@hotmail.com para recibir mayor información.

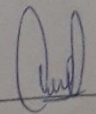
Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de la Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

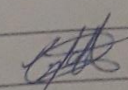
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Chachayma Escalante N.º Cain

Fecha: 18-08-2022

Correo electrónico: _____

Firma de participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



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 quedará con una copia.

La presente investigación se titula: Calidad de Servicio para la mejora de la Satisfacción de los clientes y es dirigido por Christian Marapí Huacacache

_____, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Analizar los niveles de la Calidad

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos aprox unos 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 vea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través Medios de Comunicación Universidad..... Si desea, también podrá escribir al correo cris-al-25@hotmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de la 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: Ore Huaytalla, Janeth

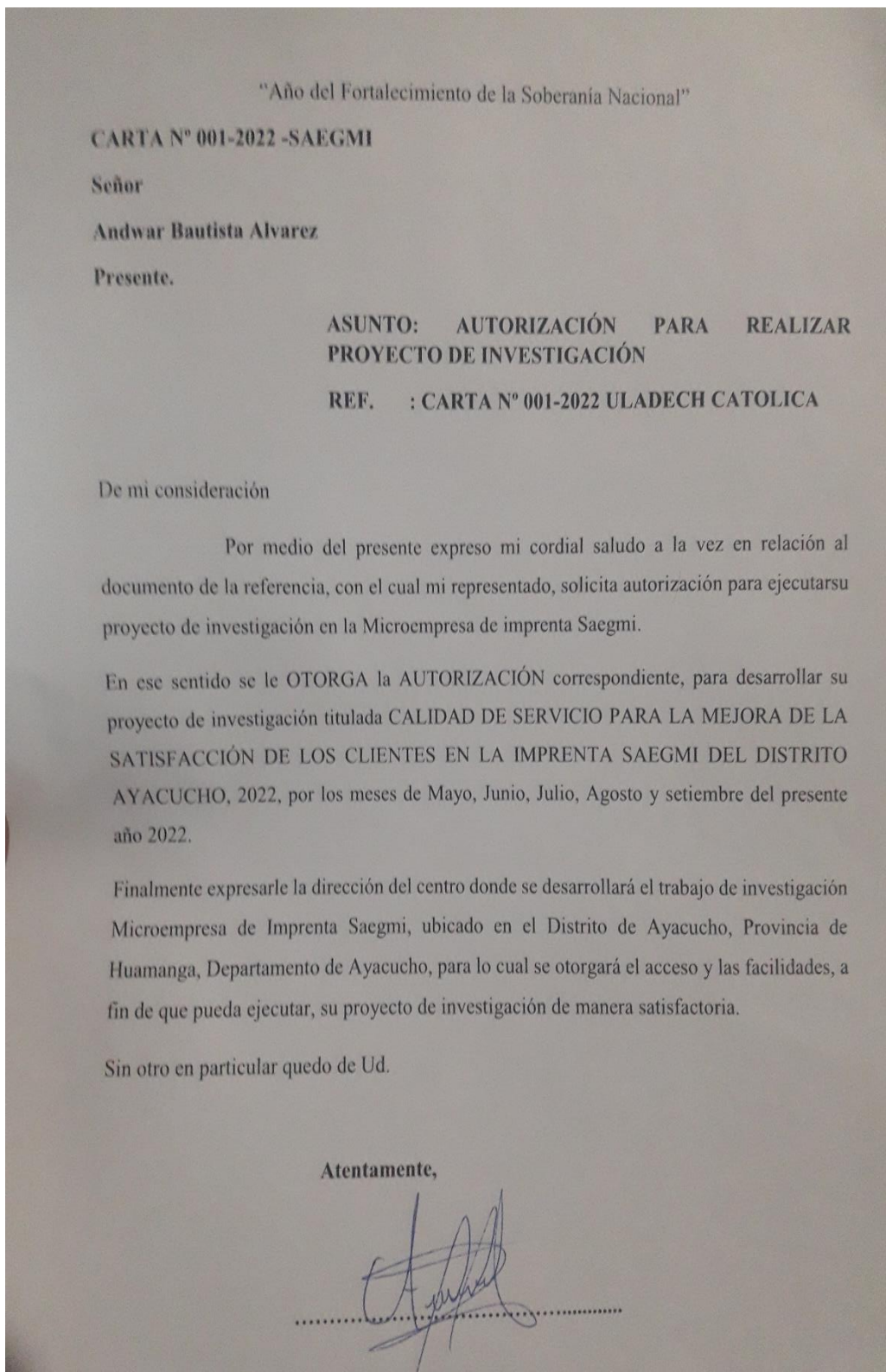
Fecha: 17 - 08 - 2022

Correo electrónico: Angela.ore067@gmail.com

Firma de participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo 6: Carta a la imprenta Saegmi



Anexo 7: Turnitin

TALTESIS-728-CMARAPIH-INFORME FINAL-TURNIRIN-2022-01

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

8%

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 4%