



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS,
RUBRO IMPRESIÓN DIGITAL, DISTRITO DE
CALLERÍA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

BACH. LEYLA AKEMI DEL ÁGUILA PICÓN

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortíz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida, bienestar y salud.

A mi madre Nieves Trigoso Rengifo, por estar presente en todo momento de mi vida.

A mi docente MBA. Crysber Valdiviezo Saravia, por las enseñanzas brindadas y lograr ser un profesional competitivo y actuar bajo el marco de la ética profesional

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por regalarme la vida y brindarme salud para poder cumplir mis metas propuestas.

A mi abuelita Nieves por el apoyo incondicional, siendo uno de mis pilares, que me motivó a seguir adelante, a no rendirme y así salir triunfante en esta etapa de mi vida.

A mi padre Elvis del Águila Trigos por ser ese apoyo fundamental para superar las circunstancias difíciles y saltar cada roca que se me haya presentado durante mi carrera.

A mi hermana Satomi del Águila Picón y a mi sobrina Yaktzumi Rivera del Águila, por estar en cada etapa de mi vida y ser mi fortaleza para seguir adelante.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación ha sido determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, distrito de Calleria, año 2018. La metodología de investigación fue mixta: cuantitativa y cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Utilizando la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de 22 preguntas se entrevistó a los microempresarios que se caracterizan por estar en el rango de edad de “30 a 39 años” y de “22 a 29 años”, 50,0% y 27,8%; respectivamente; participan ambos géneros. Este rubro es nuevo en el mercado, el 88,9% tienen entre 2 a 6 años de funcionamiento y su gestión es práctica es decir no se apoyan en el uso de herramientas de administración y calidad. Según la investigación solo el 30,0% lleva una gestión formal y como mejores prácticas se menciona el control y estandarización de sus procesos clave. Sin embargo, las decisiones empresariales se toman de acuerdo a la experiencia de vida y pocos según datos o informes técnicos confiables. Respecto a atención al cliente: los microempresarios del sector servicios, rubro impresión digital, han identificado tanto el segmento de mercado como a su cliente lo que permite enfocar su gestión comercial, pero no brindan el soporte a atención al cliente suficiente en aspectos como capacitación a su personal, la supervisión de calidad de los servicios ofrecidos y la evaluación de la actitud de su personal. Finalmente, se concluye que no existe interés en aplicar mejoras en atención al cliente.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente, mype, impresión digital.

ABSTRACT

The objective of this research has been to determine the management under the focus of customer service in the mypes of the service sector, digital printing item, Calleria district, year 2018. The research methodology was mixed: quantitative and qualitative, descriptive level, non-experimental design, transversal, descriptive and correlational. Using the survey technique and a structured questionnaire of 22 questions, microentrepreneurs characterized by being in the age range of "30 to 39 years" and "22 to 29 years", 50.0% and 27.8%, respectively; both genders participate. This item is new in the market, 88.9% have between 2 and 6 years of operation and its management is practical ie not supported by the use of administrative tools and quality. According to the research, only 30.0% have a formal management and as best practices are mentioned the control and standardization of their key processes. However, business decisions are made according to life experience and few according to reliable data or technical reports. Regarding customer service: microentrepreneurs in the service sector, digital printing, have identified both the market segment and their client, which allows them to focus their commercial management, but do not provide sufficient customer service support in aspects such as staff training, quality supervision of the services offered, and evaluation of the attitude of their staff. Finally, it is concluded that there is no interest in applying improvements in customer service.

Keywords: Quality management, customer service, mype, digital printing.

ÍNDICE GENERAL

TÍTULO DE LA TESIS	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	3
1.1.1 Caracterización del problema	3
1.1.2 Enunciado del problema	4
1.2 Objetivos de la investigación	4
1.2.1 Objetivo general	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Justificación de la investigación	5
CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1 Antecedentes	6
2.1.1 Antecedentes internacionales	6
2.1.2 Antecedentes nacionales	8
2.1.3 Antecedentes regionales	10
2.2 Bases Teóricas de la investigación	11
2.2.1 Sistema de gestión.	11
2.2.1.1 Sistema de gestión de la calidad	12
2.2.2 Herramientas básicas de la calidad	14
2.2.3 Gestión total de la calidad.	14
2.2.4 Gestión de la atención al cliente	15
2.2.5 El servicio	16
2.2.6 Educación y capacitación.	16
2.2.7 Micro y pequeña empresa (MYPE)	17

2.3	Marco conceptual	19
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS		21
3.1	Hipótesis general	21
3.2	Hipótesis específicos	21
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....		22
4.1	Diseño de investigación	22
4.1.1	Tipo de investigación	22
4.1.2	Nivel de investigación	23
4.2	Población y muestra	23
4.2.1	Población.....	23
4.2.2	Muestra	24
4.3	Definición y operacionalización de las variables	26
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
4.4.1	Técnicas.....	27
4.4.2	Instrumentos.....	27
4.5	Plan de análisis	27
4.6	Matriz de consistencia de la investigación	28
4.7	Principios éticos	32
CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN		33
5.1	Resultados	33
A.	Datos del emprendedor	33
B.	De la Gestión de Calidad	39
C.	De Atención al cliente.....	44
5.2	Análisis de resultados.....	55
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		61
6.1	Conclusiones	61
6.2	Recomendaciones	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		63
ANEXOS.....		67
1.-	Cronograma de actividades.....	67
2.-	Presupuesto	68
3.-	Encuesta	69
4.-	Fotografías tomadas para mi investigación	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y operacionalización de las variables	26
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación	28
Tabla 3: ¿Cuál es la edad del microempresario?	33
Tabla 4: ¿Cuál es el género del microempresario?	34
Tabla 5: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en el distrito de Callería?	35
Tabla 6: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?	36
Tabla 7: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?	37
Tabla 8: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?.....	38
Tabla 9: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?	39
Tabla 10: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?	40
Tabla 11: ¿Su organización se guía por su misión y visión?	41
Tabla 12: ¿Se han identificado y estandarizado los procesos clave de la empresa?..	42
Tabla 13: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?.....	43
Tabla 14: Las decisiones empresariales se toman teniendo como referencia:.....	44
Tabla 15: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?	45
Tabla 16: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?	46
Tabla 17: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?	47
Tabla 18: ¿Capacita al personal que atiende al cliente?	48
Tabla 19: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?.....	49
Tabla 20: ¿Realiza la supervisión de calidad de los servicios ofrecidos?	50

Tabla 21: ¿Registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?	51
Tabla 22: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?	52
Tabla 23: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	53
Tabla 24: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?	54
Tabla 25: Cronograma de actividades	67
Tabla 26: Presupuesto general	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Cuál es la edad del microempresario?	33
Figura 2: ¿Cuál es el género del microempresario?.....	34
Figura 3: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en el distrito de Callería?... 35	
Figura 4: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?	36
Figura 5: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?	37
Figura 6: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?	38
Figura 7: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?	39
Figura 8: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?	40
Figura 9: ¿Su organización se guía por su misión y visión?.....	41
Figura 10: ¿Se han identificado y estandarizado los procesos clave de la empresa? 42	
Figura 11: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?	43
Figura 12: Las decisiones empresariales se toman teniendo como referencia:	44
Figura 13: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?	45
Figura 14: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?.....	46
Figura 15: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?	47
Figura 16: ¿Capacita al personal que atiende al cliente?	48
Figura 17: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?	49
Figura 18: ¿Realiza la supervisión de calidad de los servicios ofrecidos?	50
Figura 19: ¿Registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?.....	51
Figura 20: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?	52

Figura 21: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	53
Figura 22: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?	54

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

En los negocios la tecnología digital está haciendo posible desarrollar todo tipo de industrias, promoviendo la innovación que dinamiza al mundo empresarial, con nuevos productos y servicios.

Es así que el sector de artes gráficas como bien se puede denominar al rubro de impresión digital continúa experimentando un importante crecimiento, originando que los fabricantes y proveedores de equipos gráficos sigan creando nuevas soluciones de impresión con calidad y bajo costo. Solo en el año 2015, este rubro representaba en nuestro país, negocios mayores a US\$5 millones.

Nuestra ciudad no es una excepción, la era digital impacta en todos y a todos los rubros, haciendo que los mercados sean cada vez más competitivos, como es el caso de nuestro sector en estudio, donde la fuerte competencia hace complicado mantenerse en el mercado y es a través de la atención y el servicio al cliente las mejores estrategias para las mypes para crear relaciones duraderas con los clientes.

Estamos seguros de que todo empieza con una estrategia de comunicación: ¿Qué tiene que decir tu cliente?, ¿a quién, ¿cuándo y cómo quiere vender? El microempresario debe identificar las necesidades de su cliente, ser un aliado y de eso se trata el enfoque de atención al cliente, el cual debe estar soportado por una gestión desarrollada bajo la filosofía de la mejora continua.

Nuestra investigación refiere en el presente informe final que las mypes del rubro de impresión digital del distrito de Callería en poco más de la mitad de la muestra no se gestionan con calidad y asimismo su enfoque en el cliente es deficiente, en razón a los resultados obtenidos en las encuestas.

Es necesario que los microempresarios se muestran más cercanos a enfocar sus negocios hacia el cliente y formen una cultura de servicio con sus colaboradores.

1.1 Planteamiento del problema

El rubro de la impresión digital es producto del avance de la tecnología que permite hacer impresiones de variados tamaños, con calidad y bajo costo. Y es que entregar calidad y bajo costo también hizo presente un factor a tener muy en cuenta: los tiempos de entrega. Es aquí donde se vienen presentando situaciones de ausencia de conocimiento en administración y atención al cliente; clientes que conocen más por el acceso a información servicios gracias a internet y que le ha permitido tener una expectativa más alta, comparar precios “antes de” para tomar su decisión, que lo ha empoderado a exigir el mejor servicio; pero que la mayoría de las mypes del rubro no han previsto oportunamente.

Así, por ejemplo, las mypes del rubro de impresión digital están obligadas a manejar tiempos de entrega sumamente cortos, y eso es un factor que bien les representarían ventajas frente a la competencia si existe un manejo propio de estrategias de atención al cliente.

1.1.1 Caracterización del problema

Las acciones de atención al cliente son prácticas empresariales que permiten crear vínculos capaces de mantener contacto con el cliente, los que pueden contribuir a fortalecer una relación servicios. Las mypes de mayor éxito, dialogan y descubren las oportunidades y retos de negocio con sus mismos clientes y luego les presentan soluciones vinculadas a dichas oportunidades y retos.

En ese nuevo contexto, las estrategias en base al precio y fidelidad del cliente ya no son las más eficaces. Pero si las mypes participan en conversaciones estratégicas con sus clientes, ellos ven a las mypes como aliados.

La expectativa es alta, y el papel fundamental del cambio la tiene el microempresario de las mypes del rubro impresión digital del distrito de Callería, quienes han ubicado sus negocios en vías principales como el Jr. Tarapacá, Jr. Salaverry, Jr. Progreso, constituyendo un gran clúster y generando una gran competencia que abastece el mercado, pero no basta, si solo se prioriza las ventas y no el fortalecimiento de un vínculo.

1.1.2 Enunciado del problema

¿Una mayor exigencia de los clientes relacionados a nivel de servicio y calidad hace necesario que las mypes del sector servicios, rubro impresión digital del distrito de Callería se vean en la prioridad de realizar prácticas eficaces de gestión y atención al cliente?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, se gestionan con calidad y que estrategias de atención al cliente realizan para satisfacer las expectativas de sus clientes.

1.2.2 Objetivos específicos

- Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, se gestionan con uso de herramientas de administración y calidad.
- Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, tienen como estrategia de atención al cliente fortalecer los vínculos de comunicación.

- Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, realizan mediciones de satisfacción del cliente para conocer su nivel de cumplimiento de sus expectativas.

1.3 Justificación de la investigación

La investigación que desarrollaremos se justifica porque consideramos imprescindible que las mypes del distrito de Callería mejoren el nivel de gestión y cultura de servicio. La innovación que acompaña los emprendimientos de los negocios con nuevos servicios y productos, deben estar acompañadas de estrategias de atención al cliente y acciones de retroalimentación como mediciones de satisfacción (encuestas) para tomar pulso de las percepciones del cliente y fortalecer con acciones de mejora como la actitud de servicio del personal quienes tienen contacto con el cliente, generando así un vínculo que tenga como instrumento la comunicación.

Asimismo, nuestro informe de investigación se justifica también porque servirá de guía para la realización de nuevos estudios similares en el sector empresarial, con el interés de promover una cultura de mejora continua.

CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Guambo, D. A. (2017). En su trabajo de titulación, modalidad proyecto técnico para la obtención del Título de Ingeniería Química. Sobre “Diseño de un sistema de gestión acorde a la norma ISO 9001-2015 en la vidriería favitglass”, de la ciudad de Quito_ 2015. Se diseñó un Sistema de Gestión de la Calidad, basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2015 para la línea de producción de vidrios de seguridad automotriz, de la empresa Favitglass. Se aplicó una matriz de diagnóstico, que permitió verificar el nivel de cumplimiento con la norma, y debido a que los porcentajes de incumplimiento que se obtuvieron fueron altos (superiores al 80%), principalmente en los apartados 5. Liderazgo, 6. Planificación, 8. Operación, 9. Evaluación del desempeño y 10. Mejora, se realizó la propuesta del Sistema de Gestión; para ello, se desarrolló la Información Documentada requerida por norma, como son registros, procedimientos, manuales e instructivos, los cuales se orientaron en la satisfacción al cliente, el enfoque basado en procesos, la planificación estratégica, el cumplimiento de objetivos de calidad y la gestión a los riesgos de la calidad, según la realidad de la empresa. Con toda la documentación desarrollada, se aplicó nuevamente la matriz de diagnóstico, y se determinó que el porcentaje de cumplimiento por apartado es aceptable (superior al 75%), por lo que se concluye que la propuesta del sistema de gestión permitió que la empresa Favitglass organice sus procesos e implemente la documentación necesaria según requisitos de norma.

Pinzón, D. & Rambal, I. (2015). Tesis “Análisis de la estructura industrial del sector edición e impresión en la ciudad de Bogotá 2000-2012, basado en indicadores de concentración industrial y de competitividad”, para optar el título de Ingeniero Industrial, Universidad Distrital Francisco José Caldas. Objetivos, analizar la estructura industrial del sector edición e impresión en la ciudad de Bogotá, comprendidos entre los años 2000 a 2012. El presente estudio, se caracteriza por ser de carácter descriptivo. Entre sus conclusiones, la estructura empresarial del sector en estudio está compuesta en su mayoría por microempresarios del rubro edición e impresión, contando con personal altamente capacitados para cumplir con estos servicios, la formación que ellos poseen es universitario; así mismo esta empresa va surgiendo dependiendo de los recursos y tamaño que posee este sector, ya que se invierte una fuerte cantidad de dinero lo que trata de tecnología. Otro aspecto a resaltar es que algunas empresas cuentan con informalidades para iniciar el negocio, ya que esto afectaría el empleo estable y la competitividad de los trabajadores, y en particular a las personas que habitan en la ciudad de Bogotá, sin embargo se analizó que esta empresa tiene un objetivo y meta que cumplir, por el desarrollo de la población y la sociedad para el mejoramiento de calidad de vida de las personas. En análisis de este sector, se indica que uno de los factores para el menor desarrollo, es debido a la falta de atención y servicio que se brinda a los clientes, dejando esto en un segundo plano, si por la atención que uno se brinda es que los clientes regresan, formando así una cartera de clientes fieles a nuestro servicio.

Villegas, A. D. (2012). Tesis “Plan de negocios para una plataforma web de diseño e impresión digital”, para optar el título profesional de Magister en Gestión y Dirección de Empresas, Universidad de Chile. Teniendo como objetivo, desarrollar un

plan de negocios para una plataforma web multilateral de servicios de diseño e impresión digital. Metodología, se estructuraron varias etapas entre ellos tenemos: análisis de entorno externo, entorno interno, estrategia de marketing, estrategia de operaciones, abastecimiento, etc. Conclusiones, se menciona que el sector en su totalidad están conformadas por micros y pequeñas imprentas, este plan de negocio para una plataforma web nos permitirá captar muchos clientes potenciales, sin importar que haya alta competencia en el mercado, este plan de negocio nos abrirá muchas puertas al éxito, estará basado en la comunicación con las personas o consumidores, este modelo permitirá la diferenciación de los productos o servicios con otras empresas, se podrá suplir las necesidades de los clientes y con esto se tendrá una alta ventaja en los mayoritarios grupos de imprentas. Sin embargo, la estrategia financiera servirá de inversión para los equipos que se utilizará en el diseño e impresión digital y será viable para los socios de estos negocios.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Palacios, J. E. (2018). Tesis “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales E.I.R.L Lima 2018”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo. Objetivos, describir cual es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales E.I.R.L. En metodología, se utilizó el tipo de investigación cuantitativo y el diseño no experimental y trasversal. Como conclusiones, se menciona que la empresa Minilabs Servicios Digitales E.I.R.L se preocupa a diario en dar una buena atención y servicio al cliente, sobre todo son eficientes en la labor para agilizar la rapidez y generar mucho valor a los consumidores. Los microempresarios de este sector, capacita a sus trabajadores para que tengan un

buen rendimiento y genere una buena comunicación con los consumidores, así demostrar que el cliente es más importante, cuando ellos los necesite estén siempre para ayudarlos. Finalmente, la calidad de servicio y satisfacción al cliente fue mejorando gracias a la capacitación que realizaron para poder brindar un buen trato a los usuarios.

Vanegas, D. & Villanueva, L. A. (2015). Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración, “Programa de calidad total, para mejorar la calidad de la atención al cliente en la empresa mel SAC.” La presente investigación se ha realizado con el propósito de demostrar que la implementación de un programa de calidad total mejoraría significativamente la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C., de la ciudad de Trujillo.

Los resultados de la investigación han permitido determinar que es oportuna y necesaria la implementación de un programa de calidad total, considerando la ampliación del nivel de satisfacción de los clientes, la creación de una política de servicio y atención al cliente, seguida de un protocolo de atención, impulsado por una capacitación con la finalidad de conseguir una mejora continua y significativa de la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C., de la ciudad de Trujillo. De acuerdo al objetivo general se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La situación actual de la empresa MEL S.A.C. según los resultados obtenidos en la investigación de los autores, es de un promedio regular, no llegando a satisfacer completamente las necesidades y expectativas de los clientes. Los factores que inciden en la fuerza de trabajo a la hora de prestar un servicio son: la ausencia de un marco de normas que guíe su accionar al momento de atender al cliente, inexistentes capacitaciones y poca motivación.

Los aspectos más resaltantes del programa propuesto (la metodología de las 5's) son: la clasificación (1S), que es el primer paso para separar lo necesario y más importante de lo innecesario, el segundo lineamiento clave es la estandarización (4s), que desarrolla condiciones para mantener los resultados en el tiempo, es decir no retroceder en las 3s avanzadas. Para la correcta implementación se propone capacitaciones con el total de colaboradores, buscando que se involucren en la metodología y la asuman como un estilo de trabajo.

2.1.3 Antecedentes regionales

Briones, C. L. (2017). Informe final de investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración en su trabajo de tesis sobre la “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, boticas del distrito san juan bautista - Iquitos, año 2017”, la investigación se llevó a cabo con el objetivo principal de determinar la gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al cliente. La investigación se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo no experimental, descriptivo, correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas a través de una encuesta, obteniendo como resultados las siguientes conclusiones: **Respecto al emprendedor:** Están en el rango de 29 a 39 años de edad (50,0%) y de 40 a 49 años de edad (40.0%); destaca el género femenino (60,0%); instrucción superior (60.0%). **Respecto a la empresa:** EL 90,0% de las Mypes están formalizadas; 80,0% constituidos como persona jurídica y ven como principal interés de la formalización el “acceso a crédito bancario” (70,0%). **Respecto a la gestión y atención al cliente:** EL 60,0% tiene definido un plan de negocio; 90.0% no definieron misión, visión y valores; el 40,0% indica que la capacitación no es prioridad; solo el 30,0% tiene un protocolo de atención al cliente y no consideran la

aplicación de las sugerencias de los clientes (80.0%). Sin embargo, los entrevistados suponen que una gestión con enfoque al cliente contribuye a: “clientes satisfechos” (60.0%), “posicionamiento” (20.0%) y “nuevos servicios” (20%). Finalmente, los emprendedores del sector servicios boticas consideran que los clientes valoran el servicio y genera fidelización (80.0%). Asimismo, indicaron que las prioridades de su negocio son: la rentabilidad 60,0%, stock 30,0% y mejorar experiencia de servicio del cliente 10.0%.

2.2 Bases Teóricas de la investigación

2.2.1 Sistema de gestión.

Según **Gallego, T. (2013)**. Menciona en su libro “*Gestión integral*” que un sistema de gestión es un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para establecer la política y los objetivos.

Un sistema de gestión de una organización podría incluir diferentes sistemas de gestión, tales como un sistema de gestión de la calidad, un sistema de gestión financiera o un sistema de gestión ambiental. Las empresas de servicios se ven enfrentadas a necesidades crecientes de cambio y adecuación de sus sistemas de gestión, producto de las aperturas de nuevos mercados, la creciente integración a la economía mundial, la intensificación de la competencia y el acelerado desarrollo tecnológico. Estas condiciones han enfatizado la necesidad de definir estrategias y acciones eficientes para el mejoramiento continuo de la calidad como uno de los factores fundamentales de la competitividad y productividad. (**Fontalvo, H. T. J. 2005**).

2.2.1.1 Sistema de gestión de la calidad.

El sistema de gestión de la calidad no es más que una serie de actividades empresariales planificadas y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad. Los elementos que conforman el sistema de gestión de la calidad son:

- **Estructura organizacional**

Es la forma en la que la empresa organiza a su plantilla, según unas funciones y tareas, concretando así el papel que cada uno desempeña en la misma. En definitiva, sería el organigrama que establece la empresa para alcanzar sus objetivos.

- **La planificación (estrategia)**

La planificación supone las actividades que permiten a la empresa diseñar un plan para lograr los objetivos que se ha planteado. Disponiendo de una correcta planificación, se deben responder las siguientes cuestiones en una organización: ¿Dónde se desea llegar? ¿Qué se va a hacer para lograrlo? ¿Cómo se va a hacer? ¿Qué se va a necesitar?

- **Recursos**

El recurso constituye todo aquello que será necesario para conseguir materializar los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc.).

- **Procesos**

Los procesos son el conjunto de actividades que convierten elementos de entradas en productos y servicios. Todas las organizaciones desarrollan procesos, aunque no siempre están identificados. Los procesos requieren recursos, procedimientos, planificación y las actividades, así como sus responsables.

- **Procedimientos**

Los procedimientos Constituyen el modo de llevar a cabo un proceso. Serían el conjunto de pasos precisados para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. **(García, C. M. J. 2011).**

En la actualidad, la alta dirección de las empresas considera la tarea de mejorar la calidad de los productos y servicios como la prioridad número uno. En el futuro la mayor parte de los clientes no aceptarán o tolerarán productos de calidad media. A las empresas no les queda otra opción que aceptar la Gestión Total de la Calidad (GTC) si quieren competir de forma rentable. **(Publicaciones, V. 2008).**

Un sistema de gestión de calidad correctamente implantado asegura que todas las actividades de la empresa van dirigidas hacia la satisfacción plena del cliente como primer y principal objetivo organizacional

La base de un sistema de calidad se compone de dos documentos, denominados manuales de aseguramiento de la calidad y documentos operativos:

- **Manual de aseguramiento de la calidad:** Está compuesto por el manual de calidad. Define por un lado el conjunto de la estructura, responsabilidades, actividades, recursos y procedimientos genéricos que una organización establece para llevar a cabo la gestión de la calidad y nos dice ¿Qué? y ¿Quién?
- **Manual de procedimientos:** Define y especifica todos los procedimientos que aseguren la calidad del producto final, y nos dice el ¿Cómo? y ¿Cuándo?
- **Documentos operativos:** Conjunto de documentos que reflejan la actuación diaria de la empresa. **González, C. (2009).**

2.2.2 Herramientas básicas de la calidad

Cuatrecasas, A. L. (1992). La implantación de la calidad y su mejora puede llevarse a cabo con la ayuda de las denominadas siete herramientas básicas:

1. Diagrama de Pareto.
2. Diagrama Causa-Efecto o de Ishikawa.
3. Histograma.
4. Gráfico de Control.
5. Diagrama de Correlación o Dispersión.
6. Hoja de Recogida de Datos.
7. Estratificación de datos.

2.2.3 Gestión total de la calidad.

La aplicación de las Normas de Calidad ISO 9000 constituye para la industria, una vía de reducir costos y mejorar sus procesos de producción tomando en cuenta que la calidad es un factor clave para la competitividad en cualquier mercado. **(Arenas, A . 2009)**

Estas normas aportan las reglas básicas para desarrollar un Sistema de Calidad siendo totalmente independientes del fin de la empresa o del producto o servicio que proporcione. Son aceptadas en todo el mundo como un lenguaje común que garantiza la calidad (continua) de todo aquello que una organización ofrece. **(González, C. 2009).**

Hoy en día, la alta dirección de las empresas considera la tarea de mejorar la calidad de los productos y servicios como la prioridad número uno. En el futuro la mayor parte de los clientes no aceptarán o tolerarán productos de calidad media. A las

empresas no les queda otra opción que aceptar la Gestión Total de la Calidad (GTC) si quieren competir de forma rentable. **(Publicaciones, V. 2008).**

2.2.4 Gestión de la atención al cliente.

Los clientes de esta época suelen darle mayor importancia a los componentes o atributos intangibles de los productos que consume, es decir, a los servicios. Esto ha contribuido a que las empresas se orienten hacia la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los clientes como forma de sostener una ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante.

Pérez, V. (2010). En su libro “*Calidad total en la atención al cliente*”. Menciona que la atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

Cuando la empresa aprende a ver a través de los ojos de los clientes podrá interpretar mejor sus necesidades, desarrollar y proporcionar el producto o servicio adecuadamente, mejorar sus campañas publicitarias y obtener mayor participación en el mercado.

El servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una organización enfocada y orientada a la atención del cliente. Para lograr la satisfacción y retención de los clientes es necesario que las empresas cuenten con políticas o prácticas de atención y servicio a los clientes que sean efectivas. Esto trata de conseguir la mayor calidad en la atención al cliente, ofreciendo un producto excelente y la mayor cantidad de servicios complementarios posibles. Además, es necesario desarrollar una forma de pensar y actuar que debe ser comprendida por todos

los miembros de la organización con el objetivo de alcanzar relaciones con sus clientes que sean perdurables.

2.2.5 El servicio

Horovitz define al servicio como “el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”. (**Vargas, M., & Aldana, L. 2014**).

El servicio cuenta a su vez con algunos principios rectores, denominados mandamientos de atención al cliente:

1. El cliente por encima de todos
2. No hay nada imposible cuando se quiere.
3. Cumple todo lo que prometas.
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente: darle más de lo que espera.
5. Para el cliente tú marcas la diferencia.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos
8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.
9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar
10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.

2.2.6 Educación y capacitación.

Es necesario que la empresa estructure adecuadamente su Plan de Capacitación en Calidad, destinado a todos los niveles de la organización, cuyos objetivos deben guardar correspondencia con los objetivos estratégicos de la organización. La elaboración de este Plan debe estar a cargo del órgano encargado de promover y apoyar

la implantación el proceso de calidad total, debiendo tenerla aprobación del comité o consejo de calidad, que ejerce el liderazgo a nivel de toda la organización.

Los objetivos de la capacitación deben:

- Explicar que es y en que consiste el proceso de Calidad Total
- Promover la adopción de valores de la cultura de calidad
- Desarrollar habilidades de liderazgo y habilidades para el aseguramiento y mejoramiento continuo de la calidad.

A través de un buen plan de capacitación y entrenamiento del personal podemos lograr que este adquiera los conocimientos y habilidades. Sin embargo, esto no es suficiente para lograr su involucramiento. Para que las personas lo adopten, es preciso crear las condiciones que eviten la desmotivación y faciliten la realización del trabajo. **(Espinosa 2009).**

2.2.7 Micro y pequeña empresa (MYPE).

La definición de Mypes en el Perú ha variado a través del tiempo, debido a los constantes cambios en el nivel económico, social, y más aún en el mundo empresarial.

Para nuestro estudio analizaremos las tres últimas variaciones: la Ley N° 28015 correspondientes al año 2003, el Decreto Legislativo N°1086, correspondientes al año 2008, y la Ley N°30056, correspondientes al año 2013. A continuación, se exponen los dos casos:

Según la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, 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 ((Ley N.º 28015, 03/07/2003).

Asimismo, según la Ley en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT, tal como se muestra en la Tabla 1:

Tabla 1: Clasificación de las Mypes, según la Ley N°28015

Tamaño de empresa	Nº Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-50	De 150 a 850 UIT

Fuente: Ley N°28015 (2003)

Según el Artículo N°4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley Mypes (Decreto Supremo N° 007-2008-TR,2008), se define a la Micro y Pequeña Empresa como “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.

De igual modo, según el Decreto Supremo en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores y ventas anuales de hasta 1700 UIT, tal como se muestra en la Tabla 2:

Tabla 2: Clasificación de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008

Tamaño	Número de trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-100	De 150 a 1700 UIT

Fuente: Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 2008

De acuerdo con las modificaciones a los artículos 1, 5,14 y 42 Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley N° 30056), las Mypes se definen sólo por el volumen de ventas anuales, como se detalla en la Tabla 3:

Tabla 3: Clasificación de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056

Tipo de empresa	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 150 a 1700 UIT

Fuente: Ley N° 30056 (2013)

2.3 Marco conceptual

- **Calidad:** Es todo lo que alguien hace a lo largo de un proceso para garantizar que un Cliente, fuera o dentro de la organización obtenga exactamente aquello que desea en términos de características intrínsecas, costos y atención que arrojarán indefectiblemente Satisfacción para el Consumidor. **(Rojas, M. H. 2009)**

- **Competitividad:** La competitividad empresarial significa lograr una rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado. Es la capacidad para competir en condiciones favorables (precio más bajo, calidad o imagen mejor, etc.) y hace referencia a la posición relativa que tiene una empresa en relación a sus competidores, y a la aptitud para sostenerla de forma duradera y mejorarla, si es posible. **(Galindo, M., & Sastre, M. 2009)**
- **Gestión:** Según la norma ISO 9000:2005 se define Gestión como las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. **(Galindo, M., & Sastre, M. 2009)**
- **Proceso:** Conjunto de operaciones interrelacionadas que dan como resultado un servicio o producto terminado. **(Galindo, M., & Sastre, M. 2009)**
- **Producto:** Resultado de un proceso de manufactura identificado por medio de una marca. Aglutina características tangibles e intangibles en virtud de las cuales los posibles compradores identifican un posible interés para satisfacer con ello alguna necesidad, gusto, deseo o preferencia. **(Galindo, M., & Sastre, M. 2009)**
- **Servicio:** **García, C. M. J. (2011).** Menciona que el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Una gestión con calidad y aplicación de estrategias para atender las necesidades del cliente del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, logrará posicionarse mejor en el mercado.

3.2 Hipótesis específicos

- Es de conocimiento el uso herramientas de administración y calidad en las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, como instrumentos para una gestión eficiente.
- Las estrategias de atención al cliente pueden generar un vínculo empresa-cliente en las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018.
- La realización de mediciones de satisfacción al cliente son estrategias que usan las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental - transversal- descriptivo y correlacional.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión de calidad, Atención al cliente.

- **No experimental:** Porque el investigador no realizó ninguna acción intencional sobre las variables.
- **Transversal:** Es cuando la información del objeto de estudio (población) se obtiene una única vez en un momento dado.
- **Descriptiva:** Según Salkind (1998). “Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.”
- **Correlacional:** Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Tiene como fuentes de información las bases de datos.

4.1.1 Tipo de investigación

Es del tipo de investigación (mixta).

- **Cuantitativa:** En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.
- **Cualitativa:** Está basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados.

4.1.2 Nivel de investigación

Es nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizó comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

El universo o población está conformada por las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, distrito de Calleria, año 2018.

Para conocer el número de estas mypes en el distrito, consultamos a fuentes de información como:

- Municipalidad Provincial de Coronel Portillo
- Oficina de Atención al Contribuyente de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)

Como resultado de las consultas, se nos brindó información de que existen cuarentaisiete (47) imprentas, pero no se precisó cuáles se dedican al rubro de impresión digital.

Por este motivo se realizó una inspección física por las principales vías del distrito de Callería, determinando que son veintiséis (26) mypes.

4.2.2 Muestra

Para facilitar la realización de la investigación se procedió al cálculo de la muestra, la que fue obtenida haciendo uso del siguiente instrumento estadístico:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

N	Población	
Z	Nivel de confianza	95% (1.96)
E	Margen de error	5% (0.05)
P	probabilidad de éxito	0.5
Q	probabilidad de fracaso	0.5

Fuente: Elaboración Leyla del Águila

Producto de la respectiva aplicación estadística, se determinó en veinticuatro (24) mypes del rubro impresión digital el tamaño de la muestra.

En el proceso de realizar las encuestas, obtuvimos las facilidades de dieciocho (18) mypes cuyos nombres en el cuadro adjunto se detalla; las otras seis (6) mypes faltantes no desearon participar por diferentes motivos.

ITEM	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	Sergraf impresiones E.I.R.L	Jr. Inmaculada 998
2	Color & papel Ucayali S.R.L	Jr. Tarapacá 187
3	Imprenta gráfica e inversiones Jaebi	Ca. Rafael de Souza 100
4	Gigantografías & publicidad total	Jr. Tarapacá 349
5	Soria imprenta editora	Jr. Inmaculada 548
6	Mundo gráfico	Jr. Libertad 351

7	Drago publicidad	Jr. Tarapacá 349
8	Imprenta y gigantografias	Jr. Salaverry 579
9	Imprenta Bellavista	Jr. Inmaculada 998
10	Imprenta Quispe S.R.L	Jr. Atahualpa 534
11	The maquina publicidad	Av. Túpac Amaru 2230
12	Impresiones “El jefe”	Jr. Salaverry 722
13	Imprenta “Laser”	Jr. Salaverry 744
14	Inasanity graphics	Jr. Tarapacá 327
15	Corporación grafica del oriente	Jr. Coronel Portillo 312
16	Publicidad	Jr. Inmaculada 146
17	Dwong imprentas	Jr. Tarapacá 475
18	Imprenta villagraf	Jr. Ucayali 652

Fuente: Elaboración Leyla del Águila

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 4: Definición y operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional: indicadores	Escala de medición
Gestión de calidad	Planear y gerenciar para el mejoramiento continuado del sistema de calidad, incluyendo el uso de la política de calidad, objetivos y los datos sobre el desempeño de la calidad.	Plan de calidad	✓ ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?	Nominal
		Procesos estandarizados	✓ ¿Cuenta con procesos identificados y estandarizados?	Nominal
		Misión, Visión, Valores	✓ ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?	Nominal
Enfoque en el cliente	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Nivel de servicio	✓ ¿Ha organizado la disposición de sus ambientes para comodidad del cliente?	Nominal
			✓ ¿Capacita o entrena al personal para brindar un servicio amable?	Nominal
		Información al cliente	✓ ¿Atiende sugerencias y brinda información a sus clientes?	Nominal

Fuente: Elaboración Leyla del Águila

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Se utilizaron las siguientes técnicas:

- Encuesta
- Entrevista

4.4.2 Instrumentos

Con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas como fuente de investigación, se elaboró un cuestionario estructurado de 22 preguntas presentado en una encuesta.

4.5 Plan de análisis

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 24 exclusivo para estadística e investigación.

4.6 Matriz de consistencia de la investigación

Tabla 5: Matriz de consistencia de la investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Una mayor exigencia de los clientes relacionados a nivel de servicio y calidad hace necesario que las mypes del sector servicios, rubro impresión digital del distrito de Callería se vean en la prioridad de realizar prácticas eficaces de gestión y atención al	Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, se gestionan con calidad y que estrategias de atención al cliente realizan para satisfacer las expectativas de sus clientes.	Una gestión con calidad y aplicación de estrategias para atender las necesidades del cliente del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, logrará posicionarse mejor en el mercado.	<p>Variable Dependiente</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Variable Independiente</p> <p>Gestión de Calidad</p>	<p>Tipo de investigación mixta:</p> <p>Cuantitativa. Cualitativa</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptiva.</p>	<p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Encuesta <p>Fuentes:</p> <p>Municipalidad Provincial de Coronel Portillo. Oficina de Atención al Contribuyente de la SUNAT.</p>

cliente?					<p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p> <p>Población Fue determinada en consulta con las fuentes indicadas y verificadas físicamente: 26 mypes.</p> <p>Muestra En función a la población se determinó la muestra con uso de instrumento</p>
	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		<p>Diseño de la investigación: - No experimental, -Descriptivo -Transversal -Correlacional</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 	<ul style="list-style-type: none"> Es de conocimiento el uso herramientas de administración y calidad en las mypes del sector servicios, rubro 			

	<p>2018, se gestionan con uso de herramientas de administración y calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, tienen como estrategia de atención al cliente fortalecer los vínculos de comunicación. • Investigar si las 	<p>impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, como instrumentos para una gestión eficiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las estrategias de atención al cliente pueden generar un vínculo empresa-cliente en las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018. 			<p>estadístico: son 24 mypes, pero solo 18 mypes accedieron a la encuesta.</p>
--	---	--	--	--	--

	<p>mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, realizan mediciones de satisfacción del cliente para conocer su nivel de cumplimiento de sus expectativas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La realización de mediciones de satisfacción al cliente son estrategias que usan las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018. 			
--	--	---	--	--	--

Fuente: elaboración Leyla del Águila

4.7 Principios éticos

Los principios éticos se refieren a aquellos juicios generales que sirven como justificación básica para las muchas prescripciones y evaluaciones éticas particulares de las acciones humanas.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, en lo que consta los principios éticos que presenta nuestra investigación, en todo su desarrollo:

- Se informó el objetivo de trabajo.
- Ninguna de las preguntas atento contra de la salud física, moral y social de los participantes.
- Los instrumentos fueron anónimos.

Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas.

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

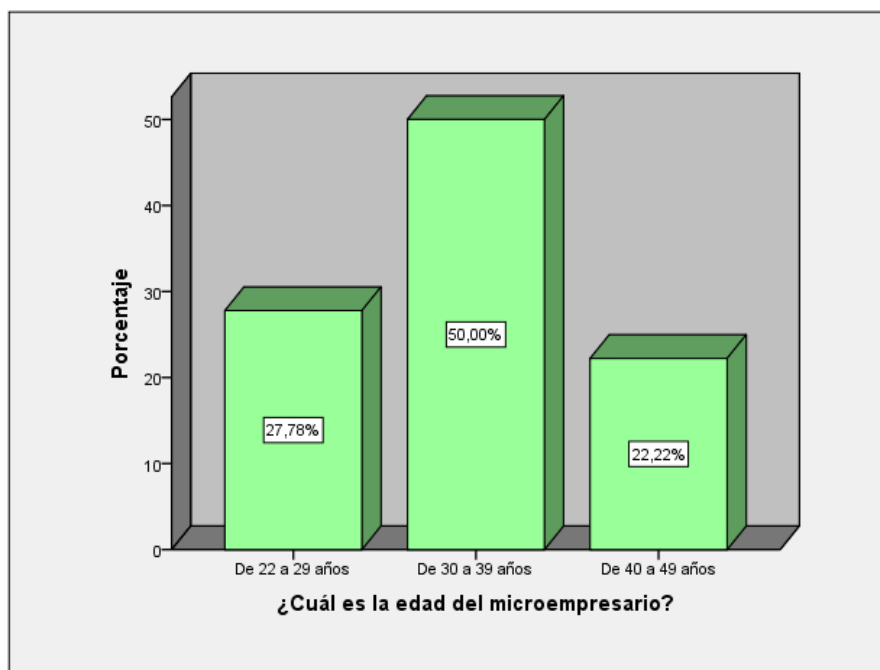
A. Datos del emprendedor

Tabla 6: ¿Cuál es la edad del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 22 a 29 años	5	27,8	27,8	27,8
	De 30 a 39 años	9	50,0	50,0	77,8
	De 40 a 49 años	4	22,2	22,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 1: ¿Cuál es la edad del microempresario?



Fuente: Tabla 3

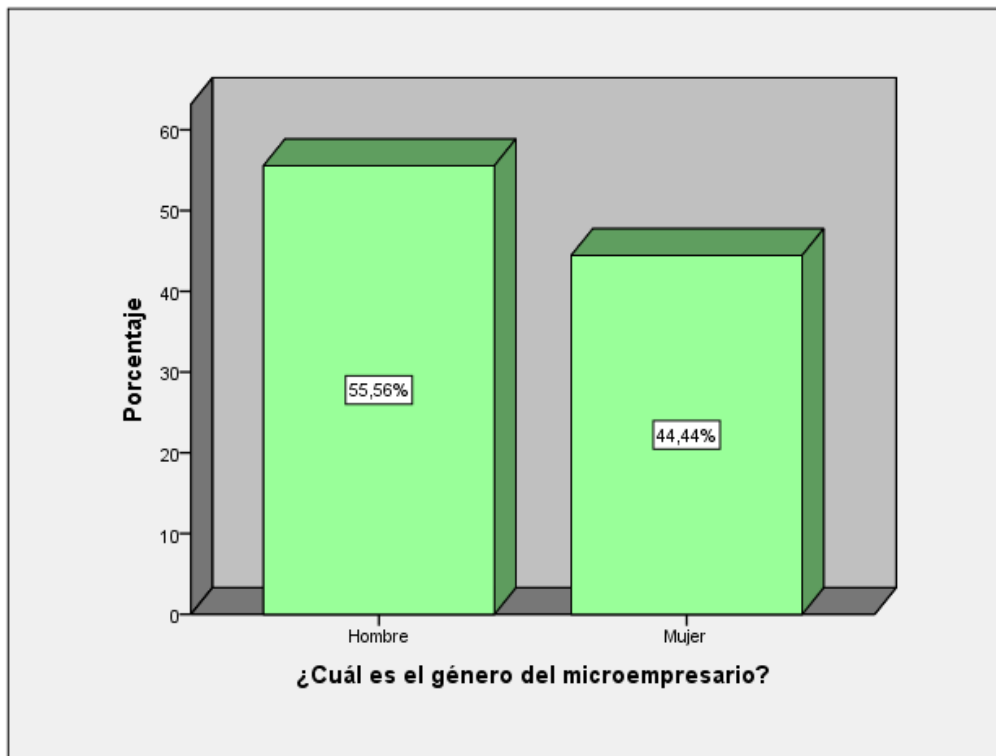
DESCRIPCIÓN: Según las mypes encuestadas, los microempresarios del sector en estudio, están conformados en su mayoría (50,0%) por el rango de edad “de 30 a 39 años”; un 27,8% “de 22 a 29 años” y finalmente un 22,2% “De 40 a 49 años”.

Tabla 7: ¿Cuál es el género del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	10	55,6	55,6	55,6
	Mujer	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 2: ¿Cuál es el género del microempresario?



Fuente: Tabla 4

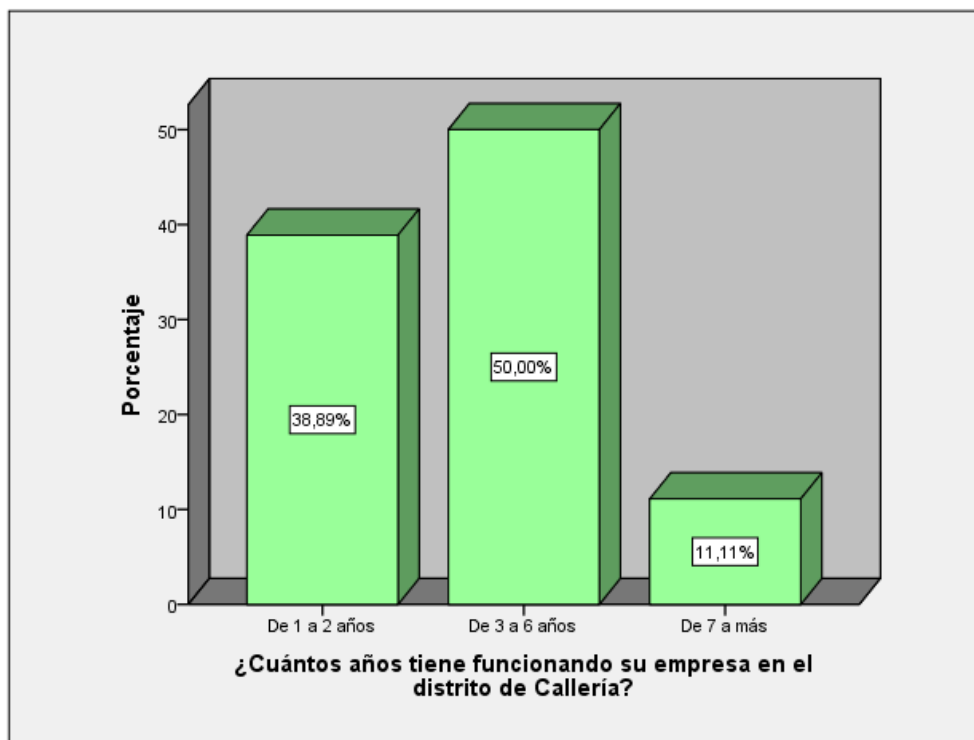
DESCRIPCIÓN: Los estudios realizados en la investigación, muestra que los propietarios de estos negocios en su mayoría (55,6%) son del género masculino. El 44,4% son representados por el género femenino.

Tabla 8: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en el distrito de Callería?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2 años	7	38,9	38,9	38,9
	De 3 a 6 años	9	50,0	50,0	88,9
	De 7 a más	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 3: ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en el distrito de Callería?



Fuente: Tabla 5

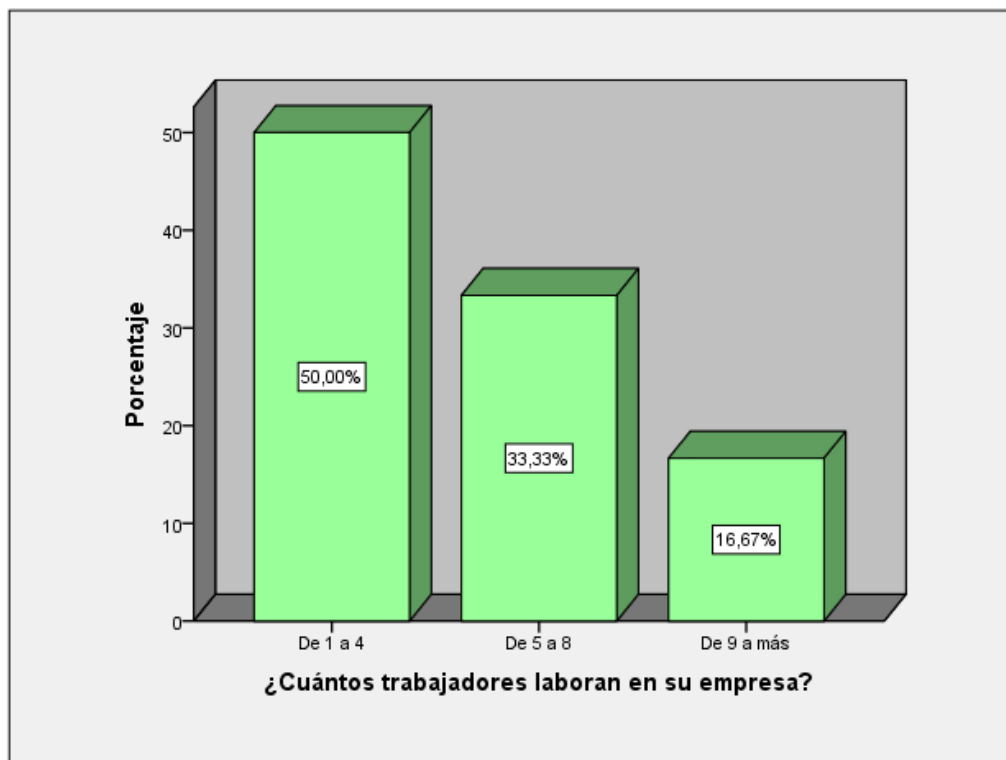
DESCRIPCIÓN: Durante la investigación, se pudo comprobar que las mypes dedicadas al rubro impresión digital, viene funcionando en el distrito de Calleria de “3 a 6” años (50,0%); 38,9% funcionan de “1 a 2 años” y un 11,1% de “7 a más”.

Tabla 9: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 4	9	50,0	50,0	50,0
	De 5 a 8	6	33,3	33,3	83,3
	De 9 a más	3	16,7	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 4: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?



Fuente: Tabla 6

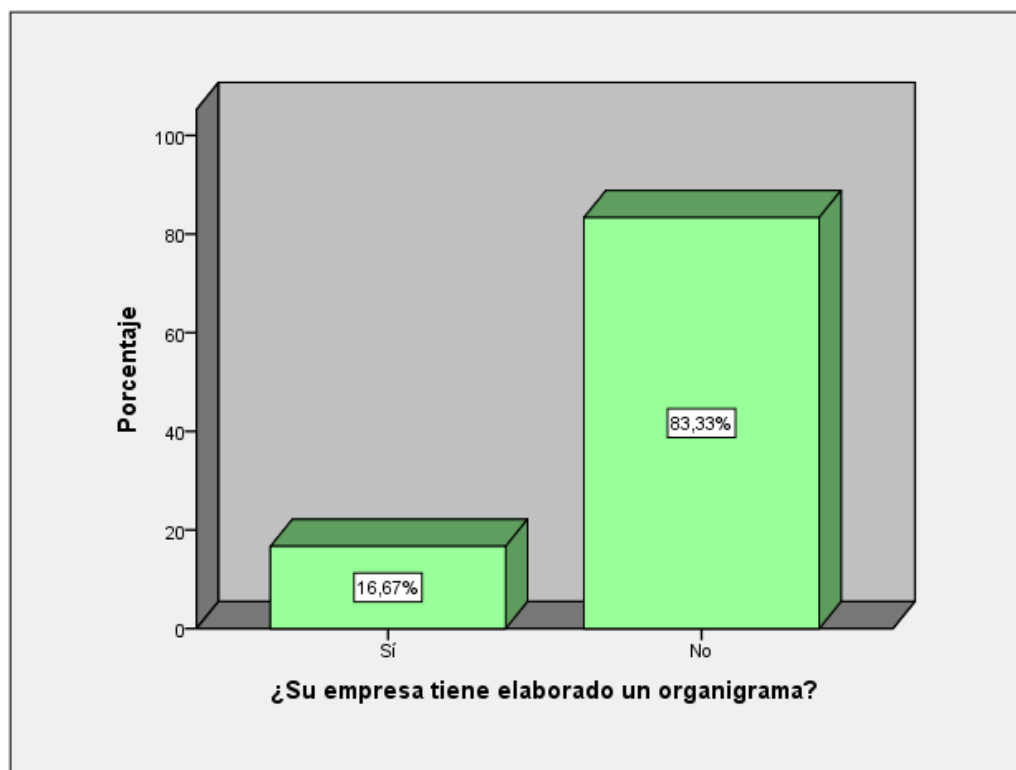
DESCRIPCIÓN: En el estudio realizado a las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, la mayoría (50,0%) emplea de “1 a 4” colaboradores; de “5 a 8” colaboradores 33,3%; y de “9 a más” 16,7%.

Tabla 10: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	3	16,7	16,7	16,7
	No	15	83,3	83,3	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 5: ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?



Fuente: Tabla 7

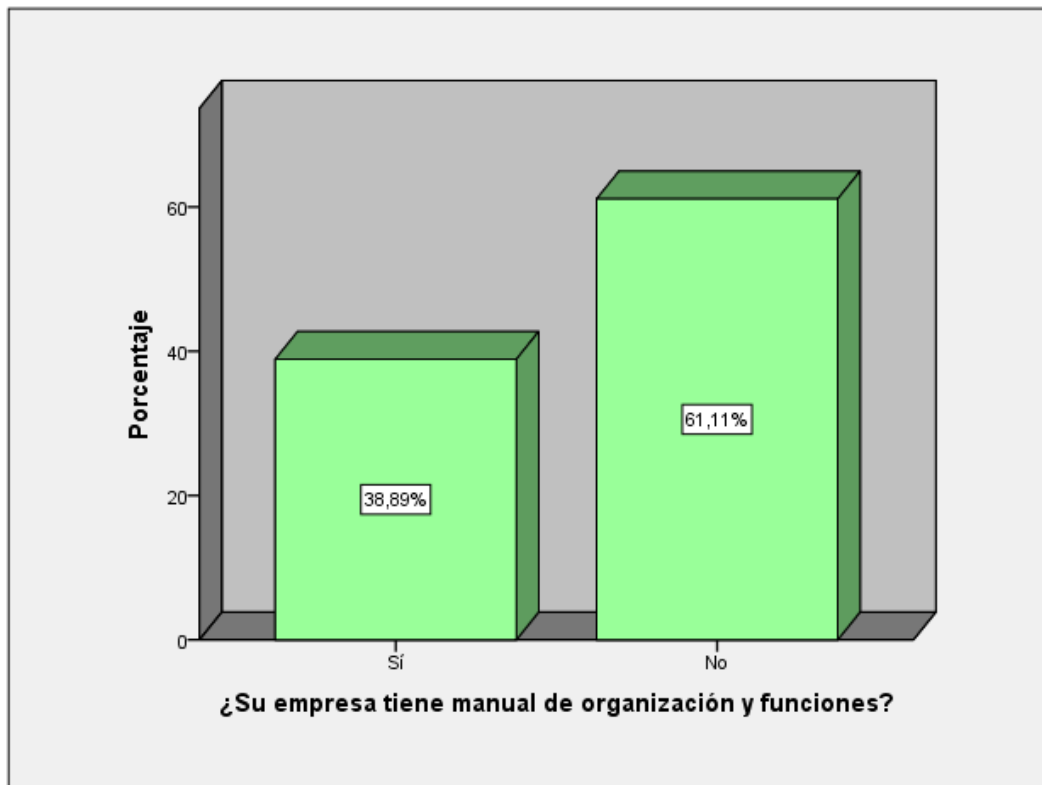
DESCRIPCIÓN: Los resultados obtenidos de la investigación muestran que el 83,3% no utilizan un organigrama en su empresa. Esto dificulta que los miembros de la organización conozcan las jerarquías y sus funciones.

Tabla 11: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	7	38,9	38,9	38,9
	No	11	61,1	61,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 6: ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?



Fuente: Tabla 8

DESCRIPCIÓN: Teniendo en cuenta la investigación realizada, esto dio como resultado que el 38,9% tiene elaborado un manual de organización y funciones; pero existe una gran mayoría representados por el 61,1% que no lo tiene.

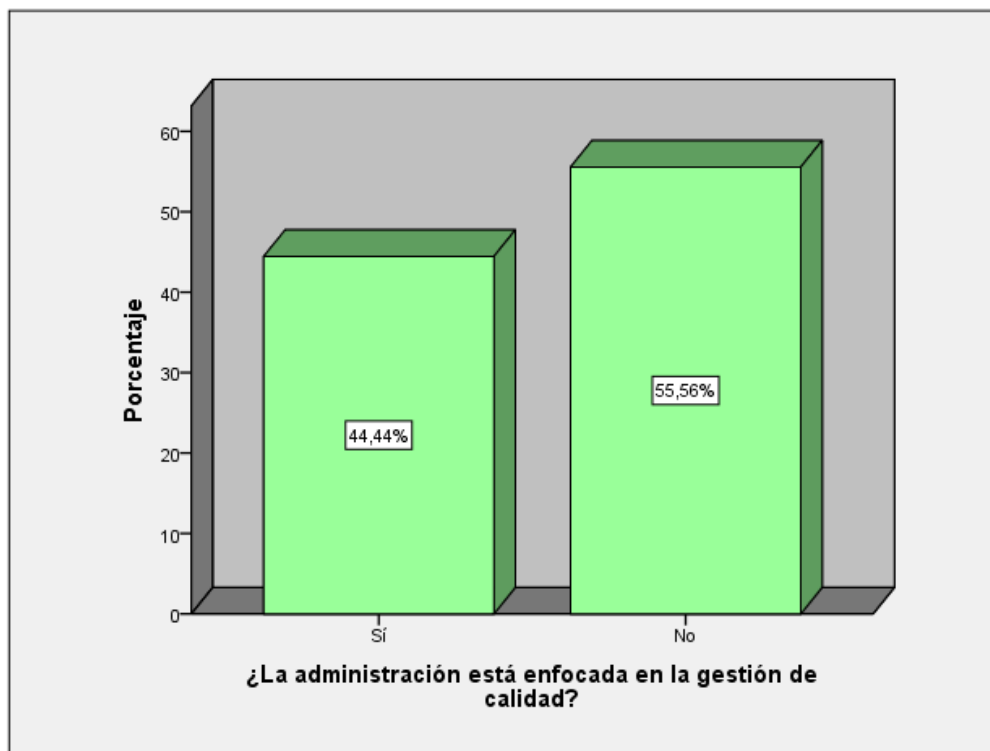
B. De la Gestión de Calidad

Tabla 12: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	8	44,4	44,4	44,4
	No	10	55,6	55,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 7: ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?



Fuente: Tabla 9

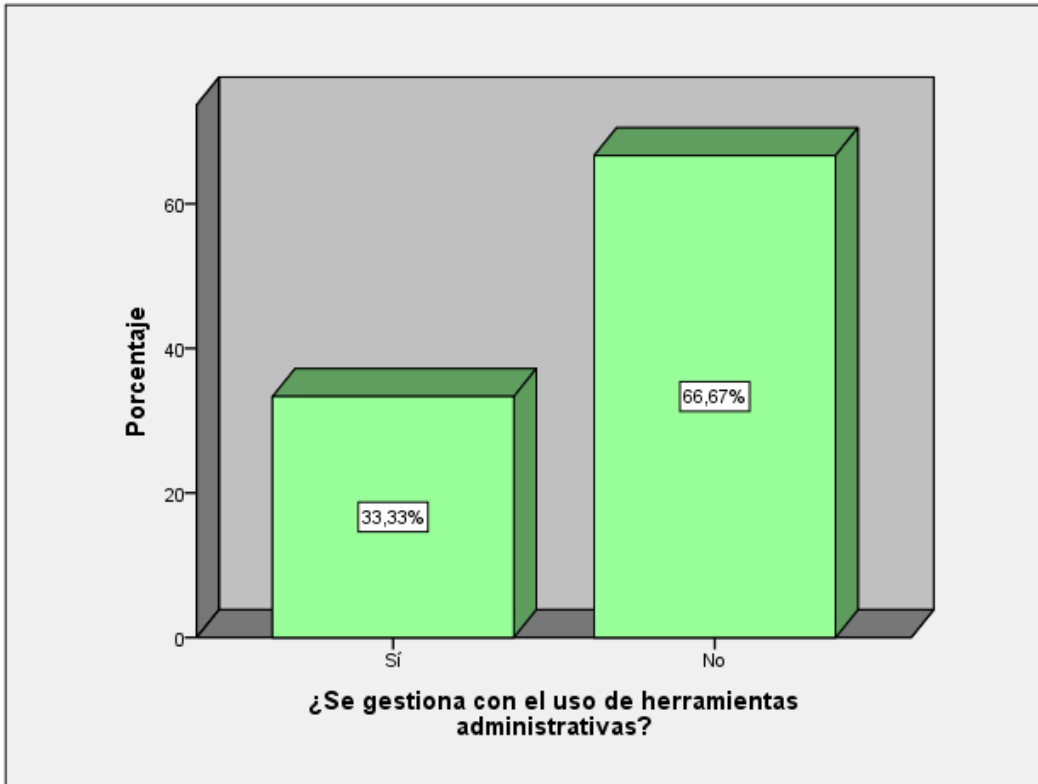
DESCRIPCIÓN: Según la investigación, el 44,4% tiene una administración enfocada en la gestión de calidad. Para el 55,6% que representa la mayoría desconoce los conceptos para llevarla a la práctica.

Tabla 13: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	33,3	33,3	33,3
	No	12	66,7	66,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 8: ¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?



Fuente: Tabla 10

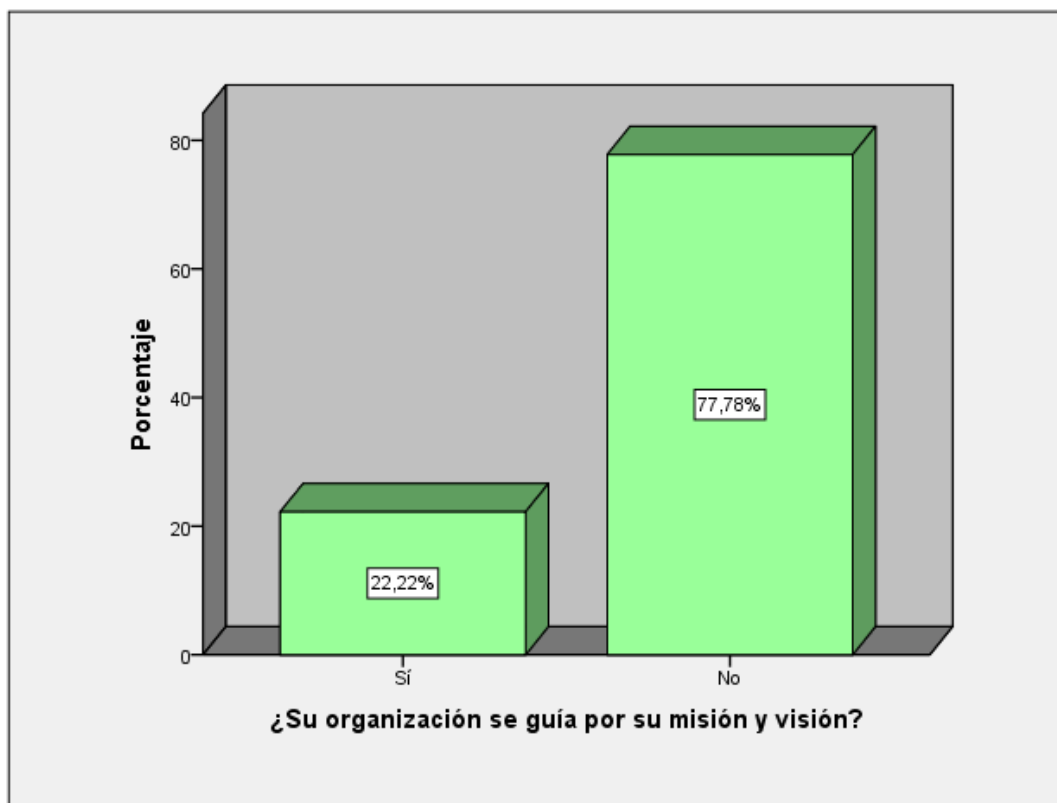
DESCRIPCIÓN: En la información obtenida, se pudo reflejar que el 66,7% no gestiona su mype con el uso de herramientas administrativas; solo el 33,3% lo practica porque conoce su uso.

Tabla 14: ¿Su organización se guía por su misión y visión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	22,2	22,2	22,2
	No	14	77,8	77,8	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 9: ¿Su organización se guía por su misión y visión?



Fuente: Tabla 11

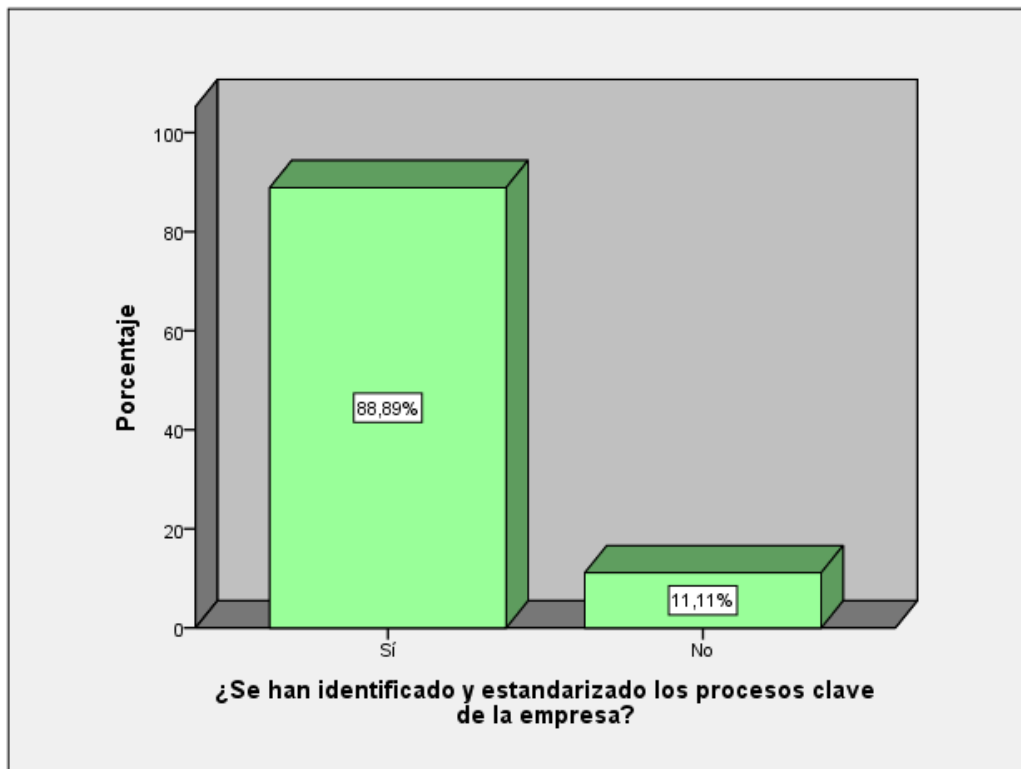
DESCRIPCIÓN: Las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, no tiene una misión y visión 77,8%; pero el 22,2% si lo tiene.

Tabla 15: ¿Se han identificado y estandarizado los procesos clave de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	16	88,9	88,9	88,9
	No	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 10: ¿Se han identificado y estandarizado los procesos clave de la empresa?



Fuente: Tabla 12

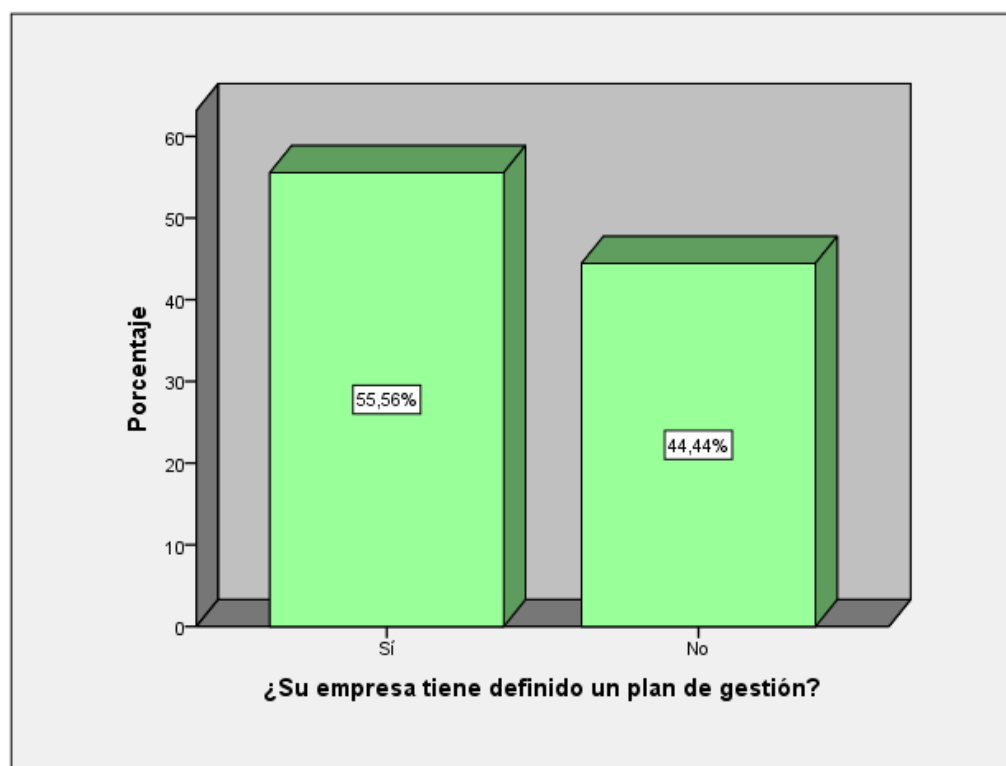
DESCRIPCIÓN: Los estudios realizados de las encuestas, indica que el 88,9% si han identificado y estandarizado los procesos claves para su empresa.

Tabla 16: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	10	55,6	55,6	55,6
	No	8	44,4	44,4	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 11: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?



Fuente: Tabla 13

DESCRIPCIÓN: Según los datos obtenidos de los encuestados, el 55,6% se guía con un plan de gestión. Para el 44,4% representa una oportunidad de mejora que administran empíricamente sus negocios.

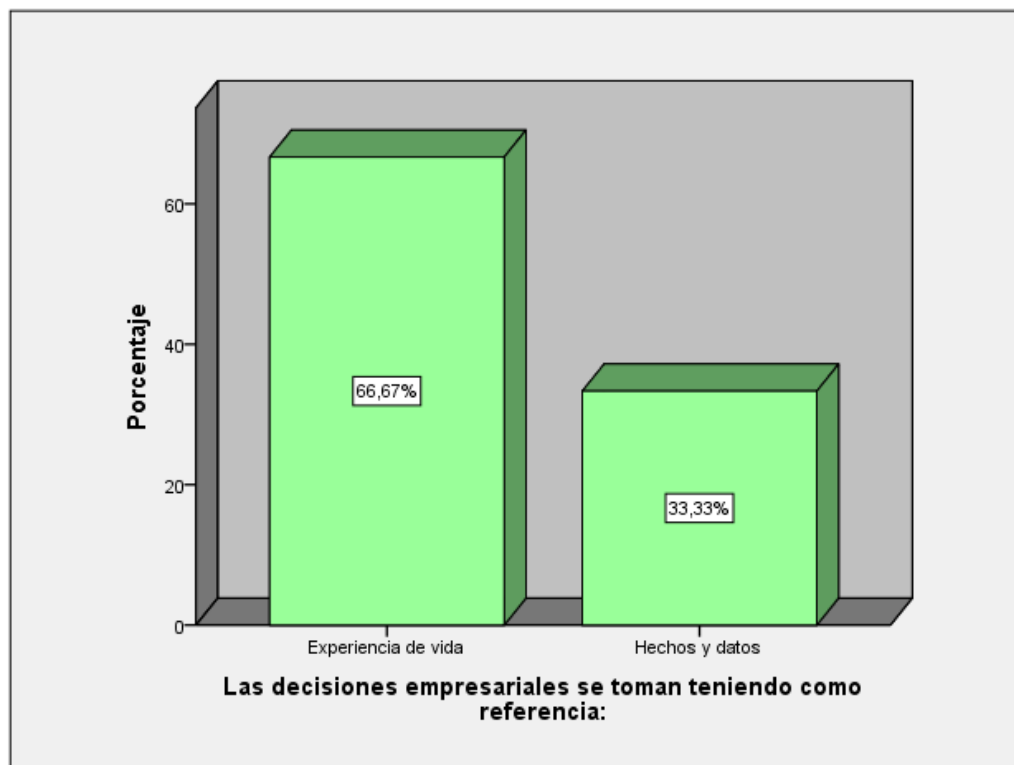
C. De Atención al cliente

Tabla 17: Las decisiones empresariales se toman teniendo como referencia:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Experiencia de vida	12	66,7	66,7	66,7
	Hechos y datos	6	33,3	33,3	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 12: Las decisiones empresariales se toman teniendo como referencia:



Fuente: Tabla 14

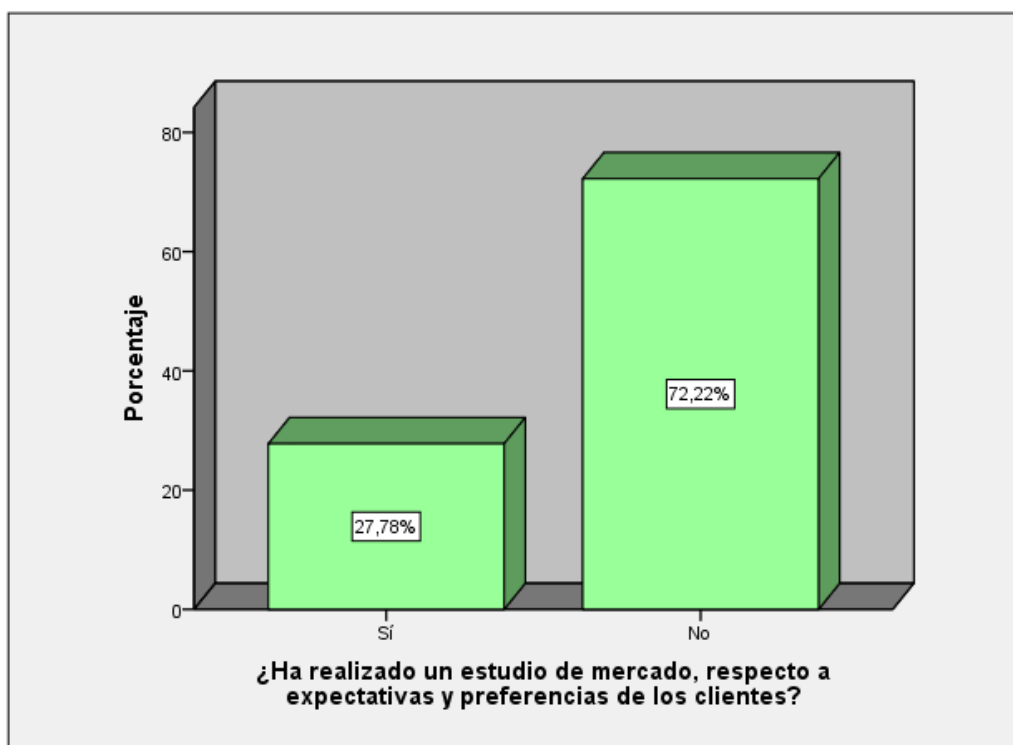
DESCRIPCIÓN: Según la información adquirida, los propietarios de estos negocios, en su mayoría (66,7%) toman las decisiones empresariales teniendo en cuenta su experiencia de vida. Para los microempresarios representados por el 33,3% solo toman como referencia a los hechos y datos.

Tabla 18: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	5	27,8	27,8	27,8
	No	13	72,2	72,2	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 13: ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?



Fuente: Tabla 15

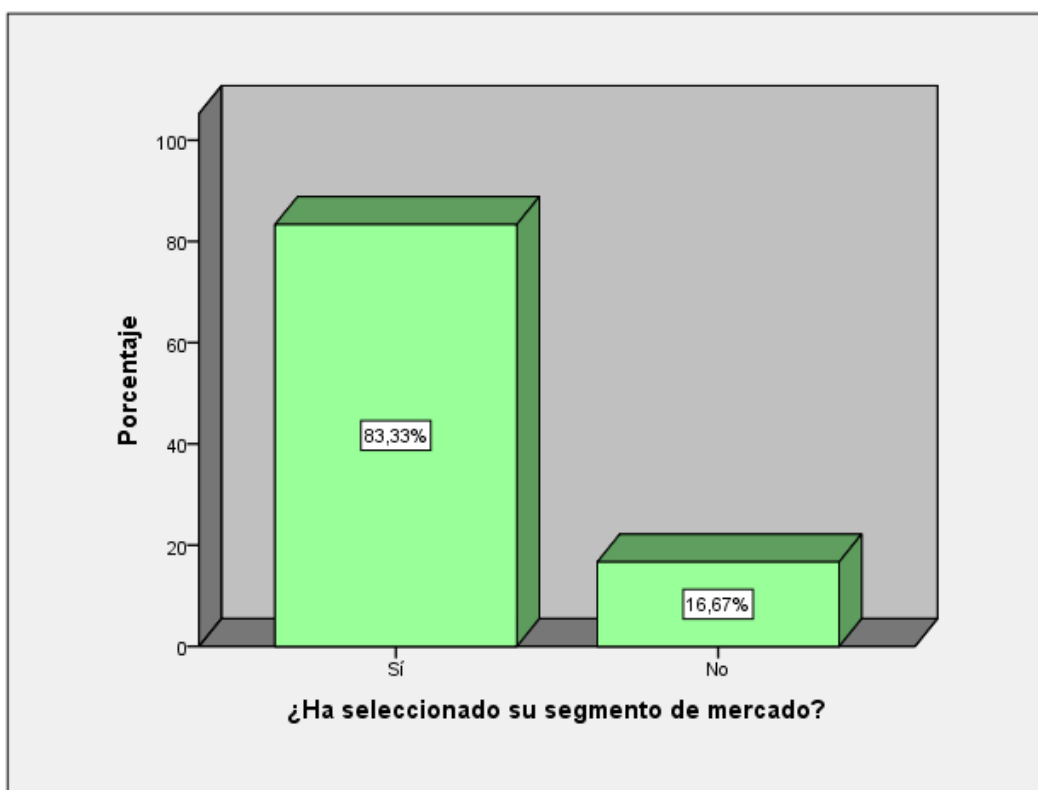
DESCRIPCIÓN: Como se puede observar en la tabla 15, las mypes en estudio, no realizaron un estudio de mercado respecto a expectativas y preferencias de los clientes 72,2%. Por otro lado, 27,8% si tienen interés por realizarlos.

Tabla 19: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	15	83,3	83,3	83,3
	No	3	16,7	16,7	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 14: ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?



Fuente: Tabla 16

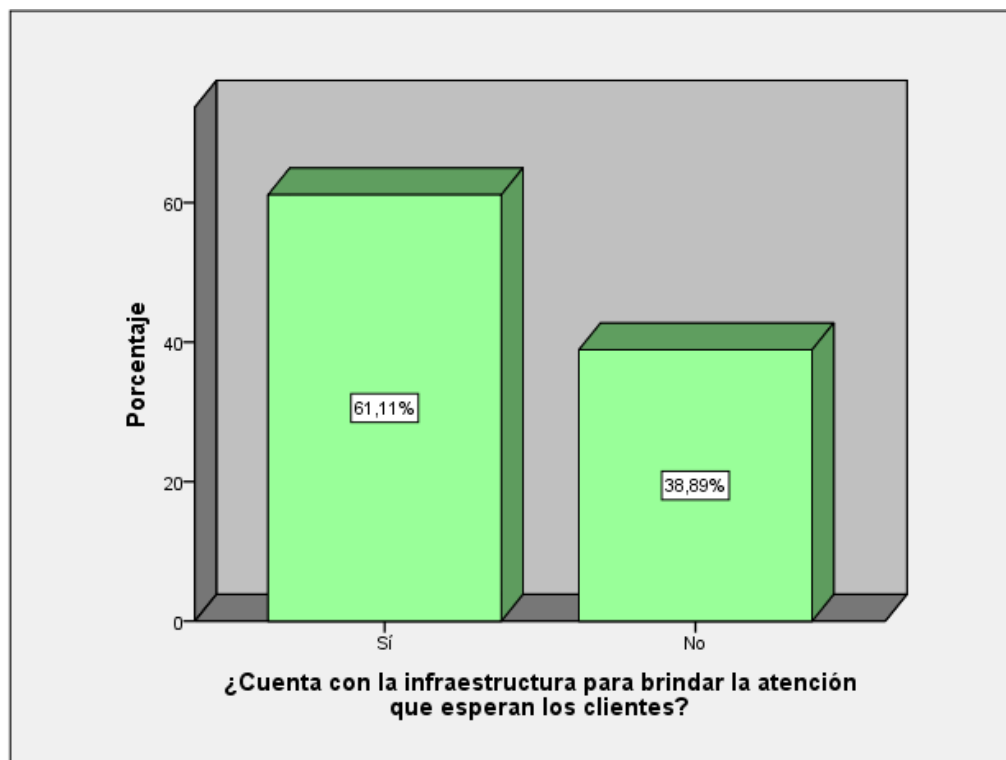
DESCRIPCIÓN: Según la información recogida de los microempresarios, se puede observar que el 83,3% tiene seleccionado su segmento de mercado; el “16,7%” no lo selecciona.

Tabla 20: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	11	61,1	61,1	61,1
	No	7	38,9	38,9	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 15: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?



Fuente: Tabla 17

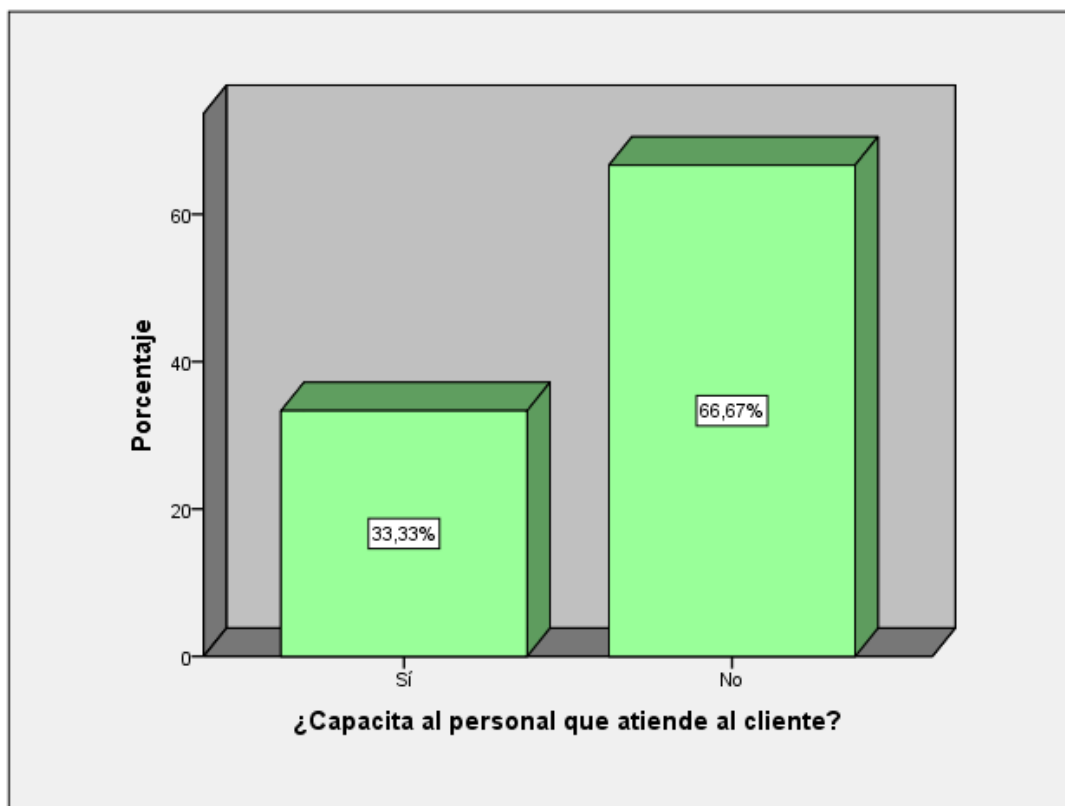
DESCRIPCIÓN: Según la investigación, las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, en su mayoría (61,1%) cuenta con una infraestructura para brindar un servicio de calidad a sus clientes. Por otro lado, el 38,9% no cuenta con una buena infraestructura.

Tabla 21: ¿Capacita al personal que atiende al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	33,3	33,3	33,3
	No	12	66,7	66,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 16: ¿Capacita al personal que atiende al cliente?



Fuente: Tabla 18

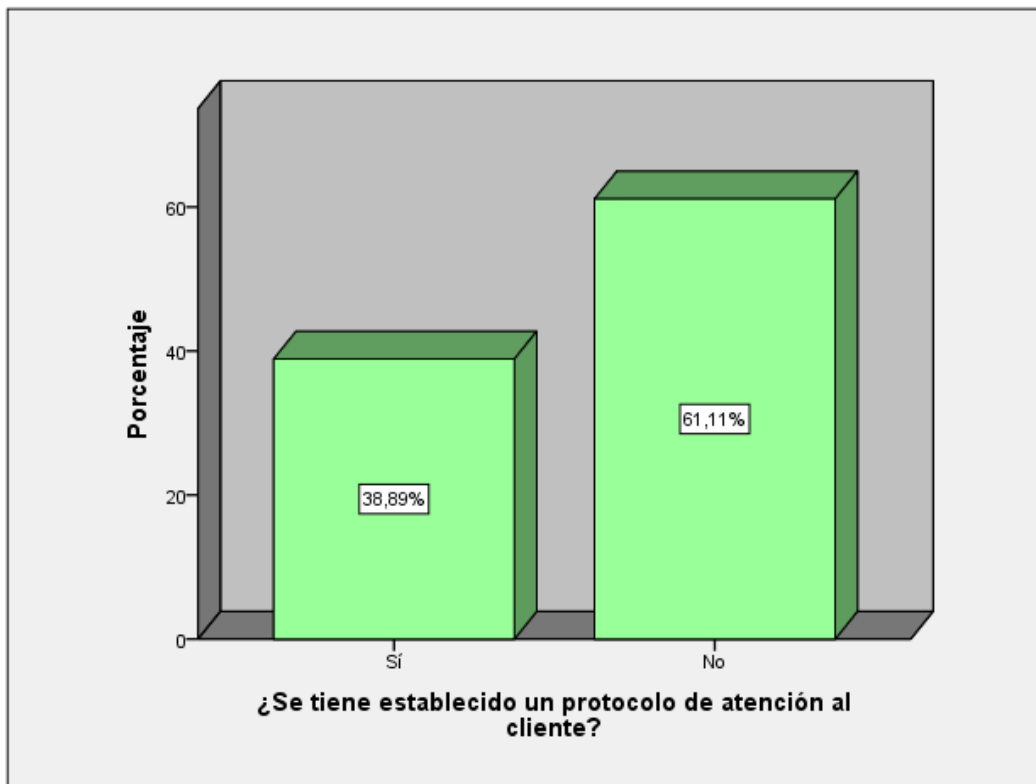
DESCRIPCIÓN: Según la información adquirida de la investigación, el 66,7% no capacitan a su personal para atender a los clientes, el “33,3%” si capacitan a su personal.

Tabla 22: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	7	38,9	38,9	38,9
	No	11	61,1	61,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 17: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?



Fuente: Tabla 19

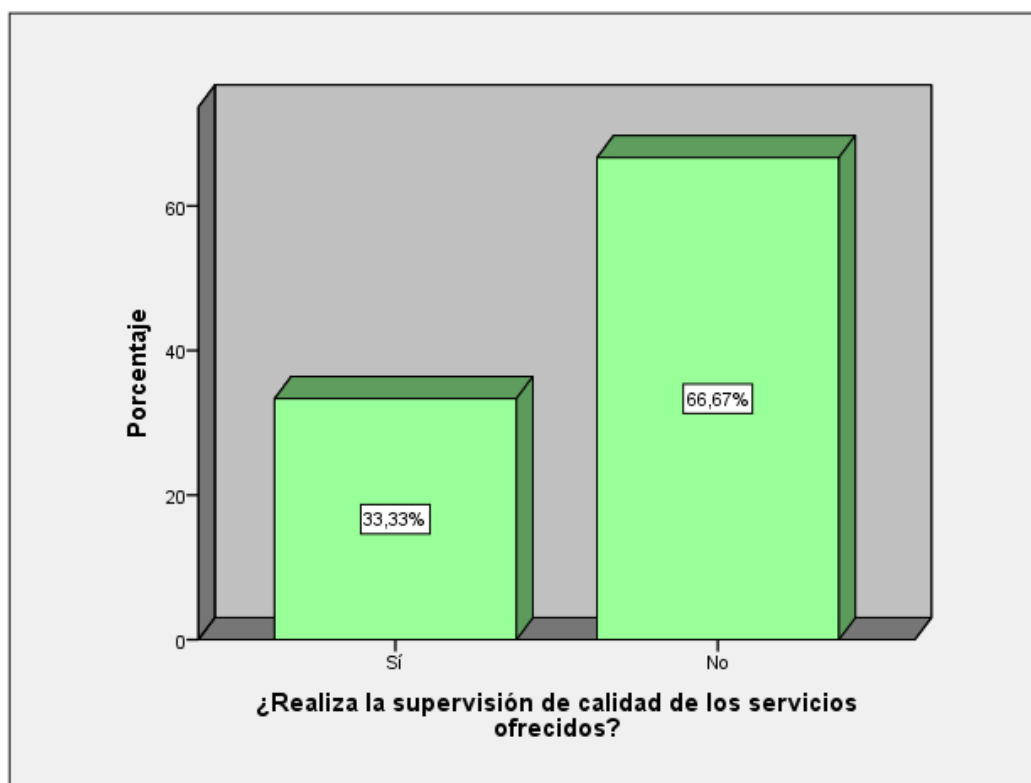
DESCRIPCIÓN: Según los resultados de la investigación, el 61,1% no tienen un protocolo de atención al cliente, y el 38,9% si lo tiene.

Tabla 23: ¿Realiza la supervisión de calidad de los servicios ofrecidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	33,3	33,3	33,3
	No	12	66,7	66,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 18: ¿Realiza la supervisión de calidad de los servicios ofrecidos?



Fuente: Tabla 20

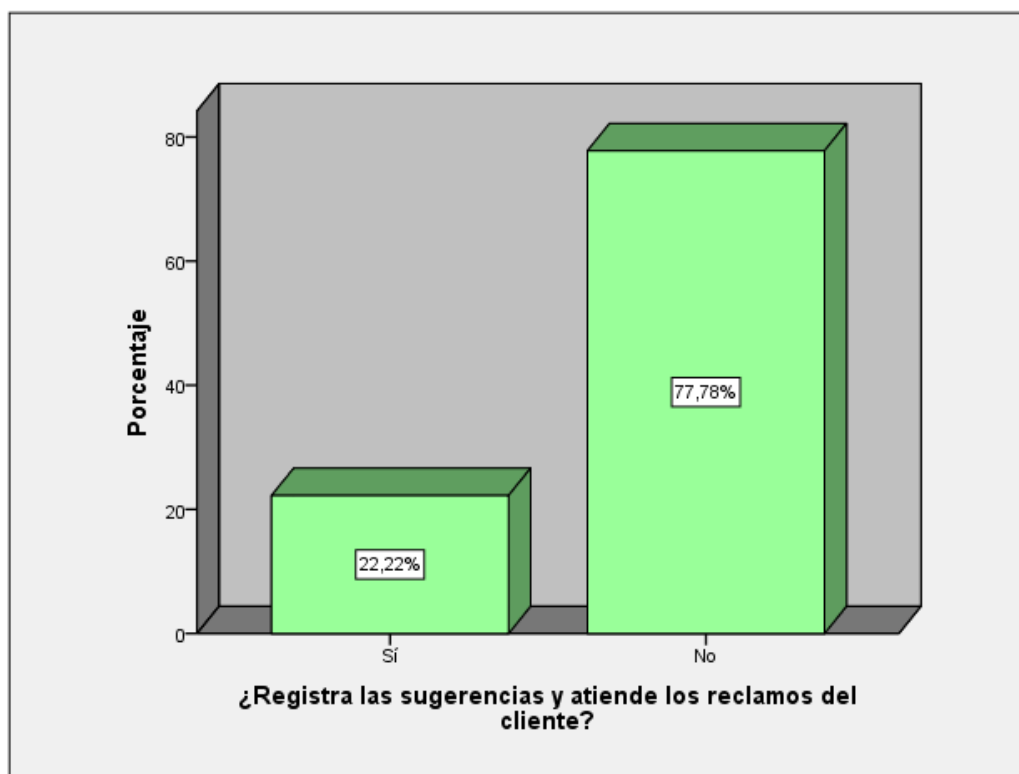
DESCRIPCIÓN: Según los encuestados, las mypes del sector en estudio, en su mayoría (66,7%) no realiza la buena práctica de revisar sus productos antes de ser ofrecidos a sus clientes; mientras que para el 33,3% representa una oportunidad de mejora.

Tabla 24: ¿Registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	22,2	22,2	22,2
	No	14	77,8	77,8	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 19: ¿Registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?



Fuente: Tabla 21

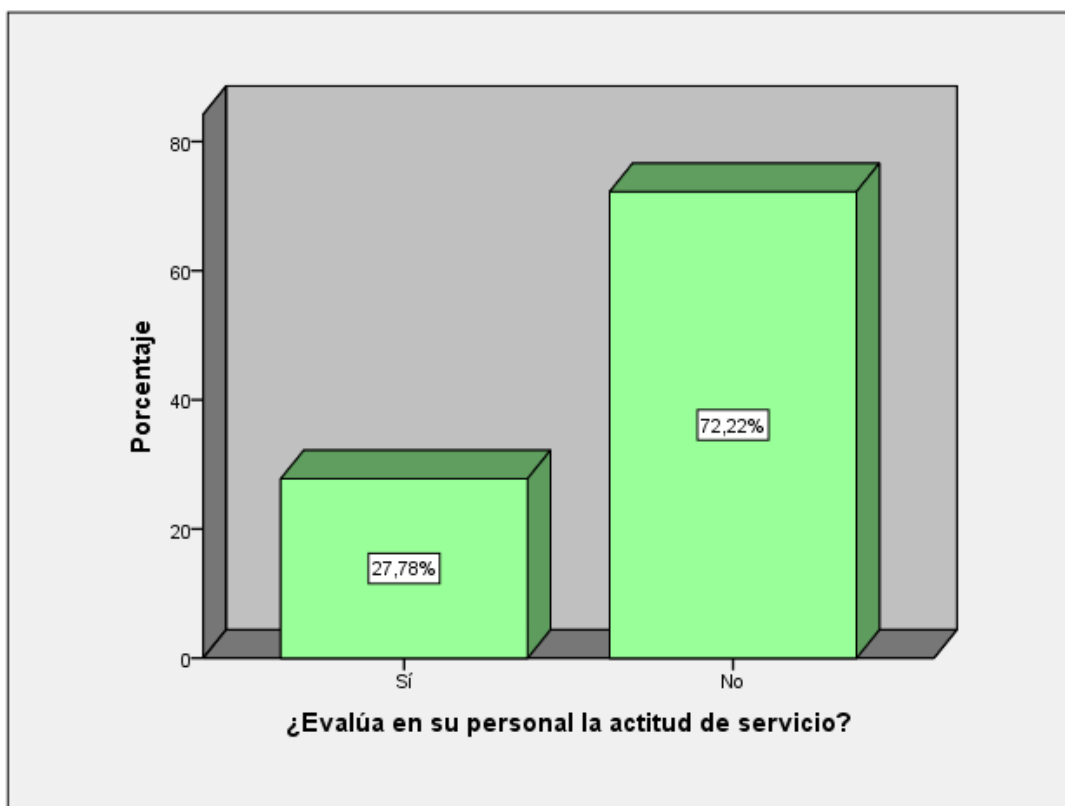
DESCRIPCIÓN: Según la investigación, el 22,2% de la mypes del sector servicios, rubro impresión digital muestra una actitud positiva frente a los reclamos y sugerencias de los clientes. Pero en su mayoría (77,8%), el personal requiere de capacitación para atender apropiadamente las sugerencias del cliente.

Tabla 25: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	5	27,8	27,8	27,8
	No	13	72,2	72,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 20: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?



Fuente: Tabla 22

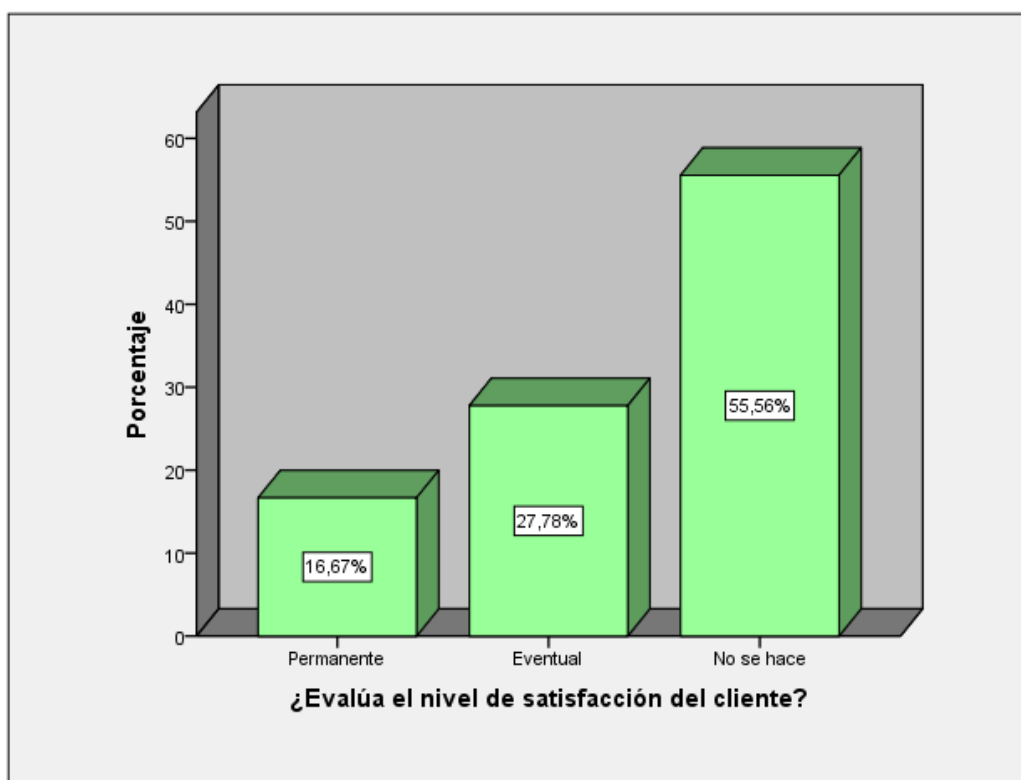
DESCRIPCIÓN: De acuerdo al análisis realizado, el 27,8% si evalúa la actitud de su personal para brindar un servicio; un 72,2% no toma prioridad este aspecto del servicio.

Tabla 26: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Permanente	3	16,7	16,7	16,7
	Eventual	5	27,8	27,8	44,4
	No se hace	10	55,6	55,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 21: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?



Fuente: Tabla 23

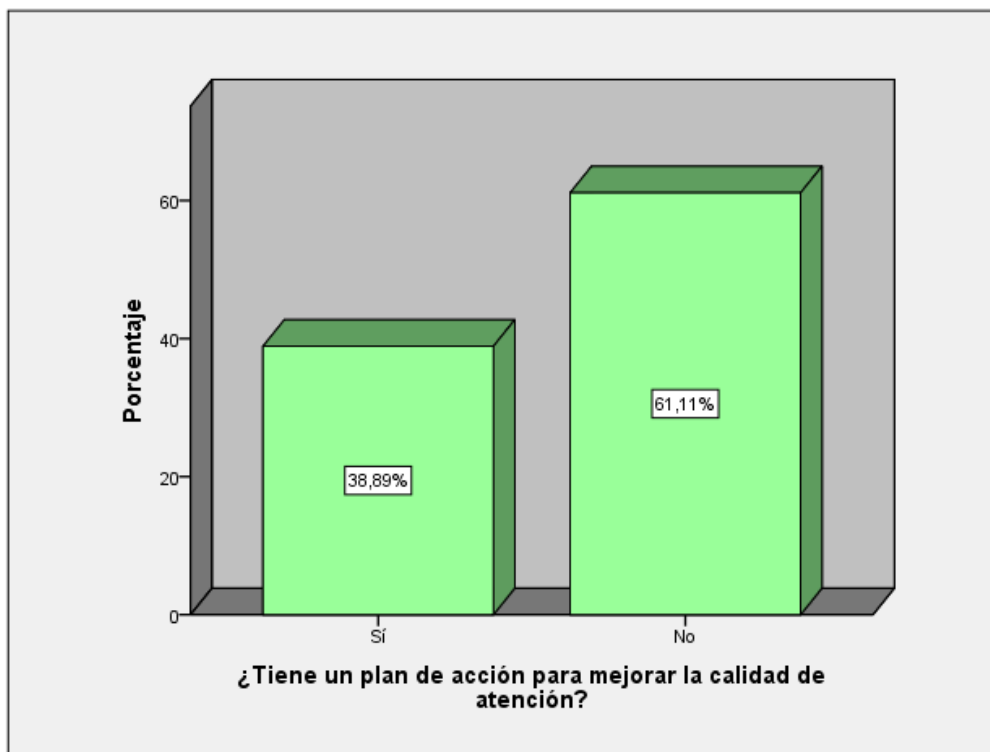
DESCRIPCIÓN: Mediante la información obtenida, se puede observar que el 55,6% no hace la evaluación correspondiente ante la satisfacción del cliente; el 27,8% realiza “eventualmente”; y un 16,7% “permanente”.

Tabla 27: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	7	38,9	38,9	38,9
	No	11	61,1	61,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas a las mypes del rubro impresión digital en el distrito de Callería.

Figura 22: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?



Fuente: Tabla 24

DESCRIPCIÓN: Según el análisis realizado, se obtuvo que 38,9% si tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención; mientras que 61,1% no lo aplica, por falta de interés.

5.2 Análisis de resultados

En esta parte de la investigación se realiza una discusión de los resultados obtenidos, cruzándolos con el objetivo general, objetivos específicos, hipótesis y antecedentes de investigación citados en el capítulo II Revisión de Literatura.

El presente informe teniendo como **objetivo general:** “Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, se gestionan con calidad y que estrategias de atención al cliente realizan para satisfacer las expectativas de sus clientes.

Al respecto, de acuerdo el trabajo de campo realizado evidencia que las mypes de este rubro no se gestionan con un enfoque de calidad porque no utilizan herramientas de gestión como el plan de negocio, uso de herramientas de gestión, estudios de mercado, organigrama, ni han definido su misión y visión. La gestión es empírica y las decisiones empresariales se toman según la percepción de sus propietarios, asumiendo total riesgo de no ser eficaces.

Asimismo, no existe tampoco un enfoque en el cliente, generando que existan situaciones de falta de atención en la relación con ellos. Carecen de protocolos de atención, supervisión de la calidad del producto terminado y servicios de soporte al cliente.

Existe una importante oportunidad de mejora para estas empresas.

¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en el distrito de Callería?;

Durante la investigación realizada, se pudo comprobar que las mypes dedicadas al rubro impresión digital, viene funcionando en el distrito de Callería de “3 a 6” años

(50,0%); manifestando que un 38,9% funcionan de “1 a 2 años” y un 11,1% de “7 a más”.

Primer objetivo específico

- Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, se gestionan con uso de herramientas de administración y calidad.

Al respecto, en las siguientes preguntas a las mypes se comprobará que no hacen uso de herramientas administrativas en su gestión:

¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?; Los resultados obtenidos de la investigación, muestra que en su mayoría 83,3% no elaboran un organigrama en su empresa; pero existe un 16,7% que si lo hacen.

¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?; Teniendo en cuenta la investigación realizada, esto dio como resultado que el 38,9% tiene elaborado un manual de organización y funciones; pero existe una gran mayoría representados por el (61,1%) que no lo tiene.

¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?; Según la investigación, el 44,4% tiene una administración enfocada en la gestión de calidad; lamentablemente hay una gran mayoría de (55,6%) que no piensa en aplicarlo. Esta situación se da muchas veces por la falta de conocimiento para poder aplicarlo.

¿Se gestiona con el uso de herramientas administrativas?; En la información obtenida, se pudo reflejar que el 66,7% no gestiona su mype con el uso

de herramientas administrativas; pero el 33,3% si lo hace, porque considera necesario para el buen funcionamiento empresarial.

¿Su organización se guía por su misión y visión?; Las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, no tiene una misión y visión 77,8%; pero el 22,2% si lo tiene.

¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?; Según los datos obtenidos de los encuestados, el 55,6% si tiene definido un plan de gestión; y un 44,4% no lo tiene. La importancia de estas herramientas se trata en la investigación de **Villegas, A. (2012)**, en su tesis “Plan de negocios para una plataforma web de diseño e impresión digital”, para optar el título profesional de Magister en Gestión y Dirección de Empresas, Universidad de Chile. Teniendo como objetivo, desarrollar un plan de negocios para una plataforma web multilateral de servicios de diseño e impresión digital. Entre sus conclusiones, se menciona las ventajas obtenidas del plan de negocio: *“el plan de negocio nos abrirá muchas puertas al éxito, estará basado en la comunicación con las personas o consumidores, este modelo permitirá la diferenciación de los productos o servicios con otras empresas, se podrá suplir las necesidades de los clientes y con esto se tendrá una alta ventaja en los mayoritarios grupos de imprentas.”*

Las decisiones empresariales se toman teniendo como referencia: Según la información adquirida, los propietarios de estos negocios, en su mayoría (66,7%) toman las decisiones empresariales teniendo en cuenta su experiencia de vida; sin embargo, el 33,3% solo toman como referencia a los hechos y datos.

¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativas y preferencias de los clientes?; Como se puede observar en la tabla 15, las mypes en estudio, no realizaron un estudio de mercado respecto a expectativas y preferencias de los clientes 72,2%. Por otro lado, 27,8% si tienen interés por realizarlos.

¿Ha seleccionado su segmento de mercado?; Según la información recogida de los microempresarios, se puede observar que el 83,3% tiene seleccionado su segmento de mercado; el “16,7%” no lo selecciona.

¿Capacita al personal que atiende al cliente?; Según la información adquirida de la investigación, el 66,7% no capacitan a su personal para atender a los clientes, el “33,3%” si capacitan a su personal.

¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?; Según los resultados de la investigación, el 61,1% no tienen un protocolo de atención al cliente, y el 38,9% si lo tiene.

Segundo objetivo específico

- Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, tienen como estrategia de atención al cliente fortalecer los vínculos de comunicación.

Los resultados obtenidos, demuestran que existe un débil enfoque en el cliente, esto se demuestra por la poca disposición al servicio:

¿Realiza la supervisión de calidad de los servicios ofrecidos?; Según los encuestados, las mypes del sector en estudio, en su mayoría (66,7%) no realiza la

buena práctica de revisar sus productos antes de ser ofrecidos a sus clientes; mientras que para el 33,3% representa una oportunidad de mejora.

¿Registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?; Según la investigación, el 22,2% de las mypes del sector servicios, rubro impresión digital muestra una actitud positiva frente a los reclamos y sugerencias de los clientes. Pero en su mayoría (77,8%) toma con prepotencia ante algún problema o reclamos por parte de los clientes.

¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?; De acuerdo al análisis realizado, el 27,8% si evalúa la actitud de su personal para brindar un servicio; un 72,2% no toma prioridad este aspecto del servicio.

¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?; Mediante la información obtenida, se puede observar que el 55,6% no hace la evaluación correspondiente ante la satisfacción del cliente; el 27,8% realiza “eventualmente”; y un 16,7% “permanente”.

Tercer objetivo específico

- Investigar si las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería, año 2018, realizan mediciones de satisfacción del cliente para conocer su nivel de cumplimiento de sus expectativas.

Según la investigación **de Palacios, J. (2018)**. Tesis “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales E.I.R.L Lima 2018”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo. Objetivos, describir cual es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales E.I.R.L.

Como conclusiones, se menciona que la empresa Minilabs Servicios Digitales E.I.R.L se preocupa a diario en dar una buena atención y servicio al cliente, sobre todo son eficientes en la labor para agilizar la rapidez y generar mucho valor a los consumidores. Los microempresarios de este sector, capacita a sus trabajadores para que tengan un buen rendimiento y genere una buena comunicación con los consumidores, así demostrar que el cliente es más importante, cuando ellos los necesite estén siempre para ayudarlos. *Finalmente, la calidad de servicio y satisfacción al cliente fue mejorando gracias a la capacitación que realizaron para poder brindar un buen trato a los usuarios.*

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

De acuerdo a la investigación, se concluye que las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, del distrito de Callería no tienen un enfoque desarrollado en el cliente y representa una importante oportunidad de mejora que sus microempresarios tienen que comprender para mejorar su imagen y posicionamiento en el mercado.

Este resultado se base en la evidencia de una gestión informal al carecer de organigrama, el no uso de herramientas de gestión, la falta de visión y misión, falta de interés en la mejora continua generados por una gestión empírica, ausente en conocimientos en administración.

Esta situación impide aplicar estrategias de mejora como un plan de atención al cliente. Los microempresarios del sector se han enfocado en la infraestructura, equipos, tecnología y elección del segmento de mercado a cual dirigir sus esfuerzos comerciales. Sin embargo, no han identificado los atributos que sus clientes esperan de los servicios que brindan y el nivel de servicio que esperan.

Finalmente, la falta de enfoque en el cliente, genera de que no existan protocolos de atención, no se evalúe al personal que atiende al cliente y tampoco existe la práctica de supervisar el nivel de calidad de sus productos/servicios.

6.2 Recomendaciones

Como oportunidades de mejora, planteamos la siguientes:

- Los microempresarios deben comprender de que deben conocer a sus clientes, analizarlos y obtener de ellos los atributos que valoran y traducirlos en planes de acción.
- Mejorar el nivel de gestión, que empieza con la capacitación del microempresario y luego con la organización.
- Adoptar una gestión enfocada en la mejora continua, que los llevará a alcanzar una gestión de calidad, por ello se debe fijar la misión y visión de la empresa.
- Generar una cultura de servicio en el personal y monitorear su desempeño.
- Realizar la retroalimentación al cliente para conocer el nivel de satisfacción y analizar desaciertos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alba, A. R. (2018). *Caracterización del Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de la mype del sector comercio, rubro imprentas de la Provincia de Huaraz, 2016*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público, Programa de Contabilidad, Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Perú, Huaraz.
- Arenas, A . (2009). *Implantación de un sistema de gestión de calidad en una unidad de nutrición según la norma UNE-EN-ISO 9001:2008*. Recuperado de <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v32n3/57originalotros07.pdf>
- Briones, C. L. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención en las mypes del sector servicios boticas del distrito san juan bautista – Iquitos, año 2017*. Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración, Escuela Profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Pucallpa, Perú.
- Bringas, S. N. (2015). *Propuesta de diseño de un Sistema de Contabilidad de costos por órdenes de trabajo para la mejora de la gestión de la imprenta servicios gráficos del norte S.A.C. durante el año 2014*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público, Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, Universidad Nacional de Trujillo, Perú, Trujillo.
- Cuatrecasas, A. L. (1992). *Gestión de la calidad total: organización de la producción y dirección de operaciones*. México: ediciones Diaz de santos, 96 págs. pdf.
- El diario oficial el peruano, (2013). Editora Perú, recuperado de <https://diariooficial.elperuano.pe/boletinoficial>
- Espinosa, O. (2009). *Gestión de la calidad total: Marketing Publishing*. Madrid: ediciones Diaz de Santos.

- Fontalvo, T. J. (2005). *La gestión avanzada de la calidad: Metodología eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de la calidad*. Santa Fe de Bogotá: edición asesores del 2000.
- Gallego, T. (2013). *Gestión integral*. Editorial universitat Jaume. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia4>.
- Galindo, M. & Sastre, M. (2009). Entrepreneurship, income distribution and economic growth”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 6, n° 2, pp. 131-141, DOI: 10.1007/s11365-010-0142-3 SCOPUS SJR (2010): 0.03 –Pos: 81/133 (Management Information Systems) Tercil: T3
- García, C. M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Certificado de profesionalidad. IC editorial págs. 378.
- González, C. (2009). *Administración de la calidad total (TQM-Total Quality Management)*. Universidad Nacional de Mar de Plata, facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
- Guambo, D. A. (2017). *Diseño de un sistema de gestión acorde a la norma ISO 9001 – 2015 en la vidriería favitglass*. Tesis para optar el título profesional de Ingeniería Química, Carrera de Ingeniería Química, Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Ley N. ° 28015. Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Palacios, J. E. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales E.I.R.L Lima 2018*. Tesis para obtener el título

- profesional de Licenciado en Administración, Escuela Profesional de Administración, Universidad Cesar Vallejo, Perú, Lima.
- Pérez, V. (2010). *Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España, Madrid: editorial ideas propias.
- Pinzón, D. & Rambal, I. (2015). *Análisis de la estructura industrial del sector edición e impresión en la ciudad de Bogotá 2000-2012, basado en indicadores de concentración industrial y de competitividad*. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Distrital Francisco José Caldas, Colombia, Bogotá.
- Publicaciones, V. S.L. (2008). *La rentabilidad de la calidad total. Gestión de empresas revistas*.
- Rojas, M. H. (2009). *Montaje irónico de un encuentro entre mundos*. Revista Chilena de Literatura.
- Trujillo, A. J. (2017). *Auditoria de Recursos Humanos y logro de objetivos de la empresa imprenta IMPETU editorial S.R.L, distrito de Callería, Pucallpa 2016*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público, Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras, Universidad Privada de Pucallpa, Perú, Pucallpa.
- Vanegas, D. & Villanueva, L. A. (2015). *Programa de calidad total, para mejorar la calidad de la atención al cliente en la empresa mel SAC*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado, Escuela Profesional de Licenciado, Universidad Privada Antenor.
- Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas (3ra edición)*. Universidad la Sabana, ECOE ediciones.

Villegas, A. D. (2012). *Plan de negocios para una plataforma web de diseño e impresión digital*. Tesis para optar el grado de Magister en Gestión y Dirección de Empresas, Universidad de Chile, Santiago, Chile.

ANEXOS

1.- Cronograma de actividades

Tabla 28: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA SEMANAS >>>	2018-II														
	SETIEMBRE		OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				Ene-19
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
Inicio de clases	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Determinación del sector y rubro a estudiar.	↑	↑													
Título del proyecto de investigación.	↑	↑													
Elaboración de Planteamiento de la investigación.		↑	↑	↑											
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.		↑	↑	↑											
Elaboración de Metodología de la investigación.		↑	↑	↑											
Presentación de Proyectos de Investigación.				↑											
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.					↑	↑	↑	↑	↑						
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.									↑	↑					
Revisión de referencias bibliográficas, APA.									↑	↑	↑				
Presentación del informe final de investigación.										↑	↑				
Revisión Turnitin.										↑	↑				
Elaboración de artículo científico y diapositivas.										↑	↑				
Prebanca												↑			
Levantamiento observaciones Jurado												↑	↑		
Sustentación del informe final.														↑	
Entrega de Empastado y Acta														↑	
Cierre de Taller															↑

Fuente: elaboración Leyla del Águila

2.- Presupuesto

Para la realización del presente informe, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/. 5,467.00

Tabla 29: Presupuesto general

Categoría de gasto	Unidad	Costo unitario	Costo total
RECURSOS HUMANOS			
Curso de Titulación	1	2,000.00	2,000.00
Asesoría Especializada	1	2,000.00	2,000.00
Sub Total			4,000.00
EQUIPO PARA EL PROYECTO			
Libros	2	45.00	90.00
Alquiler de computadora	1	500.00	500.00
Impresora	1	250.00	250.00
USB 4 gigas	1	25.00	25.00
Sub Total			865.00
SERVICIOS			
Internet	3 meses	1	90.00
Fotocopias	250 hojas	0.10	25.00
Anillados	4	6.00	24.00
Sub Total			139.00
MATERIALES DE OFICINA			
Papel Bond A4	1 millar	22.00	22.00
Folder Manila	1 pack	8.00	8.00
Cuaderno	1	3.00	3.00
Lapiceros rojo y azul	2 unid.	3.00	6.00
Lápiz	1	1.00	1.00
Borrador	1	0.50	0.50
Faster	1 caja	2.00	2.00
Resaltador	1	3.50	3.50
Tintas para impresora	3	35.00	105.00
Sub Total			151.00
TRANSPORTE			
Movilidad local ida a vuelta	22	6.00	132.00
Sub Total			132.00
Traje para sustentación	1	180.00	180.00
TOTAL			5,467.00

Fuente: elaboración Leyla del Águila

3.- Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro impresión digital, distrito de Callería, año 2018”.

Encuestado:

(a):Fecha:...../...../20.....

A. Datos del microempresario

1. ¿Cuál es la edad del microempresario?

De 22 a 29 años () De 30 a 39 años () De 40 a 49 años ()

2. ¿Cuál es el género del microempresario?

a) Hombre..... b) Mujer.....

3. ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa en el distrito de Callería?

a) De 1 a 2 años ()

b) De 3 a 6 años ()

c) De 7 a más ()

B. De la Gestión de Calidad

4. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

- a) De 1 a 4 () b) De 5 a 8 () c) De 9 a más ()

5. ¿Su empresa tiene elaborado un organigrama?

- a) Si () b) No ()

6. ¿Su empresa tiene manual de organización y funciones?

- a) Si () b) No ()

7. ¿La administración está enfocada en la gestión de calidad?

- a) Si () b) No ()

8. ¿Se gestiona con el uso de herramientas administración?

- a) Si () b) No ()

9. ¿Su organización se guía por misión y visión?

- a) Si () b) No ()

10. ¿Se han identificado y estandarizado los procesos claves de la empresa?

- a) Si () b) No ()

11. ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?

- a) Si () b) No ()

12. Las decisiones empresariales se toman teniendo como referencia:

- a) Experiencia de vida ()
b) Hechos y datos ()

13. ¿Ha realizado un estudio de mercado, respecto a expectativa y preferencias de los clientes?

- a) Si () b) No ()

C. De Atención al Cliente

- 14. ¿Ha seleccionado su segmento de mercado?**
a) Si () b) No
- 15. ¿Cuenta con la infraestructura para brindar la atención que esperan los clientes?**
a) Si () b) No ()
- 16. ¿Capacita al personal que atiende al cliente?**
a) Si () b) No ()
- 17. ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?**
a) Si () b) No ()
- 18. ¿Realiza la supervisión de calidad de los servicios ofrecidos?**
a) Si () b) No
- 19. ¿Registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?**
a) Si () b) No ()
- 20. ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?**
a) Si () b) No ()
- 21. ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?**
a) Permanente ()
b) Eventual ()
c) No se hace ()
- 22. ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?**
a) Si () b) No ()

Pucallpa, noviembre 2018

4.- Fotografías tomadas para mi investigación



Imprenta “Villagraf”



Imprenta “Quispe S.R.L”