



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL
SECTOR SERVICIO-RUBRO LAVANDERÍA DE ROPA,
URBANIZACIÓN MARISCAL CÁCERES, SAN JUAN
DE LURIGANCHO, PERÍODO 2018.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA:
YSLA PANTA TATIANA MILAGROS
ORCID: 0000-0002-5159-5783**

**ASESOR:
Mgtr. EDWIN MIGUEL OLIVERA GUILLEN
ORCID: 0000-0001-7042-9791**

LIMA – PERÚ

2019

1. Título de la Tesis

La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018.

2. Equipo de trabajo

AUTORA

Ysla Panta, Tatiana Milagros

ORCID: 0000-0002-5159-5783

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

ASESOR

Mgtr. Edwin Miguel Olivera Guillen

ORCID: 0000-0001-7042-9791

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Lima, Perú

JURADO

Dra. Zenozain Cordero Carmen Rosa (Presidente)

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Mgtr. Meza de los Santos Juan Pablo (Miembro)

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Lic. Adm. Espinosa Otaya Víctor Hugo (Miembro)

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

Presidente

Mgr. Juan Pablo Meza De Los Santos

ORCID ID 0000-0001-8852-1342

Miembro

Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID ID 0000-0002-7260-5581

Miembro

Mgr. Edwin Miguel Olivera Guillen

ORCID: 0000-0001-7042-9791

Asesor

4. Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme en este camino, por no haber dejado que me rinda en ningún momento e iluminarme para salir adelante.

Agradezco a la universidad, por formarme y darme las herramientas para el crecimiento tanto personal como profesional.

Agradezco a mi asesor de tesis el Magister Olivera Guillen Edwin Miguel, quien siempre estuvo dándome su apoyo constante para la realización de mi Tesis.

A todos los profesores que integran la carrera profesional de Administración por apoyarme en toda oportunidad requerida.

Dedicatoria

A mi madre Otilia Panta Lavalle por ser fuente de inspiración y ejemplo de lucha, por apoyarme y aconsejarme en toda circunstancia y ser mi guía incondicional, por ayudarme con mis objetivos y la sabiduría para alcanzar el camino del éxito.

A mis hermanos Denisse y Víctor, por estar siempre presentes acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de la etapa de mi vida.

A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

5. Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. El mismo que se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y transversal, donde mediante la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 27 interrogantes, obteniendo como resultados: Respecto a las características de los representantes legales de las Mypes, en cuanto a la edad destacan los rangos de “41 a más años” con (50%) , son de género masculino (80%), con un grado de instrucción “secundaria” con (60%), son dueños (80%). En lo que respecta a las Mypes, acerca de los años que llevan funcionando las empresas destacan los rangos de “cuatro a más” con (50%), en lo que refiere al número de trabajadores que tiene la organización destacan los rangos de “tres” con (40%). Respecto al objetivo principal de la empresa destaca los rangos de “maximizar ganancias” con (70%).

Respecto a la gestión de calidad la mayoría indica que siempre planifica los objetivos estratégicos del próximo año con un rango de (80%). Por otra parte, algunas veces planifica las políticas de servicio del próximo año (80%), en la totalidad (100%) la empresa solo algunas veces gestiona con organización las políticas de servicio. La empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo destaca un rango de (80%) que lo realiza siempre, la empresa siempre (70%) verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados, realiza siempre (60%) evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería. Respecto a la atención al cliente solo algunas veces (80%) la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente, la empresa siempre (70%) evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado, se muestra deficiencia en un (30%).

Palabras claves: gestión de calidad, atención en el cliente, servicio, mypes.

Abstract

The main objective of this research was to determine the main characteristics of quality management under the focus of customer service in the SMEs of the service sector-laundry laundry area, Mariscal Cáceres urbanization, San Juan de Lurigancho, period 2018. The same as It was developed under the research methodology of the quantitative type, descriptive level, non-experimental and cross-sectional design, where using the survey technique a structured questionnaire of 27 questions was applied, obtaining as results: Regarding the characteristics of the legal representatives of the Mypes, in terms of age, the ranges of "41 and over" stand out with (50%), they are male (80%), with a "secondary" degree of education (60%), they are owners (80 %). Regarding the Mypes, about the years that companies have been operating, the ranges of "four or more" stand out with (50%), in terms of the number of workers that the organization has, the ranges of "three stand out. "With (40%). Regarding the main objective of the company, the ranges of "maximize profits" stand out with (70%).

Regarding quality management, the majority indicate that they always plan the strategic objectives for the next year with a range of (80%). On the other hand, sometimes it plans the service policies of the next year (80%), in all (100%) the company only sometimes manages with organization the service policies. The company implements quality strategies in the work areas, a range of (80%) stands out, which always performs it, the company always (70%) verifies if the processes carried out are optimal to achieve the planned results, always performs (60%)) evaluations of your objectives regarding the quality of the laundry processes.

Regarding customer service, only a few times (80%) the company conducts customer service training, the company always (70%) evaluates the customer's compliance with the service performed, showing deficiency in one (30%).

Key words: quality management, customer service, service, mypes.

6. Contenido

1. Título de la Tesis	ii
2. Equipo de trabajo.....	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iv
4. Agradecimiento y Dedicatoria.....	v
5. Resumen y Abstract.....	vii
6. Contenido.....	ix
7. Índice de tablas y figuras	x
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	4
2.1. Antecedentes	4
2.2 Bases teóricas de la Investigación.....	13
2.3. Marco Conceptual.....	26
III. Metodología.....	27
3.1. Diseño de la investigación.....	27
3.2. Población y muestra	28
3.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores	29
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.5. Plan de análisis	31
3.6. Matriz de Consistencia.....	31
3.7. Principios Éticos.....	33
IV. Resultados	34
4.1 Resultados.....	34
4.2 Análisis de Resultados.....	61
V. Conclusiones.....	67
VI. Recomendaciones.....	70
Referencias bibliográficas	71
Anexos	75
Anexo 1. Instrumento de recolección de datos	75
Anexo 2. Directorio de las Mypes.....	78

7. Índice de tablas

Tabla 1. Distribucion según edad.....	34
Tabla 2. Distribucion según género	35
Tabla 3. Distribucion según grado de instruccion	36
Tabla 4. Distribucion según cargo que desempeña.....	37
Tabla 5. Distribucion según tiempo que desempeña en el cargo	38
Tabla 6. Distribucion según el giro de la empresa.....	39
Tabla 7. Distribucion según años que lleva funcionando la empresa	40
Tabla 8. Distribucion según el número de trabajadores.....	41
Tabla 9. Distribución según el objetivo principal de la empresa.....	42
Tabla 10. Distribución según el parentesco con el personal que trabaja.....	43
Tabla 11. Distribucion acerca de si planifica los objetivos estratégicos del próximo año	44
Tabla 12. Distribución acerca de si planifica las políticas de servicio del próximo año	45
Tabla 13. Distribución acerca de si la empresa gestiona con organización las políticas de servicio	46
Tabla 14. Distribución acerca de si la empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo.....	47
Tabla 15. Distribucion acerca de si la empresa verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados	48
Tabla 16. Distribucion acerca de si realiza evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería	49
Tabla 17. Distribucion acerca de si la empresa compara los resultados obtenidos con los planificados	50
Tabla 18. Distribucion acerca de si se realizan cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos.....	51
Tabla 19. Distribución acerca de si la empresa brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente	52

Tabla 20. Distribucion acerca de si la empresa aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad.....	53
Tabla 21. Distribución acerca de si la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente	54
Tabla 22. Distribución acerca de si la empresa incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente	55
Tabla 23. Distribución acerca de si la empresa tiene infraestructura visualmente atractiva	56
Tabla 24. Distribución acerca de si la empresa cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos	57
Tabla 25. Distribución acerca de si brinda un trato cordial y amable a sus clientes	58
Tabla 26. Distribucion acerca de si la empresa evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado.....	59
Tabla 27. Distribucion acerca de si realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado	60

Índice de Figuras

Figura 1. Distribucion según edad	34
Figura 2. Distribucion según género.....	35
Figura 3. Distribucion según grado de instruccion.....	36
Figura 4. Distribucion según cargo que desempeña	37
Figura 5. Distribucion según tiempo que desempeña en el cargo.....	38
Figura 6. Distribucion según el giro de la empresa	39
Figura 7. Distribucion según años que lleva funcionando la empresa.....	40
Figura 8. Distribucion según el número de trabajadores	41
Figura 9. Distribución según el objetivo principal de la empresa.....	42
Figura 10. Distribución según el parentesco con el personal que trabaja	43
Figura 11. Distribucion acerca de si planifica los objetivos estratégicos del próximo año	44
Figura 12. Distribución acerca de si planifica las políticas de servicio del próximo año	45
Figura 13. Distribución acerca de si la empresa gestiona con organización las políticas de servicio	46
Figura 14. Distribución acerca de si la empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo.....	47
Figura 15. Distribucion acerca de si la empresa verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados	48
Figura 16. Distribucion acerca de si realiza evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería	49
Figura 17. Distribucion acerca de si la empresa compara los resultados obtenidos con los planificados	50
Figura 18. Distribucion acerca de si se realizan cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos.....	51
Figura 19. Distribución acerca de si la empresa brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente	52

Figura 20. Distribucion acerca de si la empresa aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad	53
Figura 21. Distribución acerca de si la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente	54
Figura 22. Distribución acerca de si la empresa incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente	55
Figura 23. Distribución acerca de si la empresa tiene infraestructura visualmente atractiva	56
Figura 24. Distribución acerca de si la empresa cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos	57
Figura 25. Distribución acerca de si brinda un trato cordial y amable a sus clientes	58
Figura 26. Distribucion acerca de si la empresa evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado.....	59
Figura 27. Distribucion acerca de si realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado	60

I. Introducción

En la actualidad las micro y pequeñas empresas representan un sector de vital importancia para la economía de nuestro país por su contribución al Producto Bruto Interno con un 40% y en la generación de empleos con un 80%, constituyen el principal motor de desarrollo del Perú su importancia se basa en que brinda abundantes puestos de trabajo, reducen la pobreza, incentivan el espíritu empresarial, son la principal fuente de desarrollo del sector privado, mejora la distribución del ingreso, contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Hoy en día las mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa han tenido mayor acogida en el mercado, dado al mayor crecimiento poblacional lo que generó mayor demanda de personas que deseen adquirir el servicio de lavado de ropa, ya que no todos cuentan con el tiempo y espacio para poder realizarlo en sus hogares, pero junto a ello una serie de inconvenientes ya que muchas de las mypes no aplican la gestión de calidad enfocada en brindar mejores servicios de atención al cliente, y para corregir y a la vez mejorar estas deficiencias es que surge este estudio.

El estudio de investigación sobre las mypes del sector servicio rubro lavandería de ropa de la urbanización de Mariscal Cáceres, tuvo como enfoque el averiguar cómo se gestionan estos negocios, y si realmente están aplicando una gestión de calidad enfocada en brindar mejores servicios en atención al cliente.

La calidad en el servicio al cliente es punto clave para permanecer entre la preferencia del consumidor dado que ésta es la imagen que se proyecta en ellos, siendo a su vez un diferenciador ante la competencia del mercado, y es el punto decisivo en el cual los clientes se crean una opinión positiva o negativa de la microempresa.

Sin embargo, la atención al cliente es esencial para sacar adelante a la microempresa ya que ellos se deben a sus clientes y acorde al trabajo de investigación realizado evidentemente una mejor atención a los clientes logrando la plena satisfacción por parte de ellos conllevará a adquirir mejores ingresos y oportunidades logrando así que las mypes se desarrollen en todos los aspectos y así mejorar el empleo, crecimiento y desarrollo del país.

Lo recomendable es que una empresa que anhela posicionarse y proyectar una imagen de servicio y garantía a la comunidad, como son las mypes del sector servicio rubro lavandería de ropa, empleen estrategias de gestión de calidad y fomenten una actitud de servicio de calidad.

En la urbanización de Mariscal Cáceres, se encuentra un alto porcentaje de Micro y pequeñas empresas dirigidas al rubro de lavanderías de ropa, que en su mayoría son creadas por emprendedores que tuvieron la visión de tener su propio negocio, en el cual se pudo observar que el servicio realizado no es del todo el adecuado, viendo el resultado en la atención brindada al cliente, así como el servicio ofrecido no tiene la calidad necesaria, y la gran mayoría no cumple las expectativas de los clientes, demostrando bajo interés de fidelizarlos, y esto sucede a consecuencia de no ser asesorado y capacitado el emprendedor como los colaboradores. Por lo que el enunciado del problema del estudio de investigación es el siguiente:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018?

En donde se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018.

Este trabajo de investigación se justifica desde el punto de vista teórico, porque permitirá conocer si los microempresarios ponen en práctica la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018.

A su vez, se justifica desde el punto de vista práctico, ya que ayudará como base de información para los empresarios que estén interesados en tener mayor conocimiento sobre la gestión de calidad, para tener nuevos conocimientos, capacidades y destrezas, y puedan ser aplicados en el crecimiento de sus empresas para ser competitivas en el mercado.

También se justifica desde el punto de vista metodológico, porque ayudará como base de información, para los estudiantes que deseen realizar una investigación sobre gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes. Por último, la investigación se justifica porque servirá como antecedentes para ejecutar trabajos en varios entornos del país.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Para la siguiente investigación se tomará como base de estudio, diversas tesis a nivel nacional, local e internacional, que han sido desarrolladas en diferentes bibliotecas especializadas en administración y otras carreras afines, se logró encontrar algunos estudios similares que se encuentran ligados al tema central de investigación, con el objetivo de fundamentar teóricamente las siguientes investigaciones:

A Nivel Nacional:

Cahuana (2019), en su investigación titulada: *“La satisfacción del cliente y el posicionamiento de marca de la lavandería la elegancia en el año 2019”*. Tuvo como objetivo determinar la influencia de la satisfacción del cliente en el posicionamiento de la Lavandería La Elegancia en el año 2019. La metodología es de tipo básica, con un diseño no experimental, transversal y de nivel explicativo, cuya muestra es de 201 clientes.

El trabajo concluye que la satisfacción del cliente influye de forma significativa sobre el posicionamiento de marca de la Lavandería La Elegancia, el cual se demuestra según el valor de significancia de 0.00, y el R-cuadrado que es indicador de la variabilidad del posicionamiento en función de la satisfacción, en un nivel del 88.9%, lo que indica que factores monetarios, a nivel de tiempo, la adaptabilidad, la innovación, la accesibilidad, acción de personas y seguridad, son elementos que tienden a cambiar, según la aplicación de la Lavandería, las percepciones sobre el posicionamiento de la empresa.

Quinto (2016), en su investigación titulada: “*Características del financiamiento, y la capacitación de las Mype del sector servicio-rubro lavandería de ropa del distrito de Juliaca, período 2015*”. Tuvo como objetivo describir las características del financiamiento y la capacitación de las MYPE, del sector servicios dedicados al rubro de lavandería de ropa en el distrito de Juliaca en el período 2015, la investigación fue no experimental-descriptivo para ello se trabajó con una muestra de 10 Mype que ofrecen el servicio de lavanderías de una población general de empresas, a los cuales se le aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta de 21 preguntas, basada en las características de las Mype, su financiamiento y capacitación, obteniendo los siguientes resultados y conclusión: El 60% tiene más de 3 años en el mercado pudiendo evidenciar que la mayoría de las Mype dedicadas al servicio de lavandería de ropa, el 70% respondió que posee entre 1 a 5 trabajadores, respecto al tipo de financiamiento, el 70 % manifestó que el financiamiento es propio y el 30% restante que es ajeno con lo que puede demostrar la falta de conocimiento respecto al financiamiento de las Mype dedicadas al servicio de lavandería de ropa, en cuanto a la capacitación de los trabajadores, el 40% indicó que sus trabajadores si se capacitan y el 60% respondió que sus trabajadores no se capacitan. Finalmente, las conclusiones la mayoría de las Mype encuestadas no obtiene créditos del sistema bancario, por falta de conocimientos en temas financieros por los resultados se pudo constatar, y la mayoría de las capacitaciones estuvieron orientadas a otros temas siendo evidente la percepción respecto a la importancia de las capacitaciones para mejorar la calidad del servicio en la empresa.

Castro y Sigüeñas (2015), en su investigación titulada: *“Modelo de gestión de calidad para lograr la fidelización de los clientes de la empresa exportadora EL SOL S.A.C en el distrito de San José-Provincia de Pacasmayo en el año 2015”*. Tuvo como objetivo proponer un modelo de gestión de la calidad para lograr la fidelización de los clientes de la empresa exportadora EL SOL S.A.C sucursal del distrito de San José- Provincia de Pacasmayo en el año 2015. La metodología aplicada fue un estudio de tipo aplicativo pre-experimental y el diseño fue de campo, las técnicas utilizadas son la encuesta y la entrevista, y los instrumentos utilizados, el cuestionario y la guía de entrevista, creados a partir de los objetivos del estudio que fueron aplicados a una población conformada por todos los clientes de la empresa Exportadora El Sol S.A.C del cual se extrajo el tamaño de la muestra que equivale al marco muestral conformado por 52 clientes activos. Esta muestra se basa en un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados de los datos se desarrollaron a través del análisis estadístico, reflejando que las causas más resaltantes fueron la insuficiencia de un sistema de gestión de calidad estructurado, falta de especificaciones en la ejecución de los procesos de calidad, como también de guía y material informativo para incentivar las compras y el retorno de clientes a la empresa, poco conocimiento en cuanto a nivel de satisfacción y fidelización de clientes.

Se determinó que a través de la utilización de herramientas de calidad y con la propuesta de un modelo de gestión de calidad se pueden establecer criterios que optimicen el desempeño en los puntos donde existan debilidades para el mejoramiento continuo y sobre todo lograr la fidelización y retención de clientes.

A Nivel local:

Arias (2019), en su investigación titulada: “*La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes del sector servicio-rubro lavanderías, de la avenida revolución, distrito de Villa el Salvador, 2018*”. Tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las Mypes del sector servicio - rubro lavanderías, de la avenida revolución, distrito de Villa el Salvador, 2018, el cual se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo-correlacional, diseño no experimental- transversal-descriptivo-correlacional y se llevó a cabo en una muestra poblacional de 5 MYPES que representan el 100% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los microempresarios: se identificó que existe un alto bagaje de conocimiento respecto a las características de la gestión de calidad en las MYPEs. Respecto a las micro y pequeñas empresas: se visualiza altos porcentajes que superan el 60% con respecto a los beneficios que obtienen a través de la práctica de una gestión de calidad en las empresas. Sin embargo, el 40% manifiesta tener poca referencia y desconocimiento de la misma.

Llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de las lavanderías, tiene conocimiento respecto a las características que implican la gestión de calidad, y los beneficios que trae su adecuada aplicación poniéndola en práctica, asimismo de la influencia que tiene en diferentes aspectos, tanto a nivel de empresa, personal y clientes. Definitivamente aplicar la gestión de calidad en la MYPE, rubro lavanderías, trae consigo grandes beneficios en este tipo de empresas: beneficios económicos y

personales para todos los integrantes, ya sean los dueños y trabajadores a largo plazo con eficiencia.

Barrenechea (2017), en su investigación titulada: *“Gestión administrativa y calidad de servicio en la empresa lavandería Brajan- distrito de San Juan de Lurigancho”*. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio en la Empresa Lavandería Brajan- distrito de San Juan de Lurigancho- año 2016. Para alcanzar tal fin se recurrió a la propuesta de Robbins y Coulter sobre la gestión administrativa y al modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry sobre la calidad del servicio. La metodología de la investigación se desarrolló de acuerdo al tipo aplicado, de diseño no experimental transversal de nivel descriptivo correlacional en un censo de 35 trabajadores a los que se les aplicó los cuestionarios de gestión administrativa y calidad de servicios. La data recolectada se procesó en el programa SPSS 22 y se concluyó que existe una relación significativa del 37,2% entre la gestión administrativa y la calidad de servicio ($Rho=0,372$, Significación bilateral= $0,028$). Asimismo, las dimensiones planeación y organización también se relacionan con la calidad de servicio, mientras que, la dirección y el control no se relacionan con la calidad de servicio de la empresa.

Ascencio (2016), en su investigación titulada: *“Caracterización del financiamiento y la capacitación en mypes del sector servicio-rubro lavandería, de la urbanización Salamanca de Monterrico, distrito de Ate Vitarte, lima,2013”*. Tuvo como objetivo determinar las principales características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro lavandería, de la Urb. Salamanca de Monterrico, distrito de Ate Vitarte, Lima, 2013. La investigación fue de diseño No experimental/transversal, se utilizó una población muestral de 10 MYPES a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas a través de la técnica de la

encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 100% de los representantes de las MYPES, tienen edad de 31 a 50 años. El 70% de los representantes de las MYPES son de género masculino. El 80% de los representantes de las MYPES tienen grado de instrucción superior universitario. El 90% de las MYPES tiene de 4 a 6 años de permanencia en el mercado. El 100% de las MYPES tienen de 1 a 5 trabajadores. El 80% de las MYPES han solicitado un crédito. El 80% de las MYPES solicitó dinero en la entidad bancaria. El 80% recibió un monto de S/ 3,001 a S/5.000. El 80% utilizaron el crédito en capital de trabajo. El 80% pagaron entre 21% a 50% de tasa de interés. El 100% de las MYPES lograron desarrollarse gracias al financiamiento. El 80% recibieron capacitación antes de crear su MYPE, el 100% se capacitaron para mejorar el manejo de su MYPE. El 60% si capacitó a su personal. El 70% se capacitó en atención al cliente. El 90% según su punto de vista la capacitación mejoró la rentabilidad de su empresa. Concluyendo que: La mayoría de los representantes legales son dirigidas por personas adultas del sexo masculino con estudios superior universitarios. Teniendo de 4 a 6 años en el mercado, con 1 a 5 trabajadores. La mayoría de las MYPES, solicitaron un crédito, accediendo a las entidades bancarias, utilizando un monto de S/ 3,001 a S/ 5,000 soles, invertido en capital de trabajo y pagando una tasa de interés de 21% a 50%. La totalidad de las MYPES, recibieron cursos de capacitación antes de crear su MYPE, y para mejorar el manejo de estas, su personal ha recibido capacitación en atención al cliente y esto mejoró la rentabilidad de la MYPE.

A Nivel Internacional:

Atencio (2018), en su investigación titulada: *“Mejora continua de los procesos en la empresa Lavandería Millenium de la ciudad de Latacunga”*. Tuvo como objetivo realizar una propuesta de mejora continua de los procesos de la empresa Lavandería Millenium ubicada en la ciudad de Latacunga con la finalidad de entregar a tiempo los pedidos para una mejor atención al cliente, de esta manera ayuda a la empresa a identificar los procesos operativos y de apoyo de lavado al seco de prendas, sus respectivas actividades y tiempos. Este proyecto investigativo utiliza una metodología de enfoque mixto es decir cualitativo-cuantitativo con una modalidad de investigación bibliográfica y de campo las cuales se sustentan con instrumentos como la encuesta realizada a los clientes de la base de datos de la empresa, la entrevista dirigida a gerente general y trabajadores que conforman la lavandería y el registro de observación aplicada en tiempo real, los cuales permiten obtener la situación actual de la empresa, identificar los procesos en cuanto al lavado al seco de prendas que son lavar, secar, planchar y enfundar, realizar una comparación de tiempo reales y propuestos, aplicar la mejora continua mediante el circulo de Deming que consta de cuatro etapas planear, hacer, verificar, y actuar para al final aplicar una capacitación al personal de tipo inductivo, preventivo y correctivo con el fin de conocer y aplicar los procesos propuestos de lavado al seco de prendas.

Marulanda & Tinjacá (2016), en su investigación titulada: *“Desarrollo de un sistema de gestión de calidad en la empresa Express & Clean Lavandería S.A.S.”*. Tuvo como objetivo desarrollar un sistema de gestión de calidad en la empresa Express & Clean Lavandería S.A.S bajo los lineamientos de la NTC ISO 9001:2008. Lo que le asegura un reconocimiento con sus clientes como una empresa que tiene entre sus objetivos lograr la satisfacción de sus clientes. El presente proyecto, presenta un

diagnóstico de la situación actual de la empresa EXPRESS & CLEAN LAVANDERÍA S.A.S, con el fin de establecer el estado actual de la calidad en la empresa, determinar los problemas y fallas que existen en relación con la calidad dentro de la empresa. Seguidamente se presenta la documentación de los procesos y procedimientos existentes en la empresa, realizando el manual de calidad en su totalidad, se crean los formatos requeridos para el soporte documental y que a su vez permita hacer su control efectivo de los procesos para más adelante realizar la correspondiente auditoria y aseguramiento de la continuidad del sistema de gestión de calidad. Lo cual permite identificar concretamente las fallas existentes, permitiendo la realización del control estadístico de la calidad encontrando que la mayor falla se encuentra en el no cumplimiento del tiempo de entrega acordado con los clientes.

Finalmente se realiza una evaluación financiera a través del VPN, que permita evidenciar los costos y los beneficios generados con la ejecución de este proyecto a la empresa EXPRESS & CLEAN LAVANDERÍA S.A.S, el documento se cierra con la realización de una auditoria interna con el fin de verificar la conformidad con el Sistema de Gestión de Calidad e identificar oportunidades de mejora, del SGC planteado en el presente proyecto.

Porras (2017), en su investigación titulada: *“Análisis de factibilidad para la implementación de una lavandería a domicilio en la ciudad de Guayaquil”*. Tuvo como objetivo determinar la factibilidad de incursionar en el servicio de Lavandería Industrial Express, bajo contratación de servicio del hogar, a precios convenientes, para favorecer economías de escala familiar y reducir la exclusión social de consumo en la ciudad de Guayaquil.

En lo que respecta a la metodología, se empleó el tipo de investigación documental, para disponer de aportaciones, tanto conceptuales en torno al tema y teóricas sobre autores destacados, información relevante en fuentes bibliográficas de libros actualizados, a su vez de campo, mediante la utilización de instrumentos de recolección de datos, a través de la aplicación de encuestas. Como también explicativa, se efectuó un análisis inductivo y lógico que permitió explicar la necesidad inherente requerida por los hogares guayaquileños, de un servicio de Lavandería Industrial Express.

La investigación de campo dio a conocer que un 85% de encuestados consideran conveniente el servicio de lavandería de ropa familia, por ser una demanda insatisfecha que puede ser atendida industrialmente, con servicio de calidad y bajo costo. La preferencia al consumo de servicio de lavandería industrial, según el 70%, obedece al manejo técnico del proceso de lavado, restauración y preservación, en relación al manejo empírico del lavado por parte de autoservicio y personal de servicio doméstico.

La propuesta de industrialización de lavado de ropa familiar se centra en atender una demanda insatisfecha de consumo masivo, con un sistema de lavado continuo, aplicando mecanismos de sistematización y control, acorde al tipo de prenda y grado de suciedad, con la finalidad de minimizar tiempo y costo. La inversión alcanza un total de 164.979 dólares con un rendimiento de TIR del 35% y un VAN de 39.664 dólares, con lo cual se concluye que el proyecto es factible y viable.

2.2 Bases teóricas de la Investigación

El contenido de esta parte de la investigación tiene como fin realizar una estructura de las bases teóricas que permita entender el desarrollo de las variables asociadas a la mejora de la calidad, bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes, se describirá las teorías y perspectivas de los autores y tratadistas que servirán de apoyo para esta investigación.

Calidad

Según Münch, (1998), la calidad es la cultura organizacional que está orientada a la satisfacción de las necesidades del cliente por medio de productos o servicios que tengan los requisitos y atributos.

Gestión de Calidad en las organizaciones

Según Costa, M & Lorente, A. (2008), la organización Internacional de Estandarización (ISO) publicó un sistema armonizado de normas de calidad que hasta el día de hoy varias empresas han introducido aspectos básicos de gestión de calidad para cumplir con las indicaciones. A finales del 2006 se certificaron alrededor de 897.866 empresas en 170 países.

China y España son los países que tienen mayores certificaciones, caso contrario a Estados Unidos ya que las empresas americanas no tienen interés en alcanzar la certificación, cabe resaltar que Estados Unidos y Japón fueron los pioneros en la aplicación de la Gestión de Calidad Total, ellos se centran más en ese sistema que en la norma ISO.

Fundamentos de Gestión de Calidad

Entre los fundamentos de gestión de calidad según Durán, M. (1992) tenemos:

- Su objetivo es el mismo que el de la empresa, ser competitivos y usar la mejora continua.
- Querer ayudar a la satisfacción de las necesidades del cliente
- El componente más importante son los recursos humanos.
- Entre los componentes imprescindibles se tiene a la comunicación, información y participación.
- Se trazan objetivos de mejora continua y realización de un seguimiento periódico de resultados.
- Integra la gestión de la empresa, cual política de actuación se basa en un objetivo estratégico fundamental.

Ciclo de Deming

Según Colorado, F. (2009), Edward Deming realizó los cimientos para el desarrollo de la teoría de calidad, el ciclo de Deming es una herramienta para la mejora continua, en las siguientes líneas se procederá a explicar a detalle sobre las fases del ciclo de Deming:

- Planear: Se establecen los objetivos y procesos precisos para obtener un resultado oportuno.
- Hacer: Se ejecuta lo planificado, se implementa o realiza el proceso, acción o tarea.

- Verificar: Se realiza el seguimiento y la medición de la ejecución de los procesos, servicios en base a las políticas, objetivos y requisitos, para la presentación de un informe que tenga los resultados obtenidos.
- Actuar: Son las acciones correctivas para el mejoramiento del proceso, donde se plantearán opciones de solución para lograr los resultados propuestos.

Triangulo de Juran

Según Cintas, P. & Llabres, J. (1995) Juran afirma que cualquier actividad de gestión se basa en tres procesos, los cuales son la planificación, control y mejora. Con esto se refiere a planificar la calidad, controlar la calidad y mejorarla.

Las 7 herramientas clásicas de control y gestión de la calidad

Según Camisón, C. (2010), las herramientas de control y gestión de calidad contienen a la hoja de recogida de datos, el histograma, el diagrama de Pareto, el diagrama de espina, la estratificación, el diagrama de correlación y los gráficos de control, estas técnicas ya mencionadas pueden ser utilizadas en cualquier área de la organización y por cualquier colaborador de la organización.

- Hoja de recogida de datos: Tiene como utilidad el recoger los datos necesarios para hacer posteriormente un análisis de estos, y así poder estudiar el fenómeno determinado, para poder tomar decisiones. La hoja de recogida de datos es elaborada en base a objetivos precisos y esta debe ser fácil y clara para que las personas no tengan ningún inconveniente al momento de la recoger y registrar los datos. Entre las principales hojas de recogida de datos se encuentran la

recogida de datos cuantificables, la recogida de datos medibles, la recogida de datos por situación del defecto y la hoja de síntesis.

- **Histograma:** Son diagramas de barras que reflejan el grado y naturaleza de variación en el rendimiento de un proceso, es útil si se aplica en informes, análisis, estudios de las capacidades de procesos, maquinaria, equipo y para el control. Para realizar un histograma se deben identificar el objetivo del uso del histograma y reunir datos necesarios, identificar los valores máximos y mínimos para calcular el rango, también se debe determinar el número de barras a representar, establecer la anchura de barras, calcular los límites inferiores y superiores de cada una de las barras, dibujar el histograma y por último analizar el histograma y actuar según los resultados de este.
- **Diagrama de Pareto:** Es una representación gráfica que reconoce los problemas más importantes en base a su frecuencia de ocurrencia o coste, permitiendo establecer las prioridades de intervención, esta se basa en un principio de Pareto que indica que el 80% de los problemas tienen origen por un 20% de las causas, con este principio se puede separar los errores críticos de los errores triviales. El diagrama de Pareto tiene etapas como el decidir de qué manera se clasificarán los datos, el determinar el tiempo de recogida de datos, el obtener los datos y ordenarlos, el dibujar los ejes de coordenadas, el dibujar el diagrama, construir una línea de frecuencia acumulada y el análisis de Pareto donde se elige el problema con mayor importancia para actuar.
- **Diagrama de espina de pescado:** Es utilizado para reunir de manera gráfica todas las posibles causas de un problema o identificar los aspectos para lograr

un determinado objetivo, se le suele llamar diagrama causa-efecto o diagrama de Ishikawa, para la realización de este diagrama se tiene que seguir pasos como el definir y determinar claramente el problema o efecto, el identificar los factores o causas que originan el efecto, la representación del diagrama y el análisis de las relaciones de causa-efecto que servirán para conocer y afrontar las causas de anomalías, reclamos o defectos de la organización.

- Diagrama de correlación: También llamado diagrama de dispersión sirve para definir si existe relación entre dos variables como la causa y efecto. Se aplican después de utilizar el diagrama de espina, donde se ha identificado las posibles causas del efecto y verificar si tienen relación, este diagrama se realiza con la recogida de datos, la representación de los datos y la interpretación del diagrama donde se interpretarán los resultados y se compararán.
- La estratificación: Es la división de los datos recogidos en grupos homogéneos para una fácil comprensión del fenómeno estudiado, a cada grupo homogéneo se le llama estrato, con esta técnica se puede estudiar a mayor profundidad los aspectos significativos donde debe estar la atención, para aplicar la estratificación se debe definir el fenómeno o características a analizar, representar los datos del fenómeno, seleccionar los factores, clasificar los datos en grupos homogéneos en base a los factores de estratificación, representar gráficamente cada grupo de datos y comparar los grupos homogéneos de datos en base a cada criterio de estratificación para ver si hay una diferencia significativa entre los grupos.

- **Gráfico de control:** Es una herramienta grafica utilizada para la medición de variables de un proceso, determina si el proceso se encuentra bajo control o fuera de control en base de límites de control estadísticos calculados, es mayormente utilizada en las fases de control de niveles de calidad de varias actividades, se pueden realizar varios tipos de gráficos de control en base al tipo de datos que tengan por variables o atributos, tales como los gráficos de control por variables que registra el rango del proceso para controlarlo, por otra parte tenemos los gráficos de control por atributos que reflejan si sucede una cosa.

La ISO 9001

Para Llyod's Register (s.f.), la ISO 9001 es una norma reconocida internacionalmente de sistema de gestión de calidad, y esa fortaleza hace que se pueda aplicar en cualquier organización, no lo limita ni su tamaño ni la ubicación geográfica. Se concentran en los procesos y el lograr la satisfacción del cliente, se puede aplicar a los proveedores de servicios y a fabricantes.

La importancia de la normar ISO 9001 se basa en suministrar la infraestructura, procesos y los recursos precisos para ayudar a las empresas con el control y mejorar su rendimiento para llegar a la eficiencia, un buen servicio al cliente y excelencia del producto. Transmitiendo compromiso con los accionistas, una buena reputación de la empresa, una ventaja competitiva y la satisfacción del cliente.

ISO 9001:2015

Bsi, (s.f.), indica que los negocios han tenido un cambio, desde la tecnología que ha cambiado la forma de trabajar, sin embargo, hay algo que permanece constante la adaptación de las organizaciones para la satisfacción del cliente, esta prioridad se refleja en la norma ISO 9001:2015. Los beneficios de la nueva norma ISO 9001:2015 son los siguientes:

- Calidad y mejora continua en el corazón de su organización: la revisión de la norma confirma la completa integración y alineación de las estrategias de negocios en base a la gestión de calidad de la organización.
- Liderazgo: Un buen trabajo por parte del equipo de liderazgo tendrá como resultado una organización motivada a obtener buenos resultados de las metas y objetivos propuestas.
- Introducción a la gestión de riesgos y oportunidades: el uso de sistemas de gestión como herramientas sirven para poder encontrar las oportunidades de negocio que ayuden a tener buenos resultados en la organización.
- Un enfoque integrado: Con la nueva norma ISO y su estructura es más rápida la implementación de sistemas de gestión integrados para la organización.

Las Micro y Pequeñas Empresas

Según la ley 28015, (2003). Las micros y pequeñas empresas son unidades económicas creadas por personas natural o jurídica, bajo cualquier tipo de liderazgo empresarial en las leyes actuales el cual tiene como objetivo fomentar la comercialización, fabricaciones, etc.; para de esta manera ser rentables y competitivos.

Objetivo de las micro y pequeñas empresas

Para el Ministerio de Trabajo y promoción del empleo (2008), el objetivo de las Mypes es el desarrollo de actividades de extracción, de transformación, de producción, de comercialización de bienes o servicios.

Características de las micro y pequeñas empresas

La Ley N° 30056 agrega una nueva categoría empresarial “la mediana empresa” entre las existentes, no sin antes suprimir el criterio de número de trabajadores y el modificar los montos de las ventas anuales, y serán explicadas a continuación:

- Microempresa: Sus ventas anuales deben ser menor o igual a 150 UIT (Unidades impositivas tributarias).
- Pequeña empresa: Sus ventas anuales deben ser menor o igual a 1700 (Unidades impositivas tributarias).
- Mediana empresa: Sus ventas anuales deben ser menor o igual a 2300 UIT (Unidades impositivas tributarias).

Cabe resaltar que esto solo aplica a las Mypes registradas a partir del 03 de Julio del 2013.

Atención al cliente

Según Torres, (2010) define “la atención al cliente es un conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe” (p. 6).

Estrategia de orientación al cliente

Torres, (2010), define a la estrategia de orientación al cliente como la preocupación de ajustar la oferta de la organización a las necesidades y deseos del cliente para así lograr la satisfacción del cliente, y poder obtener la máxima calidad, al anticiparse y adaptarse a las perspectivas del cliente bajo una retroalimentación de los consumidores o usuarios, esto se puede realizar reajustando la política general y procedimientos de cada área de la empresa.

Los servicios de atención al cliente

El servicio de atención al cliente ha sido calificado como la forma de ser y hacer, es hacer que toda la organización esté basada en el cliente, ya que hoy en día lo más importante para las organizaciones son los clientes, las organizaciones trabajan para obtener no solo una buena relación con sus clientes sino la efectividad y confianza de ellos, ya que al generar un buen servicio de atención al cliente, se obtendrá la satisfacción del cliente y generará más ventas que servirán para la rentabilidad de las organizaciones.

Características de los servicios

Basándonos en la importancia de los servicios se definen cinco importantes características, según Mella, D. & Rodríguez, M (s.f) son los siguientes:

- **Intangibilidad:** Los servicios intangibles no se pueden sentir, oír, ver u oler, por ello el comprador puede observar o percibir la cortesía, amabilidad, honestidad, actitud, aptitud de la persona que realiza la atención.
- **Carácter inseparable:** Los servicios se producen y consumen a la vez, si el servicio lo presta una persona, esa persona ya es parte del servicio ya que el servicio es inseparable de su fuente, ya sea una maquina o persona se tiene un tiempo de producción y uno de consumo.
- **Variabilidad:** Los servicios son variables pues tienen una dependencia de quien los provee, entre las transacciones del servicio debe estar presente el cliente.
- **Carácter perecedero:** Los servicios no son almacenables, salen al momento que son creados, no tienen propiedad y son intransferibles.
- **Heterogeneidad:** Para alcanzar la calidad en el producto o servicio debe cumplirse con los requisitos que desea el cliente, es de suma importancia conocer a los clientes, ya que un cliente es el receptor de uno o varios resultados de un proceso.

Tipos de Clientes

Para Mella, D. & Rodriguez, M. (s.f), Los clientes son las personas físicas o jurídicas a las cuales se les debe cubrir su necesidad ya sea con un producto o servicio, estos clientes pueden ser interno o externos:

- **Cliente Interno:** Estos clientes son la esencia de la organización, son los colaboradores que, a través del proceso de intercambio laboral, aportan su fuerza de trabajo y pasión para percibir su salario y satisfacer sus necesidades económicas.

- Cliente Externo: Estos clientes son deslumbrados por el producto, pero ellos no pertenecen a la organización que produce el producto, los clientes externos son los que compran el producto, por ello se afirma que un cliente depende de nosotros y nosotros dependemos de él.

Lavandería de ropa

Raicad (2013) refiere que “una lavandería es el lugar o espacio físico dónde se lleva a cabo el proceso de limpiar, secar y acabados de la ropa. En este espacio puede encontrarse personal para realizar los trabajos o clientes que realizan ellos mismo el trabajo”.

Un centro de lavandería es un lugar donde se realiza el proceso de limpieza, secado y acabados de prendas. En este lugar usualmente se encuentra la persona de limpieza, de secados y de acabados de prendas. Aquí puede visualizarse colaboradores para hacer los trabajos y por otro lado encontramos los utensilios para llevar a cabo el proceso, también se pueden encontrar maquinarias especializadas para este tipo de trabajo.

Beneficios de utilizar el servicio de lavandería

Getlavado, (2017), varias personas consideran que el servicio de lavandería es un lujo, las personas que entienden la utilidad de la limpieza hecha por profesionales conocen que es una necesidad, ya que el servicio de lavandería da beneficios que no se obtendrán al lavar la ropa en casa, sin embargo, no toda la ropa necesita ser llevada a la lavandería, pero el cuidado y trato idóneo es lo que lo hacen especial el servicio de

lavandería, en las siguientes líneas se detallara los beneficios que tiene el usar el servicio de lavandería:

- La limpieza en seco es menos abrasiva: Hoy en día las novedades en el servicio de lavandería son la utilización de productos ecológicos y menos abrasivos en la ropa al momento del lavado y secado, ya que en la ropa delicada se maneja un cuidado especial en las buenas prácticas del secado de ropa.
- Las lavanderías profesionales prestan mucha atención al detalle: A diferencia del lavado en casa en el que la persona tiene que lavar, planchar y guardar la ropa, las lavanderías lo realizan meticulosamente para que las personas solo tengan que recoger su ropa, con esto se trata de decir que el servicio de lavandería nos ahorra tiempo y nos ofrece un servicio con atención al detalle.
- Son perfectos para la eliminación de manchas y olores: La mayoría de personas a veces se deja guiar por remedios caseros al momento de querer retirar una mancha de su ropa, sin embargo, esto lo puede realizar el servicio de lavandería de ropa que tienen artículos profesionales para eliminar las manchas y olores profesionalmente sin dañar las prendas, por ello es mejor dejar estos problemas en manos de profesionales que tengan las herramientas necesarias y el sumo cuidado con nuestras prendas, y no aventurarnos con remedios caseros que pueden desteñir o maltratar las prendas.
- Las lavanderías tienen la capacidad de manejar objetos grandes: Entre las capacidades que tienen las lavanderías está el poder lavar objetos grandes como alfombras, cortinas, edredones de gran tamaño, entre otros; El querer realizar

el lavado de objetos grandes en casa puede recurrir a ser tedioso, por eso se recomienda el llevar estos objetos a una lavandería de ropa donde le dedicaran el tiempo necesario y el lavado correcto.

- Contribuyen a que su ropa dure mucho más tiempo: El tener la ropa lavada en seco y prensada profesionalmente hace que la ropa no este expuesta a las agitaciones de fibra de la lavadora, además que durarán más tiempo, los colores de la ropa mantendrán su brillo y esto generará ahorro de dinero porque la persona no comprará ropa con frecuencia.

Tipos de Lavanderías

- Lavandería de autoservicio: Es aquella donde los procesos de carga de máquinas y manejo de la ropa es realizado por el cliente en un sistema de autoservicio,
- Lavandería asistida: Es aquel establecimiento donde se realizan los procesos de lavado en agua, manejo y planchado de prendas, como procesos de aguas especiales o delicados todo esto lo realiza el personal del establecimiento.
- Lavandería industrial: Es aquel establecimiento donde se realiza el lavado en agua con técnicas mecanizadas logrando mayor producción para poder ofrecer servicios a empresas grandes.

2.3. Marco Conceptual

Atención al Cliente

Según Díaz, (2014), la atención al cliente es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa, ya sea grande o muy pequeña. Tan fundamental es para la empresa, que constituye una gran parte de su planificación estratégica. Muchas empresas se distinguen de sus competidores por realizar una buena estrategia de atención al cliente.

Servicio

Según EcuRed, (s.f), es una actividad o un grupo de actividades de naturaleza que mayormente son intangibles y se realizan por una interacción de cliente al empleado o instalaciones físicas de servicio con el fin de satisfacer las necesidades o deseos del cliente.

Definición de calidad

Para Deming, (2008) la gestión de calidad es un conjunto de actividades enfocadas a determinar e implantar objetivos, políticas y responsabilidades que sean establecidas por medio de la planificación, control, aseguramiento y la mejora de la calidad.

Lavandería

Tintorería & Lavandería, (s.f.) define a la lavandería como el establecimiento donde se aplican procesos de lavado textil usando el agua como representante de limpieza.

Ropa

Según (Ucha, 2012), Ropa es el término que designamos a cualquier tipo de prenda hecha a con tela y que las personas utilizan para vestir.

III. Metodología

3.1. Diseño de la investigación.

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental y transversal.

No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable en estudio, se presentará tal y como se muestra dentro de su contexto.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) indican que el diseño No experimental “podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables” (p, 214). Al realizar la investigación con este diseño se observó las situaciones existentes.

Transversal, porque el estudio se llevará en un espacio determinado de tiempo con un inicio y un fin específicamente el año 2018.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (o describir comunidades, eventos, fenómenos o contextos)” (p. 216).

3.1.1 Tipo de investigación

Para la elaboración del presente trabajo de estudio se utilizará el tipo de investigación **cuantitativo**, porque en el procesamiento y análisis de datos se utilizará la matemática y la estadística.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalan que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación

y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (p. 10).

3.1.2 Nivel de investigación

Se utilizó el nivel descriptivo. Fue descriptivo, porque se mencionó las características resaltantes de las variables Gestión de calidad y atención al cliente.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) indica: “Con mucha frecuencia, el propósito del investigador consiste en describir situaciones, eventos y hechos. Esto es, decir cómo se manifiesta determinado fenómeno (p. 94).

3.2. Población y muestra.

Población

La población de nuestro estudio estará conformada por un total de 10 micro y pequeñas empresas que brindan servicios de lavandería de ropa, las mismas que se encuentran ubicadas en Mariscal Cáceres, del distrito de San Juan de Lurigancho.

Domínguez, J. (2015) señala “En esta sección se establecerá en forma concreta la procedencia de la información para el estudio de las variables y su forma de obtención, estableciendo el universo y la población objetivo” (p. 55).

Muestra

La muestra se considera el total de los elementos de la población, por ser pequeña la población.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), indican lo siguiente: “Recordemos que lo óptimo de una muestra depende de cuánto se aproxima su distribución a la distribución de las características de la población” (p. 262).

3.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.

VARIABLE		Definición operacional			Escala de Medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	Likert
Gestión de Calidad	Es un conjunto de actividades enfocadas a determinar e implantar objetivos, políticas y responsabilidades que sean establecidas por medio de la planificación, control, aseguramiento y la mejora de la calidad. Deming (2008)	Planificar	Establecer los objetivos y políticas para la obtención de la satisfacción del cliente.	Objetivos estratégicos	
				Políticas de servicio	
		Hacer	Es la realización de lo planificado a través de acciones.	Organización	
				Capacitación	
		Verificar	Evaluación y control de las actividades y los resultados.	Control	
				Evaluaciones	
		Actuar	Análisis y toma de decisiones para una mejora continua.	Análisis de resultados	
				Mejora continua	

VARIABLE		Definición operacional			Escala de Medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Atención al cliente	La atención al cliente es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa, ya sea grande o muy pequeña. Tan fundamental es para la empresa, que constituye una gran parte de su planificación estratégica. Muchas empresas se distinguen de sus competidores por realizar una buena estrategia de atención al cliente. Diaz, (2014).	Confiabilidad	La habilidad de la empresa para realizar el servicio de manera fiable y cuidadosa.	Confianza	Likert
				Trabajo en equipo	
		Seguridad	Conocimientos y destreza de los empleados para inspirar confianza y credibilidad.	Capacitación	
				Motivación	
		Tangibles	La apariencia física de la empresa, equipos, personal y materiales de trabajo.	Infraestructura	
				Equipos	
		Atención	La empatía, buen trato, respeto y atención individualizada que ofrece la empresa.	Atención de calidad	
		Respuesta	La disposición y capacidad de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio que satisfaga sus necesidades.	Satisfacción del cliente	
				Acciones correctivas	

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta.

“Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga” (Abril, 2008, p. 3).

3.4.2. Instrumentos

El instrumento de investigación fue un cuestionario estructurado que tuvo relación con las variables de estudio, que está estructurado de 27 preguntas.

“El cuestionario es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, para que sea contestado por la población o muestra” (Abril, 2008, p. 15).

3.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y gráficos estadísticos de las variables en estudio, para ello se utilizó los programas de Excel y SPSS-24.

3.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnica e instrumento
<p>General:</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las principales características de los representantes de las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. 2. Describir las principales características de las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. 3. Describir las principales características de la gestión de calidad en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. 4. Describir las principales características de la atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. 	<p>-Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al cliente.</p>	<p>• Población</p> <p>La población de nuestro estudio estuvo conformada por un total de 10 micro y pequeñas empresas que brindan servicios de lavandería de ropa, las mismas que se encuentran ubicados en Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho.</p> <p>• Muestra</p> <p>La muestra se considera el total de los elementos de la población por ser considerada pequeña la población.</p>	<p>Diseño de investigación:</p> <p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental y transversal.</p> <p>No experimental</p> <p>porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable en estudio, se presentará tal y como se muestra dentro de su contexto.</p> <p>- Transversal, porque el estudio se llevará a cabo en un espacio determinado de tiempo con un inicio y un fin específicamente el año 2018.</p> <p>Tipo de Investigación:</p> <p>-cuantitativa, porque en el procesamiento y análisis de datos se utilizó la matemática y la estadística</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>-Descriptivo</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionario</p> <p>Plan de Análisis:</p> <p>Se utilizó el programa Excel y SPSS-24.</p>

3.7. Principios Éticos

Consentimiento informado: Las personas reclutadas para la investigación fueron informadas sobre los objetivos de la investigación, sus beneficios y potenciales riesgos dándose su consentimiento voluntariamente. En ningún momento el individuo fue coaccionado a participar en el estudio, o indebidamente persuadidos por la promesa de una recompensa. Las personas estuvieron conscientes de los riesgos que puedan ocurrir como resultado de su participación en la investigación. La persona otorgó libremente su consentimiento, antes de poder ser incluido en la investigación.

Derecho a retirarse: Las personas aun cuando aceptaron y formaban parte del estudio, siempre tuvieron el derecho a retirarse sin perjuicio o afectación en la participación de que sea objeto o cualquiera que sea el beneficio como en el caso de los estudiantes.

Confidencialidad: La información presentada en esta tesis ha sido elaborada bajo consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada.

Confiabilidad: La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando bibliografías y consultas de autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para un buen funcionamiento de los resultados.

Respeto a la persona humana: El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando a la persona humana, sin dañar susceptibilidades, pensando en la mejora y mayores conocimientos con el avance de la nueva tecnología.

IV. Resultados

4.1 Resultados

Referente a los representantes de las Mypes

Tabla 1: Distribución según edad

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
De 20-30años	1	10%	10%
De 31-40años	4	40%	100%
De 41 a más	5	50%	
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

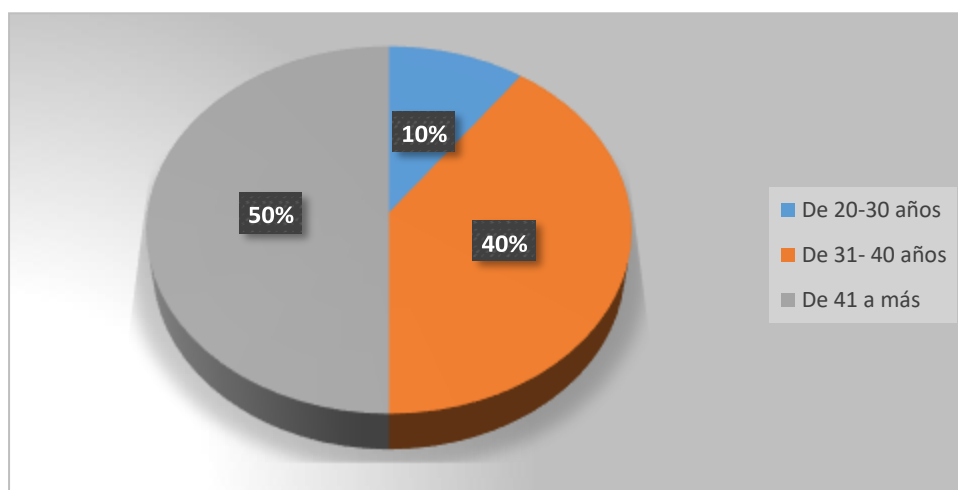


Figura 1: Distribución según edad

Fuente: Tabla 1

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 50% representan edades que corresponden de 41 a más, mientras que el 40% representan edades entre 31 a 40 años, por otro lado, el 10% representan edades de 20 a 30 años de edad.

Tabla 2: Distribución según Género

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Masculino	8	80%	80%
Femenino	2	20%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

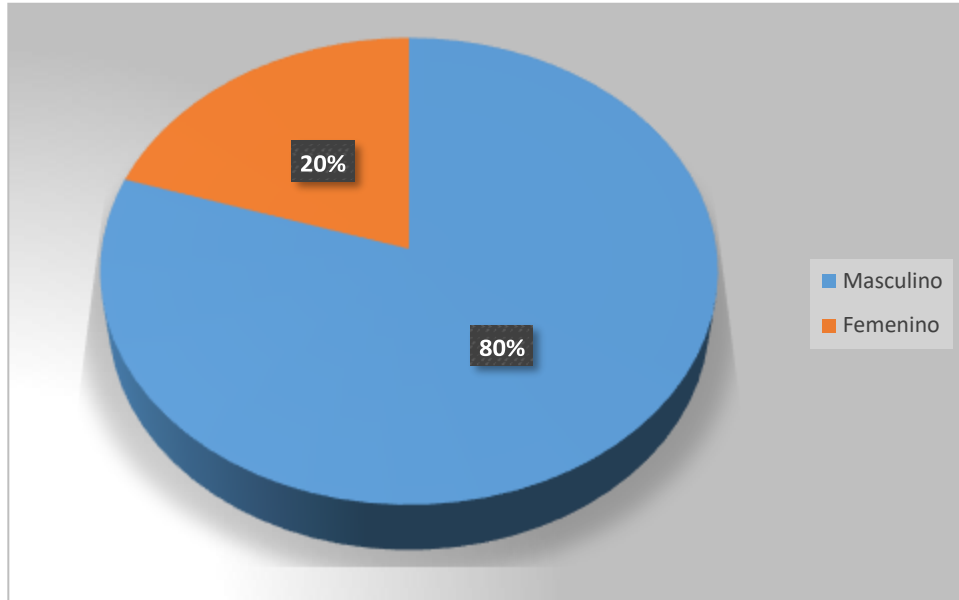


Figura 2: Distribución según género

Fuente: Tabla 2

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% son del género masculino, mientras que el 20% son del género femenino.

Tabla 3: Distribución según Grado de instrucción

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Sin instrucción	0	0%	0%
Primaria	1	10%	10%
Secundaria	6	60%	60%
Universitario	3	30%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

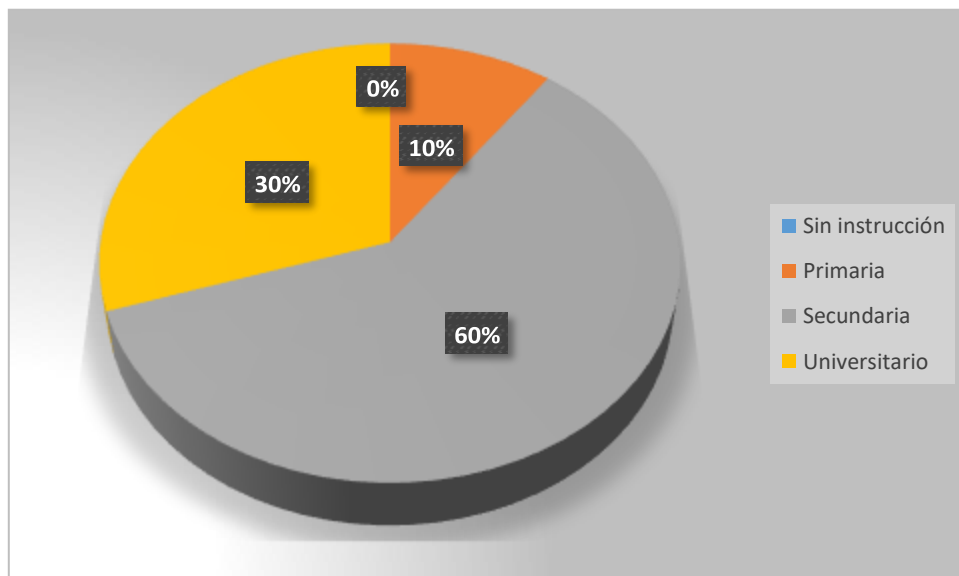


Figura 3: Distribución según Grado de instrucción

Fuente: Tabla 3

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 60% de los que dirigen las microempresas tiene secundaria completa, mientras que el 30% son universitarios, por otra parte, el 10% solo tiene primaria como grado de instrucción.

Tabla 4: Distribución según cargo que desempeña

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Dueño	8	80%	80%
Administrador	2	20%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

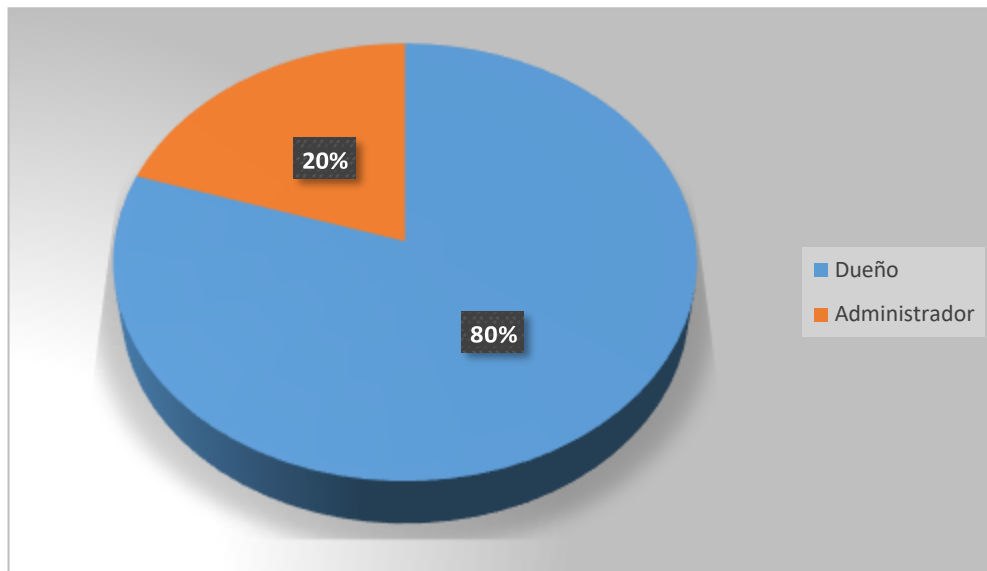


Figura 4: Distribución según cargo que desempeña

Fuente: Tabla 4

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% desempeña el cargo de dueño de la microempresa, mientras que el 20% representan que son administradores de la microempresa.

Tabla 5: Distribución según tiempo que desempeña en el cargo

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
De 0-3 años	1	10%	10%
De 4-6 años	5	50%	50%
De 7 a más	4	40%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

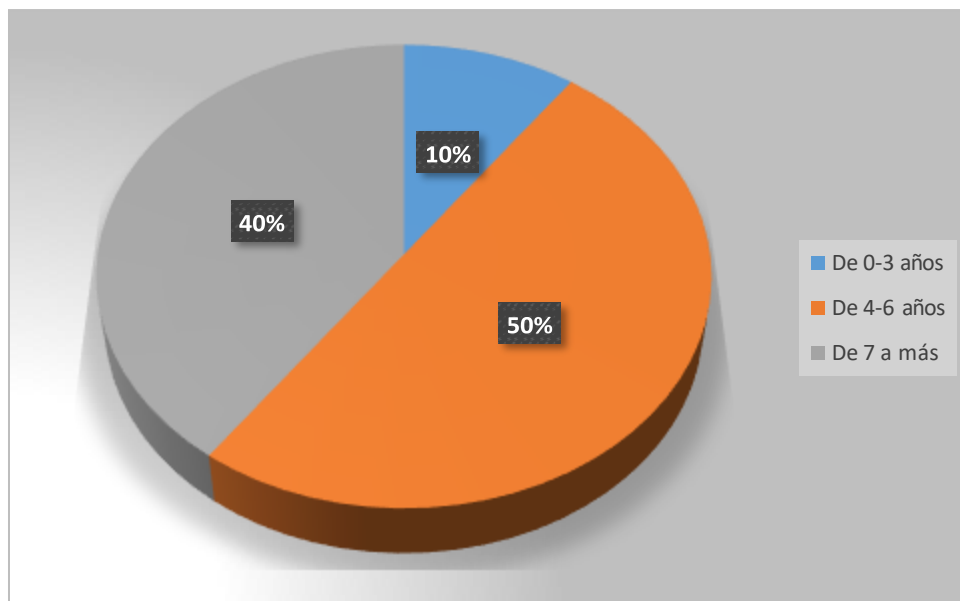


Figura 5: Distribución según tiempo que desempeña en el cargo

Fuente: Tabla 5

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 50% desempeñan el Cargo entre 4 a 6 años, mientras que el 40% lo desempeñan de 7 años a más, y por último el 10% de 0 a 3 años.

Referente a las características de las Mypes

Tabla 6: Distribución según el giro de la empresa

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Comercio	0	0%	0%
Producción	0	0%	0%
Servicios	10	100%	100%
Otros	0	0%	
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

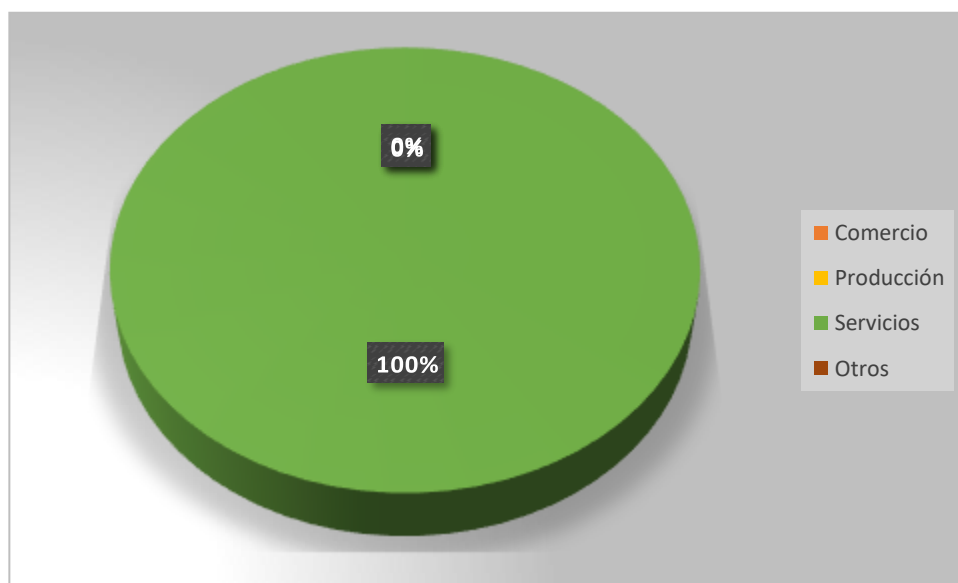


Figura 6: Distribución según el giro de la empresa

Fuente: Tabla 6

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 100% corresponde a que la microempresa gira en torno a servicios.

Tabla 7: Distribución según años que lleva funcionando la empresa

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Uno	1	10%	10%
Dos	1	10%	10%
Tres	3	30%	30%
Cuatro a más	5	50%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

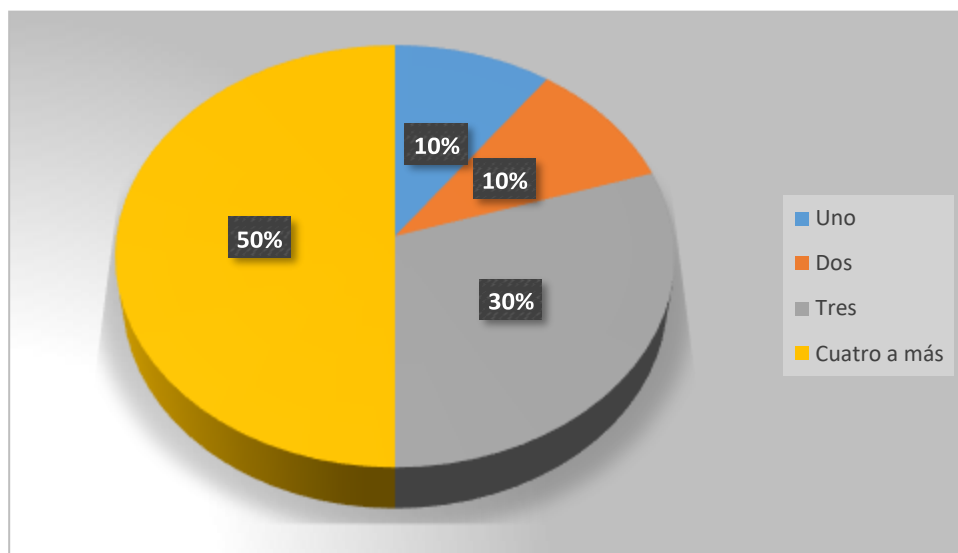


Figura 7: Distribución según años que lleva funcionando la empresa

Fuente: Tabla 7

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 50% de las microempresas lleva funcionando “cuatro años a más”, el 30% “tres años”, mientras que en el caso de “un año” y “dos” corresponden a un 10% cadauna.

Tabla 8: Distribución según número de trabajadores

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Uno	0	0%	0%
Dos	3	30%	30%
Tres	4	40%	40%
Cuatro a más	3	30%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

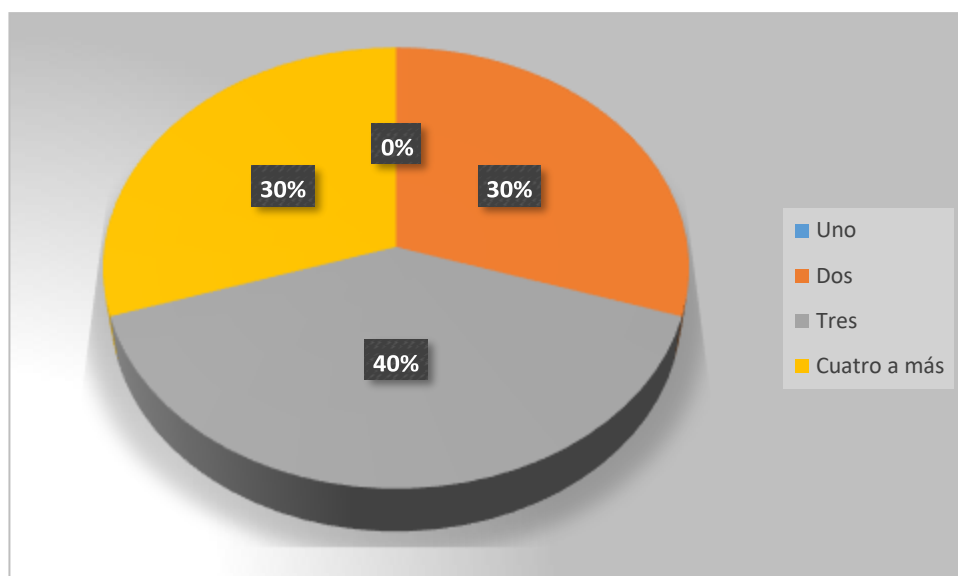


Figura 8: Distribución según número de trabajadores

Fuente: Tabla 8

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 40% de las microempresas tienen tres trabajadores, el 30% cuenta con dos, y el otro 30% con cuatro a más trabajadores.

Tabla 9: Distribución según el objetivo principal de la empresa

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Maximizar ganancias	7	70%	70%
Brindar empleo a la familia	2	20%	20%
Otros	1	10%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

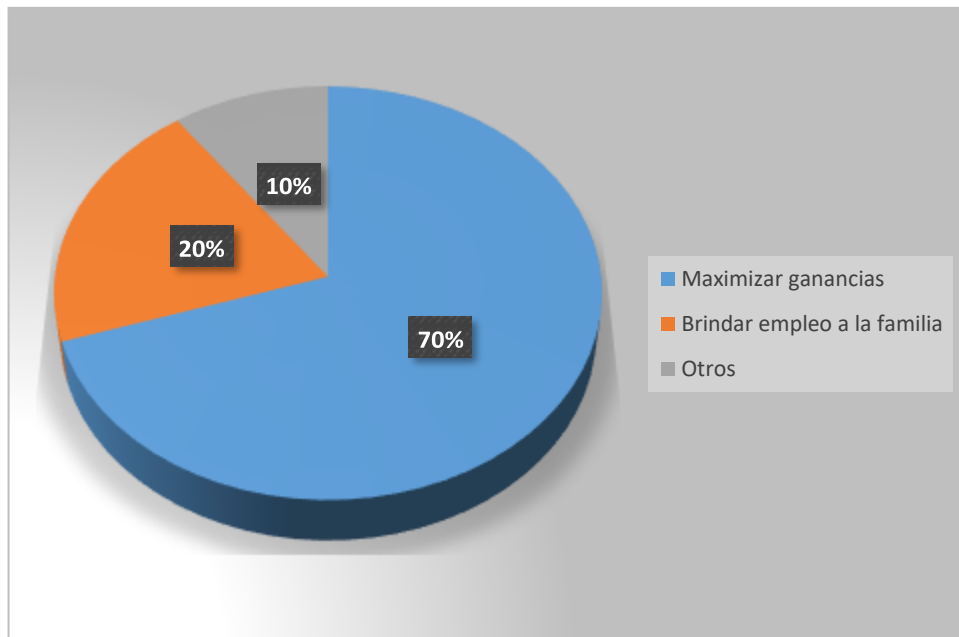


Figura 9: Distribución según el objetivo principal de la empresa

Fuente: Tabla 9

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 70% de las microempresas tiene como objetivo maximizar las ganancias, mientras que el 20% brindar empleo a la familia y en cuanto a otros, el 10 %.

10. Distribución según el parentesco con el personal que trabaja

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Familiares	0	0%	0%
Personas no Familiares	4	40%	40%
Familiares y personas no familiares	6	60%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

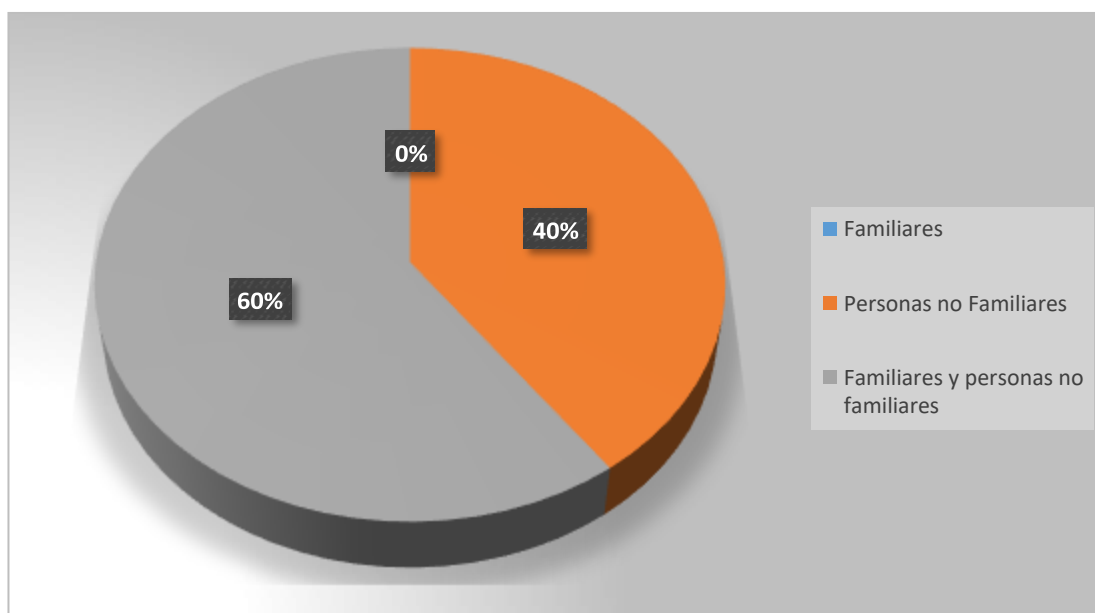


Figura 10: Distribución según el parentesco con el personal que trabaja

Fuente: Tabla 10

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 60% son familiares y personas no familiares; mientras que el 40% son personas no familiares.

Referente a la Gestión de calidad

Tabla 11: Distribución acerca de si planifica los objetivos estratégicos del próximo año

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	2	20%	20%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	8	80%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

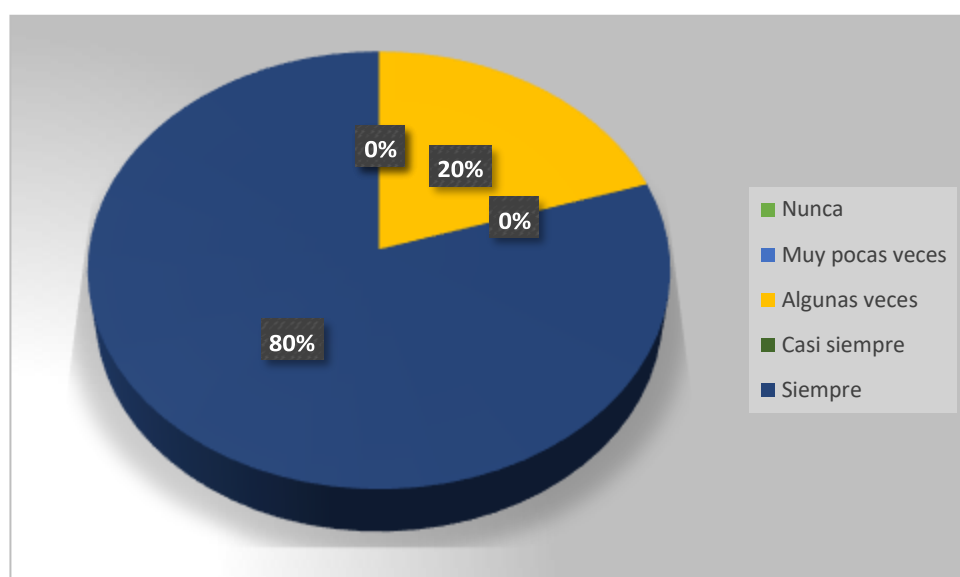


Figura 11: Distribución acerca de si planifica los objetivos estratégicos del próximo año

Fuente: Tabla 11

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% planifica siempre los objetivos estratégicos del próximo año, mientras el 20% lo realiza algunas veces.

Tabla 12: Distribución acerca de si planifica las políticas de servicio del próximo año

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	8	80%	80%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	2	20%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

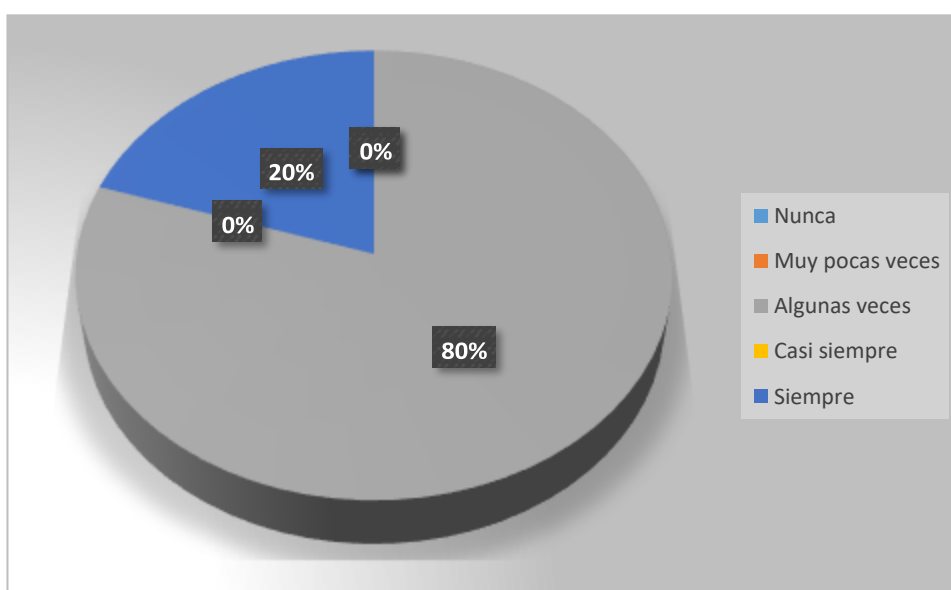


Figura 12: Distribución acerca de si planifica las políticas de servicio del próximo año

Fuente: Tabla 12

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% realiza algunas veces la planificación de las políticas de servicio del próximo año, mientras el 20% lo realiza siempre.

Tabla 13: Distribución acerca de si la empresa gestiona con organización las políticas de servicio

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	10	100%	100%
Casi siempre	0	0%	
Siempre	0	0%	
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

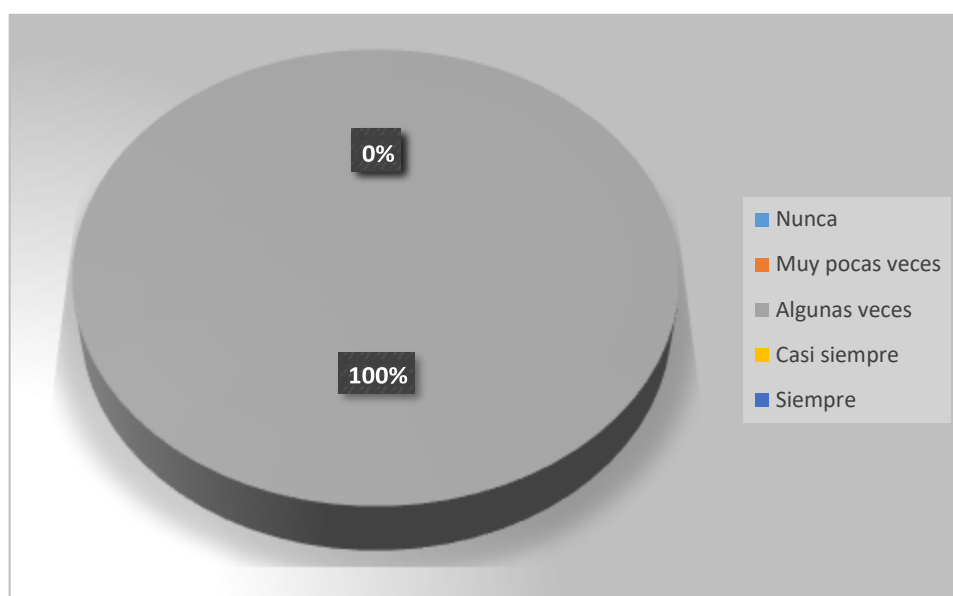


Figura 13: Distribución acerca de si la empresa gestiona con organización las políticas de servicio

Fuente: Tabla 13

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, la totalidad (100%) algunas veces gestiona con organización las políticas de servicio.

Tabla 14: Distribución acerca de si la empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	2	20%	20%
Siempre	8	80%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

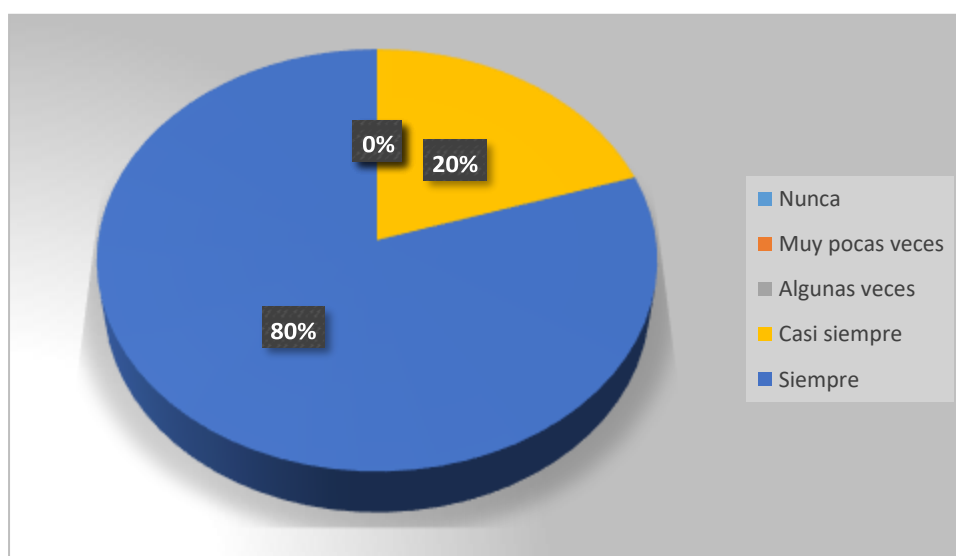


Figura 14: Distribución acerca de si la empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo

Fuente: Tabla 14

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% realiza siempre la implementación de estrategias de calidad en las áreas de trabajo, mientras el 20% lo realiza casi siempre.

Tabla 15: Distribución acerca de si la empresa verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	3	30%	30%
Siempre	7	70%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

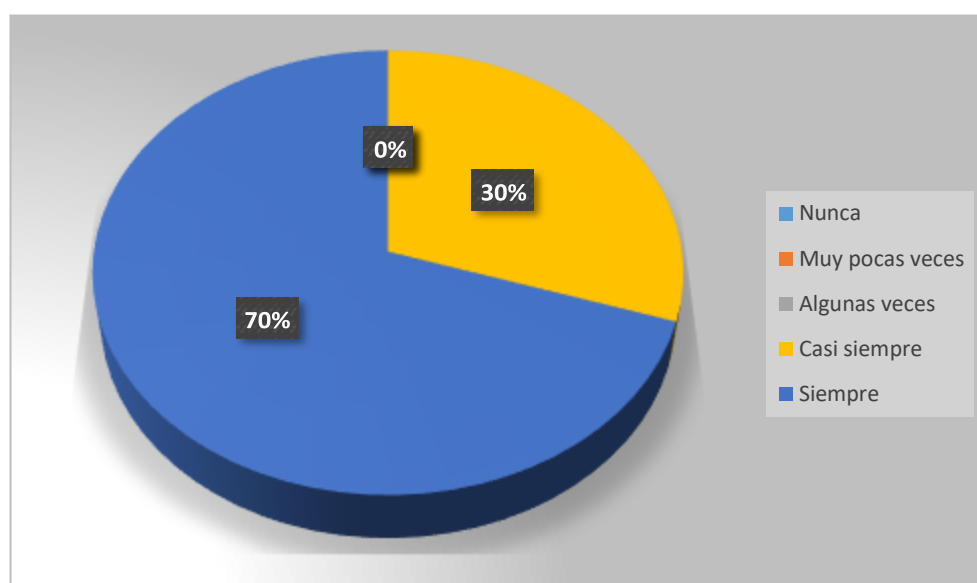


Figura 15: Distribución acerca de si la empresa verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados

Fuente: Tabla 15

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 70% siempre verifica si los procesos realizados son óptimos para lograr los resultados planificados, mientras el 30% lo realiza casi siempre.

Tabla 16: Distribución acerca de si realiza evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	4	40%	40%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	6	60%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

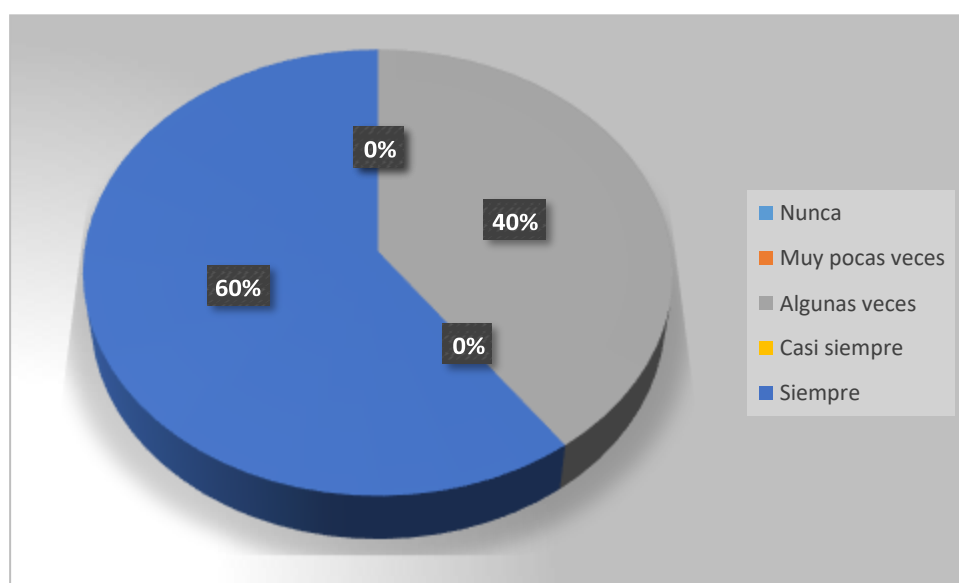


Figura 16: Distribución acerca de si realiza evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería

Fuente: Tabla 16

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 60% realiza siempre evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería, mientras el 40% lo realiza algunas veces.

Tabla 17: Distribución acerca de si la empresa compara los resultados obtenidos con los planificados

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	4	40%	40%
Siempre	6	60%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

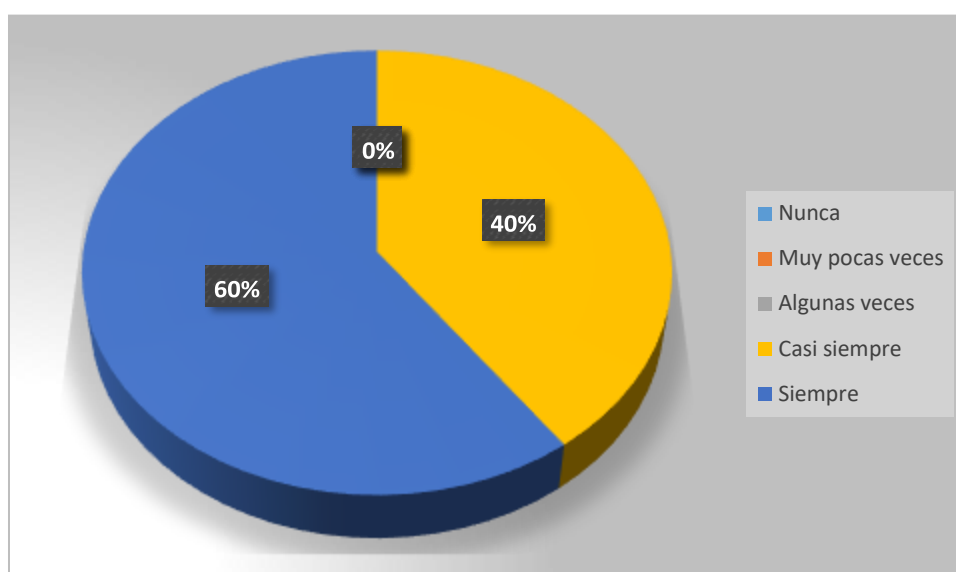


Figura 17: Distribución acerca de si la empresa compara los resultados obtenidos con los planificados

Fuente: Tabla 17

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 60% siempre compara los resultados obtenidos con los planificados, mientras el 40% lo realiza casi siempre.

Tabla 18: Distribución acerca de si se realizan cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	10	100%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

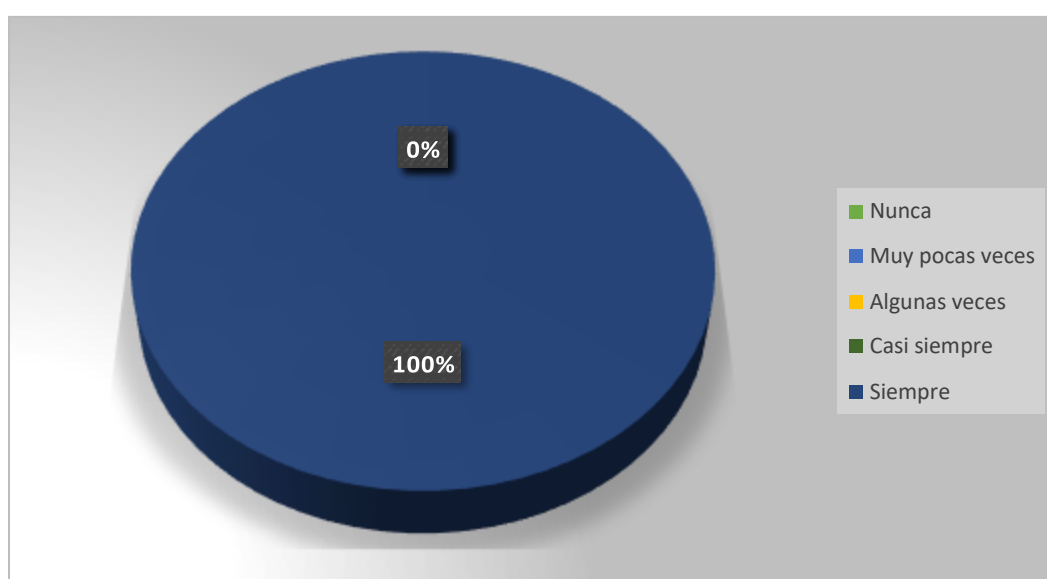


Figura 18: Distribución acerca de si se realizan cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos

Fuente: Tabla 18

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 100% siempre realiza cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos.

Referente a la atención al cliente

Tabla 19: Distribución acerca de si la empresa brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	10	100%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

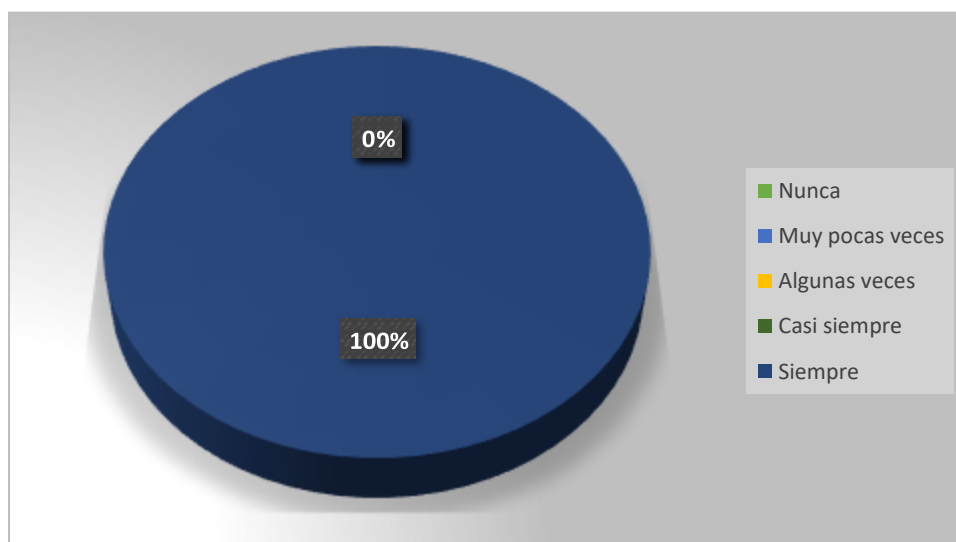


Figura 19 Distribución acerca de si la empresa brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente

Fuente: Tabla 19

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, la totalidad (100%) siempre brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente.

Tabla 20: Distribución acerca de si la empresa aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	2	20%	20%
Siempre	8	80%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

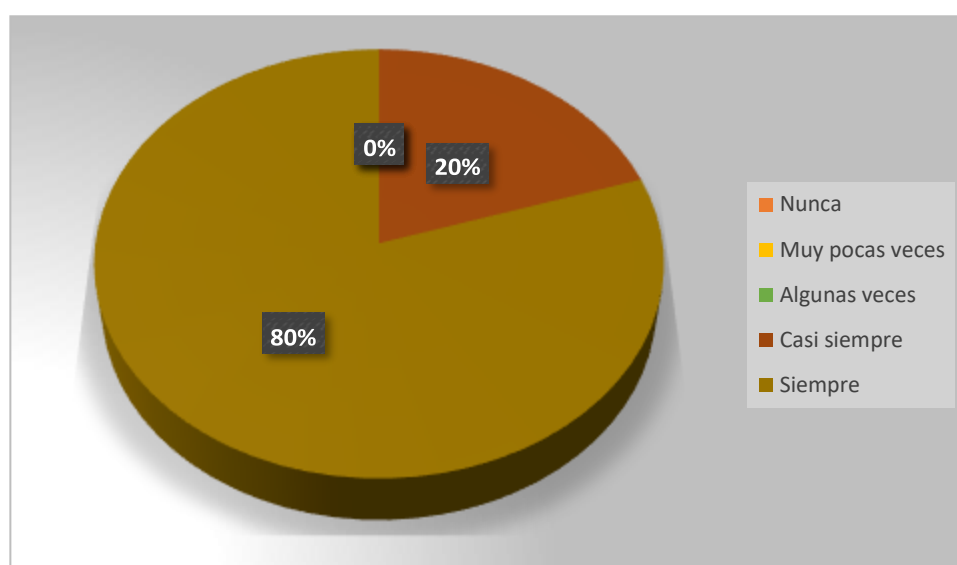


Figura 20: Distribución acerca de si la empresa aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad

Fuente: Tabla 20

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% siempre realiza la aplicación del trabajo en equipo para dar un servicio de calidad, mientras que el 20% lo realiza casi siempre.

Tabla 21: Distribución acerca de si la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	8	80%	80%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	2	20%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

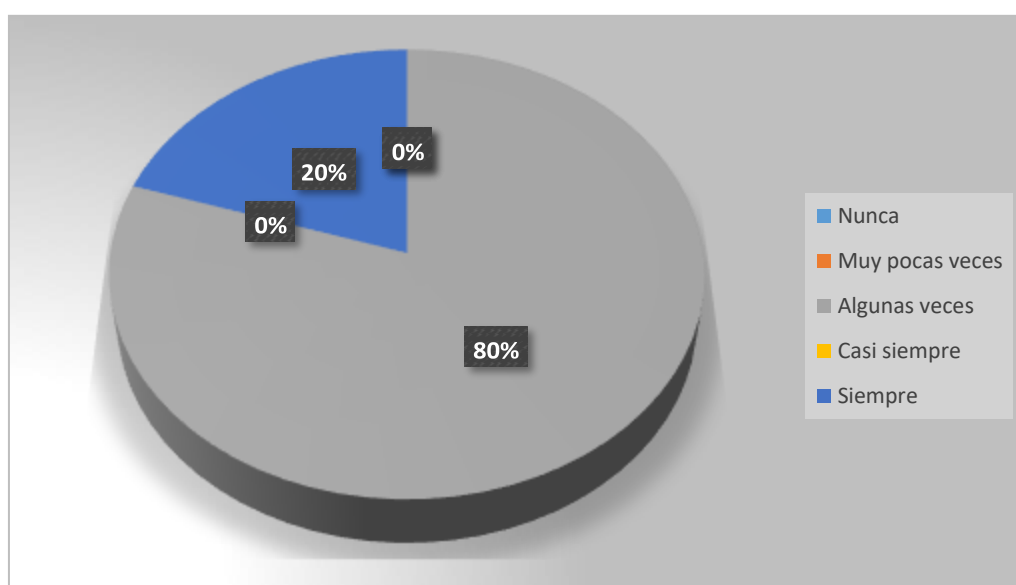


Figura 21: Distribución acerca de si la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente

Fuente: Tabla 21

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% realiza algunas veces capacitaciones de atención al cliente, mientras que el otro 20% indica que lo realiza siempre.

Tabla 22: Distribución acerca de si la empresa incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	10	100%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

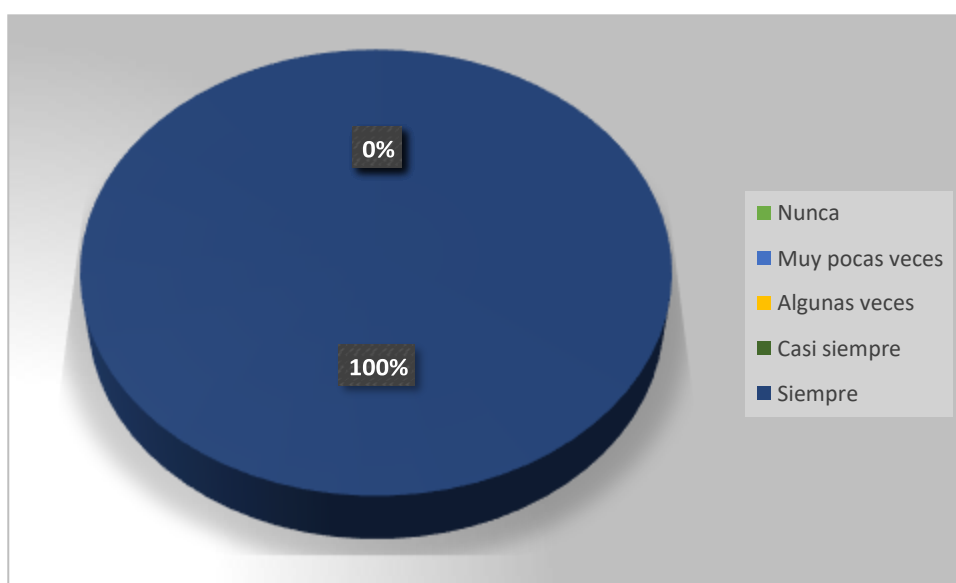


Figura 22: Distribución acerca de si la empresa incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente

Fuente: Tabla 22

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, la totalidad (100%) siempre incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente.

Tabla 23: Distribución acerca de si la empresa tiene infraestructura visualmente atractiva

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	3	30%	30%
Siempre	7	70%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

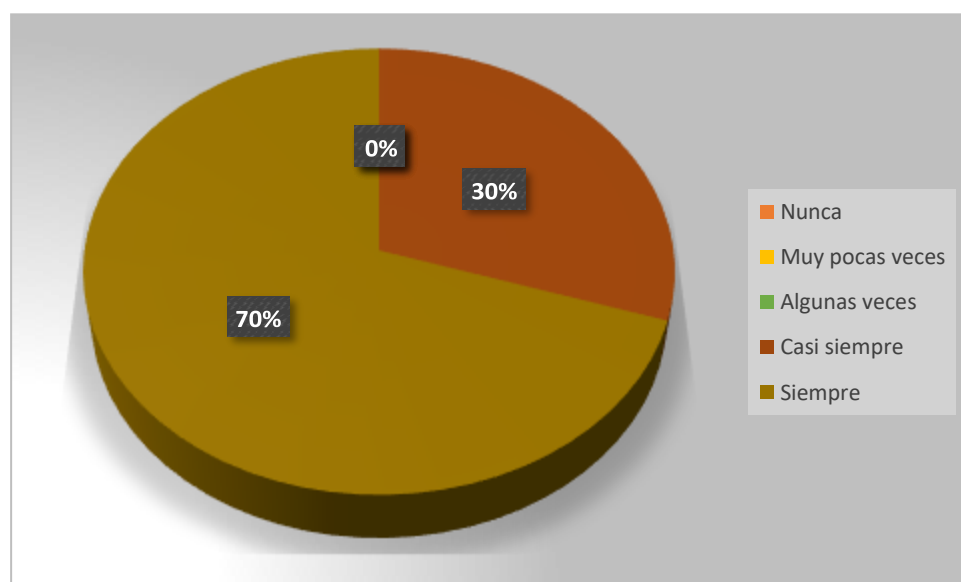


Figura 23: Distribución acerca de si la empresa tiene infraestructura visualmente atractiva

Fuente: Tabla 23

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 70% de las empresas siempre tiene una infraestructura visualmente atractiva, mientras que el 30% indica que casi siempre.

Tabla 24: Distribución acerca de si la empresa cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	2	20%	20%
Siempre	8	80%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

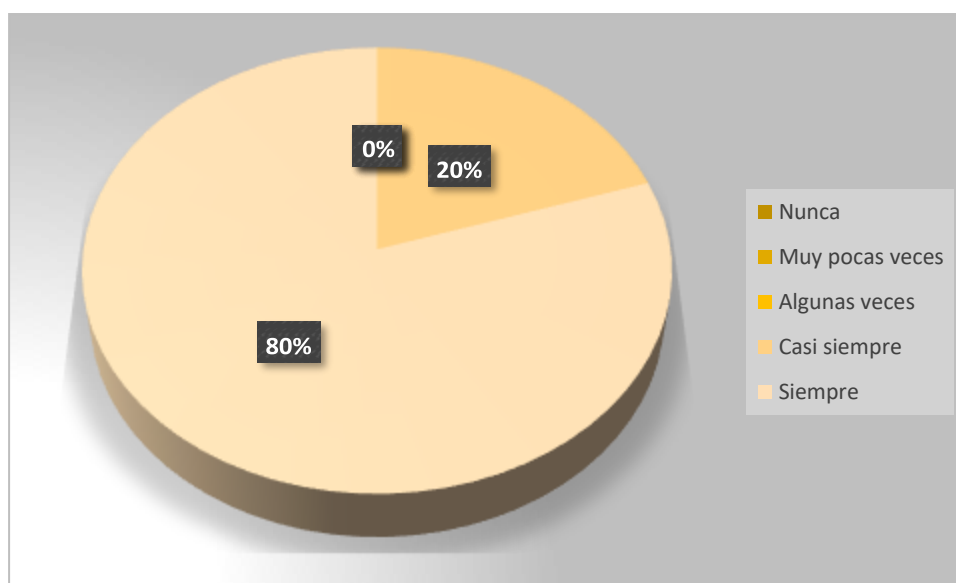


Figura 24: Distribución acerca de si la empresa cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos

Fuente: Tabla 24

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 80% de las empresas siempre cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos, mientras que el 20% indica que casi siempre cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos.

Tabla 25: Distribución acerca de si brinda un trato cordial y amable a sus clientes

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	10	100%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

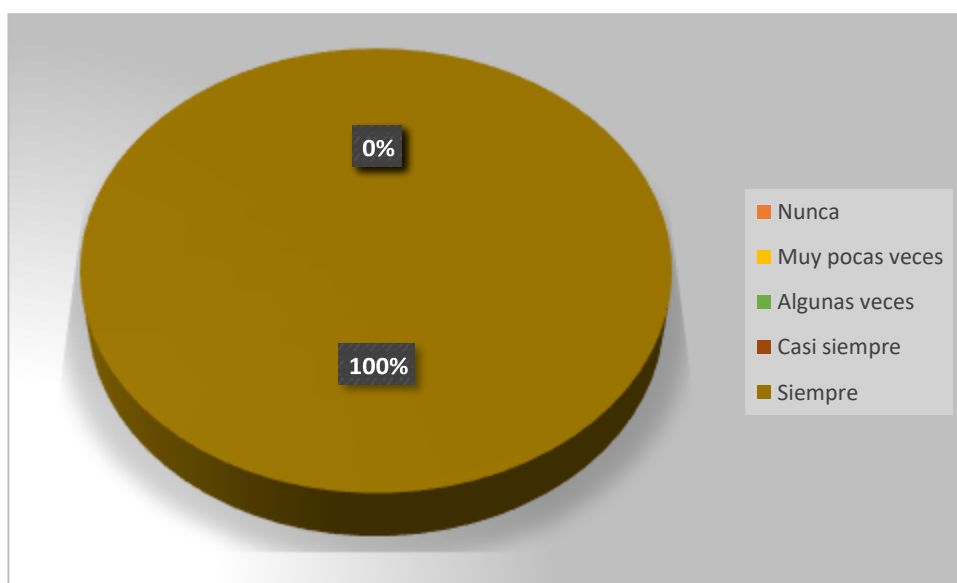


Figura 25: Distribución acerca de si brinda un trato cordial y amable a sus clientes

Fuente: Tabla 25

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, en la totalidad (100%) siempre brindan un trato cordial y amable a sus clientes.

Tabla 26: Distribución acerca de si la empresa evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	3	30%	30%
Siempre	7	70%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

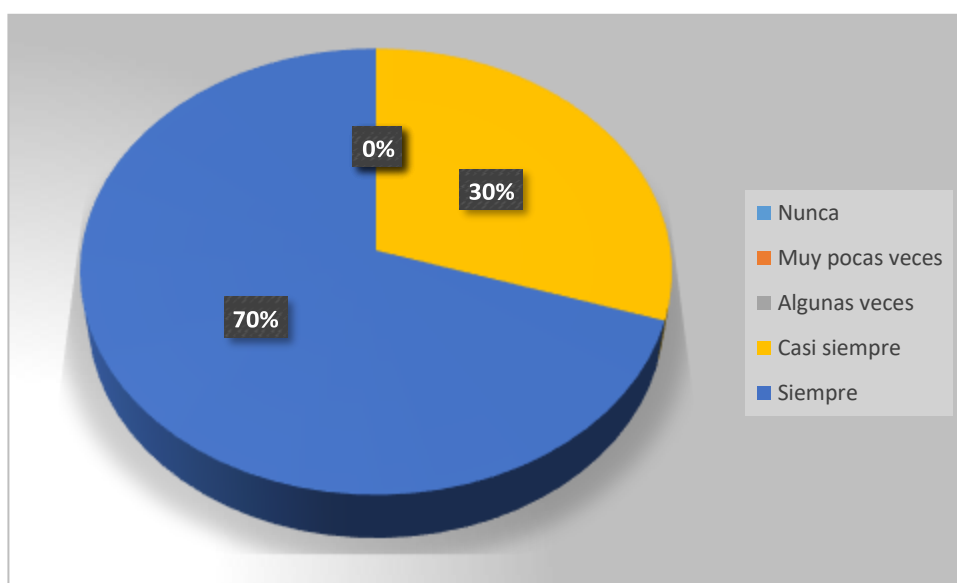


Figura 26: Distribución acerca de si la empresa evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado

Fuente: Tabla 26

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, el 70% siempre evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado, mientras el 30% indica que lo evalúa casi siempre.

Tabla 27: Distribución acerca de si realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0%	0%
Muy pocas veces	0	0%	0%
Algunas veces	0	0%	0%
Casi siempre	0	0%	0%
Siempre	10	100%	100%
Total	10	100%	

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta.

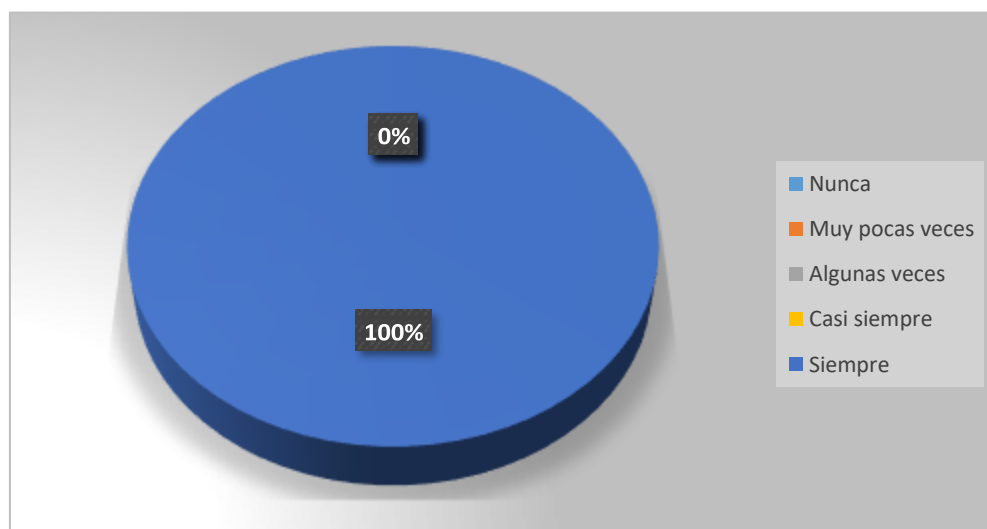


Figura 27: Distribución acerca de si realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado

Fuente: Tabla 27

Interpretación: Según los resultados obtenidos mediante la investigación, a los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización de Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que del 100% de los encuestados, en la totalidad (100%) siempre realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado.

4.2 Análisis de Resultados

Referente a las características de los representantes de las Mypes.

En relación a la edad de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 50% representan edades que corresponden de 41 a más, mientras que el 40%, representan edades entre 31 a 40 años, y el 10% representan edades de 20 a 30 años según tabla (1). Resultado que discrepa Ascencio (2016), afirmando que la mayoría de los encuestados tienen edades que oscilan entre 31 a 50 años.

En cuanto al sexo de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 80% son del sexo masculino, mientras que el 20% son del sexo femenino según tabla (2), eso indica que las mujeres están ingresando al rubro de lavandería de manera progresiva. Ascencio (2016), coincide indicando que el 80% son del sexo masculino.

En referencia al grado de instrucción de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que el 60% de los que dirigen las microempresas tiene secundaria completa, mientras que el 30% son universitarios, y el 10% solo tiene primaria como grado de instrucción según tabla (3). Esto no coincide con Ascencio (2016), ya que sus resultados indican que la mayoría tiene el grado de instrucción superior universitario lo que refleja que la mayoría son personas que invirtieron en sus estudios y tienen una base para hacer negocio.

En referencia al cargo que desempeñan los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, se observa que el 80% son dueños según tabla (4), esto demuestra que los dueños están interesados en dirigir y administrar su negocio.

Con respecto al tiempo que desempeñan en el cargo los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 50% desempeñan el cargo entre 4 a 6 años, mientras que el 40% lo desempeñan de 7 años a más, y el 10% de 0 a 3 años según tabla (5), esto demuestra el tiempo que los dueños tienen trabajando en este rubro.

Referente a las características de las Mypes.

En referencia al giro de la empresa del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 100% corresponde a que la microempresa gira en torno a servicios según tabla (6), dado que es una empresa de lavandería de ropa. Esto coincide con Barrenechea (2017), que indica que se tiene una relación significativa con la calidad de servicio.

Con respecto a los años que lleva funcionando la empresa del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 50% de las microempresas lleva funcionando “cuatro años a más”, el 30% “tres años”, mientras que en el caso de “un año” y “dos” corresponden a un 10% cada una, según tabla (7), esto indica que la mayoría lleva mayor tiempo posesionada en el mercado. Esto concuerda con Ascencio (2016), quien indica que la mayoría de sus encuestados tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el mercado.

En referencia al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 40% de las microempresas tienen 3 trabajadores, el 30% cuenta con 2 y el otro 30% con 4 a más trabajadores, según tabla (8). Esto coincide con Ascencio (2016), quien indica que tiene entre 1 a 5 trabajadores que es el rango usual de trabajadores que tiene nuestros encuestados.

Con respecto al objetivo principal de la empresa del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 70% de las microempresas

tiene como objetivo maximizar las ganancias, mientras que el 20% brindar empleo a la familia y en cuanto a otros el 10 %, según tabla (9). Esto indica que el objetivo de creación fue el de generar ganancia.

En referencia al parentesco con el personal que trabaja en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 60% son familiares y personas no familiares, mientras que el 40% son personas no familiares, según tabla (10).

Referente a la Gestión de calidad

Con respecto si planifica los objetivos estratégicos del próximo año de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 80% indicó que siempre planifica los objetivos estratégicos del próximo año, según tabla (11). Esto no coincide con Castro y Sigüeñas (2015), quien indica que hay una falta de ejecución de procesos.

Con respecto si planifica las políticas de servicio del próximo año de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho; el 80% de microempresarios planifica algunas veces las políticas de servicio del próximo año, según tabla (12). Esto indica que ellos tratan de mejorar sus políticas de servicio para dar una buena atención. Barrenechea (2017), refiere que se planifica y organiza en relación a la calidad de servicio.

Con respecto si la empresa gestiona con organización las políticas de servicio de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 100% de los microempresarios indica que algunas veces gestionan con organización las políticas de servicio, según tabla (13). Esto indica que no se prevee muy a menudo la gestión para poder llegar a cumplir con los objetivos.

Con respecto si la empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 80% realiza siempre la implementación de estrategias de calidad en las áreas de trabajo para hacer el trabajo más dinámico, según tabla (14).

Con respecto si la empresa verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 70% verifica siempre si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados, según tabla (15).

En cuanto a si realiza evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería de ropa de la urbanización Mariscal Cáceres, san Juan de Lurigancho, el 60% realiza siempre evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad, lo que indica que miden si la calidad ofrecida es muy buena o mala, según tabla (16).

En cuanto a si la empresa compara los resultados obtenidos con los planificados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 60 % siempre compara los resultados obtenidos con lo que planificaron, según tabla (17). Esto sirve para ver el crecimiento en cuanto a calidad y productividad.

Con respecto si se realizan cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 100% indica que siempre realizan cambios en la planificación cuando ven que los resultados no son los óptimos, según tabla (18), y eso está muy bien ya que se realiza una mejora continua.

Referente a la atención al cliente

En referencia si la empresa brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente, el 100% indica que siempre les brinda a sus trabajadores la

confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente, según tabla (19). Esto indica el compromiso tanto de los trabajadores como de la empresa para mejorar en lo que refiere a la atención al cliente.

En referencia si la empresa aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 80% siempre aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad, mientras que el 20% casi siempre lo realiza, según tabla (20).

En referencia si la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, el 80% indica que algunas veces realiza capacitación y el otro 20% indica que siempre, según tabla (21), esto indica que todavía hay un tema a mejorar respecto a lo que son las capacitaciones de atención al cliente. Ascencio (2016), indica que si se realizan capacitaciones en atención al cliente y esto mejora la rentabilidad.

En referencia si la empresa incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 100% de microempresarios incentiva a los trabajadores a tener una rapidez en lo que respecta a la atención al cliente, según tabla (22), y es algo que debe prevalecer dado que el cliente siempre quiere un servicio de calidad y rapidez en la atención. Esto no concuerda con Castro y Sigüeñas (2015), quienes indican que los encuestados tienen una falta de guía ya material para incentivar al retorno de clientes.

En referencia si la empresa tiene infraestructura visualmente atractiva de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 70% de las empresas siempre tiene una infraestructura visualmente atractiva, según tabla (23), y entiende que la imagen de la empresa debe impactar en los clientes.

En referencia si la empresa cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos, muestra que el 80% de las empresas siempre cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos, según tabla (24). Lo que nos refiere que los microempresarios innovan en base a calidad.

En cuanto si brinda un trato cordial y amable a sus clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, muestra que el 100% de microempresarios siempre brindan un trato cordial y amable a sus clientes y es algo que fideliza al cliente, según tabla (25). Esto no coincide con Catro y Sigüeñas (2015), quienes indican que se tiene poco conocimiento en cuanto a la satisfacción y la fidelización del cliente.

En referencia si la empresa evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado, muestra que el 70% siempre evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado, según tabla (26). Y es algo que muestra la iniciativa del microempresario para crear una cultura de calidad en el servicio.

En cuanto realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado, el 100% indica que siempre realizan acciones correctivas si tienen un rechazo del servicio ofrecido y esto demuestra la importancia que le toman al cliente, según tabla (27).

V.

Conclusiones

Referente a las características de los representantes de las mypes

- La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro lavandería de ropa están bajo dirección de gerentes en los rangos de edad de “41 a más”, son de género masculino, cuentan con grado de instrucción secundaria, son dueños, y tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo.

Referente a las características de las mypes

- La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen como giro el servicio, la mayoría indica que llevan funcionando en el rubro entre 4 a más años, tienen 3 trabajadores, cuyo parentesco son familiares y personas no familiares, tienen como objetivo principal el de maximizar ganancias.

Referente a la gestión de calidad

- La mayoría indica que siempre planifica los objetivos estratégicos del próximo año, y esto ayuda a que se reduzca la incertidumbre y minimiza riesgo, por otra parte, la mayoría indica que algunas veces planifican las políticas de servicio del próximo año, esto es una desventaja se puede ocasionar pérdidas de oportunidades y un inadecuado uso de los recursos que dificulten la optimización del servicio. También indican que algunas veces gestiona con organización las políticas de servicio, ello perjudica a las mypes creándose incumplimiento de metas.

La mayoría indica que siempre implementan estrategias de calidad en las áreas de trabajo, esto ayuda a que se trabaje de forma adecuada y se fomente una satisfacción en el trabajo. Las mypes siempre verifican si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados, con ello podemos observar el interés de las mypes por eliminar errores, reducir el tiempo que se pueden emplear en tareas y mejorar la eficiencia en el trabajo. La mayoría de las mypes siempre realiza evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería con ello buscan obtener información evaluando el desempeño para poder trazarse planes de mejora continua. Las mypes siempre comparan los resultados obtenidos con los planificados esto refleja que las mypes analizan los resultados obtenidos con el fin de mejorarlos. Las mypes siempre realizan cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos, esto refleja el interés de las mypes para alcanzar sus objetivos trazados.

Referente a la atención al cliente

- La totalidad de las mypes indica que siempre brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente, esto sirve para eliminar, corregir e identificar errores en el proceso. La mayoría siempre aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad ya que esto ayuda a mejorar el desempeño y aumenta la productividad. La mayoría indica que algunas veces la empresa realiza capacitaciones de atención al cliente lo que perjudica en el desarrollo de sus conocimientos y habilidades para un trabajo de excelencia. La mayoría siempre incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente ya que las mypes ponen en la mente de los trabajadores que a mayor rapidez y agilidad en la atención se generará mayor fidelidad en los clientes y a raíz de ello se obtendrá mayor rentabilidad. La mayoría siempre tiene infraestructura visualmente atractiva para poder distinguirse visualmente de la competencia, ser reconocida y recordada

por los clientes, y a su vez llamar su atención. La mayoría siempre cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos con ello se puede ver que la gran mayoría de las mypes innova su maquinaria y equipo para ofrecer un servicio de calidad. La totalidad de las mypes indica que siempre brinda un trato cordial y amable a sus clientes con ello se puede observar que las mypes tratan de fidelizar al cliente ya que el buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio. La mayoría siempre evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado demostrando la importancia de mantener satisfecho al cliente. La totalidad de las mypes siempre realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado esto nos da a entender que las mypes están comprometidas con la satisfacción del cliente y de generar un servicio de calidad.

VI. Recomendaciones

- Se recomienda que los empresarios realicen capacitaciones para que así adquieran nuevos conocimientos y estrategias respecto a la gestión de calidad y atención al cliente y puedan así emplearlo en su negocio dado que muchos no cuentan con estudios superiores, ya que el 60% solo tiene secundaria completa como grado de instrucción, lo cual perjudica al crecimiento del negocio.
- Se recomienda que planifiquen las políticas de servicio, se deben guiar en cumplir con la misión y los objetivos de la empresa en cuanto a política de servicio. Por ello si encuentran un error deben de reformular y plantear nuevas políticas hasta encontrar la que se adecue a la empresa y a sus trabajadores.
- Se recomienda que se gestione con organización las políticas de servicio, las empresas deben tener políticas que ordenen su actividad para evitar que la forma en la que cumpla sus objetivos esté ligada tanto a la satisfacción del cliente como brindar un servicio de calidad.
- Se recomienda a las mypes capacitar a sus trabajadores en la atención al cliente ya que favorecerá a los trabajadores para poder solucionar problemas y tomar decisiones en su centro laboral a su vez mejorará las habilidades de comunicación y aumentará el nivel de satisfacción del trabajador en las labores que realiza, y a su vez al cliente. Las capacitaciones son unas herramientas efectivas que sirven para mejorar el desempeño de los trabajadores y poder sistematizar un proceso al tener un empleado capacitado. La empresa se beneficia porque a través de ello logrará los objetivos trazados como son una atención de calidad, aumento de rentabilidad en la empresa, mayor lealtad de sus consumidores, clientes satisfechos, entre otros.

Referencias bibliográficas:

Abanto (2013). *Servicio de atención al cliente*. Recuperado el 15 de Junio de 2019, tomado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente

Aguilar (2012). *Gestión de calidad*. Recuperado el 15 de Junio de 2019, tomado

de:https://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad

Arias (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes del sector servicio-rubro lavanderías, de la avenida revolución, distrito de Villa el Salvador, 2018*.

Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11905/GESTI%c3%93N_BENEFICIOS_ARIAS_ASCENCIO_PAOLA_JENNIFER%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ascencio (2016). *Caracterización del Financiamiento y la Capacitación en Mypes del Sector Servicio - Rubro Lavandería, de la Urbanización Salamanca de Monterrico, Distrito de Ate Vitarte, Lima, 2013*. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1082/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_ASCENCIO_SAONA_RICARDO_RAMON.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Atencio (2018). *Mejora continua de los procesos en la empresa Lavandería Millenium de la ciudad de Latacunga*. Recuperado de:

<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2473/1/76735.pdf>

Barrenechea Valderrama M. (2017). *Gestión administrativa y calidad de servicio en la empresa lavandería Brajan - Distrito de San Juan de Lurigancho*. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6929/BARRENECHEA_VM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Bembibre, V. (Enero de 2009). *Definición de cliente*. Recuperado el 15 de Junio de 2019, de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>
- Bsi, (s.f.). Revisión *ISO 9001:2015*. Recuperado el 16 de Junio de 2019, tomado de: <https://www.bsigroup.com/es-PE/acerca-de-bsi/centro-de-comunicaciones/>
- Camisón, C. (2010). *La gestión de la calidad por procesos. Técnicas y herramientas de calidad*. recuperado de : <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/4/gestion-calidad-procesos-tecnicas-herramientas-calidad-27844-completo.pdf>
- Castro y Sigüeñas (2015). *Modelo de Gestión de Calidad para lograr la fidelización de los clientes de la empresa exportadora el Sol S.A.C en el Distrito de San José – Provincia de Pacasmayo en el año 2015*. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1433/1/Castro_Flor_Fidelizacion_Clientes_Calidad.pdf
- Cintas, P. G., & Llabres, J. T. M. (1995). *Técnicas para la gestión de la calidad*. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SXDKgrbY1HQC&oi=fnd&pg=PR7&dq=triangulo+de+juran&ots=W7b3knPhcR&sig=RLZGsdv5FuvUU4EwOnfaVSvp2Zo>
- Costa, M. M., & Lorente, A. M. (2008). *Sistemas de Gestión de calidad y resultados empresariales: una justificación desde las teorías institucionales y de recursos y capacidades*. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 11(34), 7-30
- Congreso de la República del Perú. (s.f.). *Ley 30056*. Recuperado de: http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF4
- Concepto. C. (2014). *Concepto de Gestión*. Recuperado el 25 de Junio del 2019, tomado de: <http://concepto.de/gestion/#ixzz44zGjbYkP>.

Díaz, M. (2014). *Atención básica al cliente: cuadernode ejercicios*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action>.

Durán, M. U. (1992). *Gestión de calidad*. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hoRIEGdLGxIC&oi=fnd&pg=PP11&dq=gestion+de+calidad+miguel&ots=qg5sWiYqWe&sig=K1_05OwxKQSIW0Ps4FccUlik0AQ

Fondonorma-ISO (9000:2005, 2006, p. 10.). *Gestión de la calidad*. Recuperado el 15 de Junio de 2019, tomado de: <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.pe/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-capitulo-ii.html>

Getlavado, (2017). *5 beneficios al usar un servicio der lavandería*. Recuperado de: <https://getlavado.com/5-beneficios-al-usar-servicio-lavanderia/>

Llyod's Register Group Limited. (s.f.). *ISO 9001*. Recuperado de: <http://www.lrq.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>

Marulanda & Tinjacá (2016). *Desarrollo de un sistema de gestión de calidad en la empresa Express & Clean Lavandería S.A.S*. Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9178/Documento%20Final%2026%20mayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Münch, G. (1998). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México, Editorial Trilla S.A.

Colorado, F. (2009). El ciclo PHVA de Deming y el proceso administrativo de Fayol. Recuperado:http://www.academia.edu/download/32320812/3_Articulo_El_Ciclo_PHVA_de_Deming_y_al_Proceso_Administrativo_de_Fayol.doc

Mella, D. R. P. S., & Rodríguez, M. M. M. *LOS SERVICIOS Y EL CLIENTE. DEFINICIONES Y CARACTERÍSTICAS*. Recuperado de:

<http://monografias.umcc.cu/monos/2009/INDECO/m09ind33.pdf>

MX, E. D. (05 de Junio de 2014). *Gestion de calidad*. Recuperado el 15 de Junio de 2019, de Definición MX.: <https://definicion.mx/gestion-de-calidad/>

Porras, (2017). *Análisis de factibilidad para la implementación de una lavandería a domicilio en la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/39042/1/TESIS%20DE%20LAVANDERIA%20-%20PORRAS%20SANCHEZ%20%20LADY%20ESTEFANIA..pdf>

Quinto Medina, C. (2016). *Características del financiamiento, y la capacitación de las mype del sector servicio-rubro lavandería de ropa del distrito de Juliaca, periodo 2015*. Recuperado: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/591/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_QUINTO_MEDINA_CARLOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Torres, V. C. P. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideas propias Editorial SL. Recuperado de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xXdBBinORegC&oi=fnd&pg=PT9&dq=atencion+al+cliente&ots=TrO_AOETI4&sig=KjXh5ny97srfewdGSBq1Iqzfhdm

Ucha, F. (Diciembre de 2012). *Ropa*. Recuperado el 17 de Junio de 2019, tomado de:

<https://www.definicionabc.com/general/ropa.php>

Anexos

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO QUE SE APLICARÁ A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO LAVANDERIA DE ROPA, URBANIZACIÓN MARISCAL CÁCERES, SAN JUAN DE LURIGANCHO.

Título de la tesis: La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018.

Instrucciones: a continuación, le presentamos 27 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

I. GENERALIDADES:

1.1. Referente a los representantes de las Mypes

1. Edad

- a) De 20-30 años
- b) De 31-40 años
- c) De 41 a más

2. Género

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Universitario

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña

- a) De 0-3 años
- b) De 4-6 años
- c) De 7 a más

1.2 Referente a las características de las Mypes

6. Giro de la empresa

- a) Comercio
- b) Producción
- c) Servicios
- d) otros

7. Años que lleva funcionando la empresa

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 a más

8. Número de trabajadores

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 a más

9. Objetivo principal de la empresa

- a) Maximizar ganancias
- b) Brindar empleo a la familia
- c) Otros

10. Las personas que trabajan en su empresa son

- a) Familiares
- b) Personas no familiares
- c) Familiares y personas no familiares

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

N°	Items	Alternativa				
V1: Gestión de Calidad						
D1: Planificar						
1	Planifica los objetivos estratégicos del próximo año	1	2	3	4	5
2	Planifica las políticas de servicio del próximo año	1	2	3	4	5
D2: Hacer						
3	La empresa gestiona con organización las políticas de servicio	1	2	3	4	5
4	La empresa implementa estrategias de calidad en las áreas de trabajo	1	2	3	4	5
D3: Verificar						
5	La empresa verifica si los procesos realizados son los óptimos para lograr los resultados planificados	1	2	3	4	5
6	Realiza evaluaciones de sus objetivos con respecto a la calidad de los procesos en la lavandería	1	2	3	4	5
D4: Actuar						
7	La empresa compara los resultados obtenidos con los planificados	1	2	3	4	5
8	Se realizan cambios en la planificación cuando los resultados no son óptimos	1	2	3	4	5
V2: Atención al cliente						
D1: Confiabilidad						
9	La empresa brinda a sus trabajadores la confianza para expresar dudas e inquietudes del proceso de atención al cliente	1	2	3	4	5
10	La empresa aplica el trabajo en equipo para dar un servicio de calidad	1	2	3	4	5
D2: Seguridad						
11	La empresa realiza capacitaciones de atención al cliente	1	2	3	4	5
12	La empresa incentiva en los trabajadores la rapidez en la atención al cliente	1	2	3	4	5
D3: Tangibles						
13	La empresa tiene una infraestructura visualmente atractiva	1	2	3	4	5
14	La empresa cuenta con maquinaria y equipos de lavandería modernos	1	2	3	4	5
D4: Atención						
15	Brinda un trato cordial y amable a sus clientes	1	2	3	4	5
D4: Respuesta						
16	La empresa evalúa la conformidad del cliente del servicio realizado	1	2	3	4	5
17	Realiza acciones correctivas si hay un rechazo del servicio realizado	1	2	3	4	5

Anexo 2. Directorio de las Mypes

N°	Nombre Comercial	Tipo	Tamaño	Ubicación
1	Lavandería Aqua Express	S.A.C	Micro empresa	MZ “M” 16 LOTE 1 AV. EL MURO URB. MARISCAL CACERES - SJL
2	Lavandería Limpios	S.A.C	Micro empresa	MZ “M” 9 LOTE 3 AV. EL MURO URB. MARISCAL CACERES - SJL
3	Lavandería Cielo Azul	S.A.C	Micro empresa	AVENIDA EL MURO, AV DEL MURO OESTE, S.J.L
4	Lavandería Clean & Pressto	E.I.R	Micro empresa	AV EL MURO SJL 15423
5	Lavandería	S.AC	Micro empresa	AV EL MURO 300-305 MZ K1 LOTE 5
6	Lavandería D Elite	S.AC	Micro empresa	AV. EL MURO 210
7	Lavandería Master Clean	S.AC	Micro empresa	SAN JUAN DE LURIGANCHHO AV EL MURO MZ Q LOTE 12
8	Lavandería Marfran	S.A.C	Micro empresa	AV EL MURO MZ “A” LOTE 14
9	Lavandería Mamá Burbuja	S.AC	Micro empresa	MZ “D” LOTE 17 AV EL MURO SJL
10	Lavandería	E.I.R.L	Micro empresa	SJL AV EL MURO 4021 MZ O LOTE 25 MARISCAL CACERES

