

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
DE LAS MYPES DE VENTA DE PRENDAS DE VESTIR
POR CATALOGO, SECTOR COMERCIO, RUBRO
VENTAS, EN EL CENTRO POBLADO DE ANDRES
ARAUJO MORÁN, 2018”**

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

AUTORA

LOJAS RODRIGUEZ, MILAGROS DEL CARMEN

ORCID: 0000-0001-9452-3950

ASESOR

EZCURRA ZA VALETA, GHENKIS AMILCAR

ORCID: 0000-0002-9894-2180

TUMBES – PERU

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Lojas Rodríguez, Milagros del Carmen

ORCID: 0000-0001-9452-3950

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

ASESOR

Ezcurra Zavaleta, Ghenkis Amilcar

ORCID: 0000-0002-9894-2180

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

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

Aguilar Chuquizuta, Darwin E.

ORCID: 0000-0001-6721-620



GALVANI GUERRERO GARCÍA

PRESIDENTE



DARWIN ELBERT. AGUILAR CHUQUIZUTA

PRIMER MIEMBRO



DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA

SEGUNDO MIEBRO



GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZAVALA

ASESOR

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Agradecimiento

Agradezco a Dios por la vida que me ha dado, a mis padres por haberme encaminado, a mi esposo por su apoyo constante para seguir en este camino y a mis hijos que son mi más grande orgullo y motivación que me impulsan cada día a superarme; no es fácil eso lo sé, pero tal vez si no los tuviera no habría logrado grandes cosas.

Dedicatoria

Este logro se lo dedico a mi familia, también a los que no están físicamente pero siempre y cada día están en el corazón y los recuerdos.

Pero principalmente le dedico esto a las personas que me han cambiado la vida, a mi esposo por su apoyo constante, con quien compartimos los intereses y metas trazadas; y a mis adorados hijos por su paciencia y tolerancia. Los amo

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “CARACTERIZACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LAS MYPESDE VENTADE PRENDAS DE VESTIR POR CATALOGO, SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTAS, EN EL CENTRO POBLADO DE ANDRES ARAUJO MORÁN, 2018,” se formuló el siguiente problema; ¿De qué manerese caracteriza la calidad del servicio de las Mypes, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, año 2018?, como resultado del enunciado del problema se planteó el siguiente objetivo general “Determinar la caracterización de la calidad del serviciode las Mypes, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, 2018”.

La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, tuvo un diseño no experimental, de corte transversal, cuya población fueron los clientes de las 2 empresas y la muestra fue conformada por los 68 clientes. Se concluyo que de la variable calidad del servicio, se ha obtenido una calificación de 0.82, lo que significa que es buena, ya que puede hacer la diferencia en tu negocio y ser la razón por la cual un cliente se incline hacia nuestro lado y no a los competidores.

Palabra claves:

Calidad del Servicio.

ABSTRACT

This research work entitled "CHARACTERIZATION OF THE QUALITY OF SERVICE OF THE SALES MYPES BY CATALOG, COMMERCE SECTOR, RUBRO SALES, IN THE CENTER POBLADO DE ANDRES ARAUJO MORÁN, 2018," the following problem was formulated; In what way is the quality of the service of the Mypes, sales item, characterized in the populated center of Andrés Araujo Morán, year 2018? As a result of the problem statement, the following general objective was established "Determine the characterization of the quality of the Mypes service, sales item, in the populated center of Andrés Araujo Morán, 2018". The methodology was quantitative, descriptive level, had a non-experimental, cross-sectional design, whose population was the customers of the 2 companies and the sample was made up of 68 customers. It was concluded that from the variable quality of service, a rating of 0.82 has been obtained, which means that it is good, since it can make a difference in your business and be the reason why a customer leans towards our side and not to the competitors.

Keywords:

Service Quality.

INDICE

TÍTULO DE LA TESIS	I
EQUIPO DE TRABAJO.....	II
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
CONTENIDO	VIII
INDICE DE TABLAS.....	IX
INDICE DE GRAFICOS	IX
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	2
III. HIPOTESIS.....	16
IV. METODOLOGIA.....	16
4.1 Diseño de la investigación.....	16
4.2 Población y muestra.....	17
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	188
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	199
4.5 Plan de análisis	199
4.6 Matriz de consistencia.....	20
4.7 Principios éticos.....	221
V. RESULTADOS.....	222
5.1 Resultados	222
5.2 Análisis de Resultados	31
VI. CONCLUSIONES.....	32
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	33
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	34
ANEXOS.....	37

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “CARACTERIZACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LAS MYPES, SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTAS, EN EL CENTRO POBLADO DE ANDRES ARAUJO MORAN, 2018”, se formuló el siguiente problema; ¿De qué manera se caracteriza la calidad del servicio de las Mypes, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, año 2018?, como resultado del enunciado del problema se planteó el siguiente objetivo general “Determinar la caracterización de la calidad del servicio de las Mypes, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, 2018”. Como objetivos específicos se establecieron lo siguiente: Determinar la calidad del servicio; el nivel de capacidad de respuesta, el nivel de los elementos tangibles; el nivel de empatía; el nivel de la fiabilidad; el nivel de seguridad; de las Mypes del rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, 2018. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, tuvo un diseño no experimental, de corte transversal, cuya población fueron los clientes de las 2 empresas y la muestra fue conformada por los 68 clientes.

Se justifica porque la población tendría más opciones para la adquisición de este tipo de servicio y utiliza mecanismos que permitan conocer y mejorar este tipo de actividad en el centro poblado Andrés Araujo Morán, desde los aspectos de la Calidad del Servicio.

Tiene una justificación metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso servicio de ventas. (Batista 2006).

Desde los factores metodológicos de la investigación, ésta es descriptiva; de nivel: Cuantitativo; con diseño: no experimental y de corte transversal, dado que las

características se recogerán sin variación alguna y se obtendrán en un solo momento, las variables de la investigación o palabras clave son: Calidad del Servicio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Villalba (2016) la presente investigación denominada “Análisis de Calidad del Servicio y Atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora” – Pontificia Universidad Católica del Ecuador, planteo como objetivo general analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La investigación de tipo descriptiva. Utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta, la entrevista e investigaciones bibliográficas, siendo ésta dirigida a una muestra de clientes internos y externos, concluyó que mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado.

Calahorrano (2014) la presente investigación denominada “La Influencia del clima laboral sobre la calidad de servicio que se brinda al cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” – Universidad Central del Ecuador, planteó como

objetivo general diagnosticar el clima laboral y su influencia en la calidad de servicio que se brinda al cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”. La investigación de tipo descriptiva y correlacional, con un enfoque mixto. Utilizó como instrumentos de recolección de datos el cuestionario, observación, entrevista y como técnica la encuesta siendo ésta dirigida a una muestra de todos los empleados que comprende la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”, Concluyó:

Que de acuerdo a la investigación realizada y en relación a los resultados obtenidos, se establece que, al existir un adecuado clima laboral, se ve reflejado directamente en la calidad de servicio que se brinda tanto al cliente interno como externo.

Vega (2017) la presente investigación denominada “La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares – CCICEV” – Universidad Central del Ecuador, planteó como objetivo general determinar la relación del servicio y atención al cliente en la satisfacción al usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares CCICEV. La investigación de tipo diagnóstica - descriptiva, con un enfoque cuantitativo. Utilizó como instrumentos de recolección de datos la ficha de observación y el cuestionario y como técnica la encuesta siendo ésta dirigida a cada uno de los servidores y el equipo de trabajo, Concluyó que:

El tipo de servicio y atención que prestan los servidores investigados a sus clientes más frecuentes, es de calidad, debido a los resultados obtenidos a través del instrumento aplicado donde los clientes responden que tanto el servicio y atención son muy buenos de la mayoría de los técnicos que les atendieron. Dichos resultados no sólo demuestran el tipo de servicio y atención recibido, sino también identifican aquellos técnicos de cada Unidad que resultan ser un cuello de botella.

ANTECEDENTES NACIONALES

Olortegui (2016) en su investigación “LA CALIDAD DE SERVICIOS Y VENTAS EN EL ÁREA DE ATENCION AL CLIENTE EN LA VETERINARIA PET’S FAMILY EIRL CHICLAYO 2016” – Universidad Señor de Sipán – Chiclayo, planteo como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicios y ventas de la Veterinaria Pet’s Family EIRL – Chiclayo, la investigación de tipo descriptivo. Utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario y como técnica la encuesta siendo ésta dirigida a una muestra de los clientes de la Veterinaria Pet’s Family EIRL de Chiclayo, concluyó que de acuerdo al coeficiente de correlación de Pearson, existe una relación altamente significativa entre la calidad de servicio y las ventas de la veterinaria Pet’s Family, debido a que los resultados estadísticos indican un coeficiente de .098. La calidad de servicio que ofrece la Veterinaria Pet’s Family EIRL se diagnostica que es alta, debido a que un 75% de los clientes indica estar totalmente de acuerdo en que la Veterinaria Pet’s Family ofrece servicios de calidad.

Martínez (2016) la presente investigación denominada “Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente en Restaurantes de Comida Marina, Chimbote 2016”, planteo como objetivo general Determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016., la investigación de tipo no experimental. Utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario y como técnica la encuesta siendo ésta dirigida a una muestra de 127 clientes de restaurantes de comida marina. Concluyó que los clientes de los restaurantes de comida marina (cevicherías) ubicados en el casco urbano y alrededores de Chimbote son en su mayoría del sexo masculino, con un grado de instrucción diversa; que residen en el casco urbano de Chimbote en su mayor proporción, y tienen alta percepción de la calidad del servicio.

ANTECEDENTES LOCALES

Arenas (2016) la presente investigación denominada “Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa La Arena, 2016”, planteo como objetivo general conocer las características de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P. La Atena-Piura 2016, la investigación de tipo descriptiva. Utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario y como técnica la

encuesta siendo ésta dirigida a una muestra de los clientes de 03 MYPE, concluyó que:

Con respecto a los beneficios de la satisfacción del cliente de las MYPE, los clientes no se encuentran satisfechos dado que no existe buena atención con el servicio que las MYPE les brindan, puesto que estas le ofrecen una buena sazón y un buen precio, pero no hay una buena atención por parte de los trabajadores, el tiempo de espera es muy largo, el ambiente no es agradable, así mismo la limpieza del local no es adecuada y les falta innovación. Es importante que las pollerías capaciten a su personal para brindar un trato adecuado y amable a sus clientes, se preocupe por mejorar el ambiente y sea agradable brindando un servicio de calidad para de esta manera poder obtener beneficios como: la satisfacción del cliente, la recomendación por parte de ellos y su preferencia. Los elementos de la satisfacción del cliente de las MYPE son el rendimiento percibido, expectativas, niveles de satisfacción, se puede percibir que el nivel de satisfacción de los clientes es bajo, puesto que las pollerías no superan sus expectativas en cuanto al servicio y buena atención. Es de vital importancia monitorear regularmente las expectativas de los clientes para determinar, si está dentro de lo que la empresa puede proporcionarle, si está a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.

Mondragón y Silva (2016) la presente investigación denominada “Calidad del servicio, como estrategia de marketing en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes - 2016.”, plantearon como objetivo general establecer una propuesta de gestión para mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes- 2016, la investigación de tipo descriptiva, Utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta y la escala de Likert y como técnica el cuestionario siendo ésta dirigida a una muestra de 80 comensales del restaurant campestre “El Huerto del Sabor”. Concluyó

Que la propuesta de Gestión tiene influencia en la calidad del servicio en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes, debido a que plantea soluciones para las deficiencias presentadas, como lo manifiestan los encuestados un porcentaje considerable prefiere una carta por mesa en la que se les facilite los pedidos con los precios; y los mozos con el uniforme de los trabajadores ya que si carecen de este, es difícil identificarlos; el tiempo de espera lo mejoraría ya que va desde 15 minutos a 20 minutos, es un factor importante de calidad, con nuestra propuesta esperamos sea reducido a un máximo de 10 minutos, como parte de mejora de la calidad del servicio, así mismo una parte manifiesta que la publicidad debe de ser más constante y en diferentes medios para enterarse de la variedad platos y eventos así como de algún souvenir que les

recuerde su estancia en el restaurante, como parte de un excelente servicio de calidad.

Montalban (2016) la presente investigación denominada “Caracterización de la Capacitación y Calidad del Servicio en las MYPES rubro Transporte de Pasajeros Ciudad de Tumbes, 2016”, planteo como objetivo general Determinar las principales características de la capacitación y la calidad del servicio en las MYPES: rubro transporte de pasajeros en la ciudad de Tumbes, 2016, la investigación de tipo descriptivo. Utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario y como técnica la encuesta, siendo ésta dirigida a una muestra de 68 trabajadores. Concluyó que la percepción de los usuarios respecto a la capacitación y calidad del servicio.

Noel y Serna (2015) la presente investigación denominada “Gestión del talento Humano y la Calidad del Servicio en Hoteles Tres Estrellas del Distrito de Zorritos - 2015”, plantearon como objetivo general Determinar cómo es la gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos 2015, la investigación de tipo descriptiva, diseño no experimental. Utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta y como técnicas el cuestionario, observación directa, análisis de contenidos, siendo ésta dirigida a una muestra de 165 visitantes (turistas), 25 colaboradores y 2 gerentes. Concluyeron que la gestión del talento humano es eficiente,

por lo que a través de ello se lograra una excelente calidad en el servicio brindado superando expectativas y fidelizando a los clientes.

2.2. BASES TEORICAS DE LA INVESTIGACIÓN

A. CALIDAD DEL SERVICIO

Calidad es un concepto utilizado con mucha frecuencia en la actualidad, pero a su vez, su significado es percibido de distintas maneras (Vásquez, 2007).

DEFINICIONES DE CALIDAD

Para Álvarez (2006) la calidad representa un “proceso de mejora continua para la empresa, en el cual todas las áreas de la misma buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas; participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios” (p.49).

La calidad se define como adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas (Juran y Gryna, 1993).

Ishikawa (1986) define a la calidad como "desarrollar, diseñar,

manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor” (p.13).

Jurán y Gryna (1993) exponen a la calidad como “es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente” (p.5).

La Norma ISO 9000 (2000) define a la calidad como “el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (p.20).

CALIDAD EN EL SERVICIO

Albrecht (1994) define “el tiempo ha cambiado y no vivimos más en una economía de manufactura. Ahora vivimos en una nueva economía, la Economía de Servicios, donde las relaciones están llegando a ser más importantes que los productos físicos” (p.57).

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) consideran que la “calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido” (p.34).

Ruiz (2001) la describe como una “forma de actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción” (p.27).

PRINCIPIOS DE LA CALIDAD

El blog Innovación Calidad y Atención al Cliente (2015), nos dice que la calidad se establece por 13 principios:

1. Hacer bien las cosas desde la primera vez.
2. Satisfacer las necesidades del cliente (tanto externo como interno ampliamente)
3. Buscar soluciones y no estar justificando errores.
4. Ser optimista a ultranza.
5. Tener buen trato con los demás.
6. Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
7. Ser puntual.
8. Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
9. Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
10. Ser humilde para aprender y enseñar a otros.
11. Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
12. Ser responsable y generar confianza en los demás.
13. Simplificar lo complicado, desburocratizando procesos.

TIPOS DE CALIDAD

Cantú (2001); manifiesta trabajar en calidad significa “diseñar, producir y servir un producto o servicio que sea útil lo más económico posible y siempre satisfactorio para el usuario” (p.65).

La calidad abarca todas las cualidades con las que cuenta un producto, un producto o servicio es de calidad cuando sus características tangibles e intangibles, satisfacen las necesidades de los usuarios (Cantú, 2001). A continuación se detallan las características:

- **Calidad al Consumidor:**

“Es el precio y la economía, de uso, durabilidad, seguridad, facilidad y adecuación de uso, que sea simple de manufacturar y de mantener en condiciones operativas, que sea fácil de desechar (ecológico)” (p.67).

- **Calidad de Conformancia:**

“Es el conjunto de características dadas a un producto durante su proceso de elaboración, las cuales deben ajustarse a lo especificado en su diseño” (p.69).

- **Calidad de Disponibilidad:**

“La probabilidad de un producto esté disponible para su uso cuando el usuario lo requiera, se dice que un producto es efectivo para el usuario cuando, además de realizar las funciones para lo que fue diseñado” (p.72).

- **Métodos de Evaluación de la Calidad**

La medición de la calidad se revela como una necesidad asociada al propio concepto de gestión, ya que todo aquello que no se expresa en cifras no es susceptible de gestionarse, y por tanto, de ser mejorado (Ruiz, 2001).

Existen numerosos métodos de evaluación y cada uno

presenta sus ventajas y desventajas no existiendo un método ideal o universal aplicable a todas las personas, todos los puestos, todas las empresas y todas las situaciones. La elección de uno u otro dependerá de numerosos aspectos, como las características que se desean medir, la cultura empresarial existente y los objetivos que se pretenden conseguir (Reyner, 2003).

Diferentes modelos han sido definidos como instrumento de medida de la calidad de servicio siendo el SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) y el SERVPERF (Cronin y Taylor, 1992) los pioneros que mayor número de trabajos ha aportado a la literatura sobre el tema.

SERVQUAL

El objetivo de este modelo es mejorar la calidad de servicio que ofrece una organización. Por medio de un cuestionario de evaluación de calidad de servicio, con una escala de respuestas múltiples diseñada para comprender las expectativas de los clientes, basándose en cinco valores: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Así, como permite evaluar la calidad también permite mejorar, lo cual genera una ventaja competitiva para la organización (Aiteco, 2013).

El método SERVQUAL, radica en realizar una encuesta dirigida hacia una muestra de clientes, y comprobar si

sus necesidades son comprendidas por la organización. Esto permite evaluar las opiniones del servicio recibido. Los resultados de estas encuestas reflejan: la importancia de cada condición, la aproximación de las expectativas de desempeño relacionadas con la excelencia y a su vez, proporciona una medición de la brecha existente entre el desempeño real y el deseado. Permitiendo a la organización utilizar sus recursos para el mejoramiento de la calidad de servicio (Fedoroff, 2014).

Este método es de fácil interpretación y uso, por lo cual es frecuentemente utilizado para medir la calidad del servicio de organismos hoteleros. Permite obtener información útil sobre la percepción de calidad del cliente e identificar los sectores críticos y de esta manera mejorarlos (Guzman & Cárcamo, 2014). Es por esto que se ha escogido este método de investigación.

Valerie Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard Berry (2013) nos indican que podemos visualizar un servicio de calidad a través de 5 dimensiones.

- **Elementos tangibles:** apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales de comunicación
- **Fiabilidad:** es la habilidad de realizar el servicio en el tiempo prometido, bien y a la primera

- **Capacidad de respuesta:** la disposición de ayudar a los clientes de una manera rápida
- **Seguridad:** los conocimientos técnicos necesarios para asistir al cliente y ganar su confianza y credibilidad (incluye la transparencia en las transacciones financieras con el cliente)
- **Empatía:** atención individualizada que vela por los intereses de los clientes

B. MYPE

Los negocios pequeños en el Perú llamados MYPES cumplen un rol importante en la economía del país, porque generan puestos de trabajo, aportan un significativo porcentaje al Producto Bruto Interno (PBI), dinamiza la economía al lograr mayor inversión financiera, mantiene activo el mercado financiero logrando que las cajas municipales de ahorro y crédito; y bancos coloquen sus créditos en los pequeños negocios. El gobierno debe promover un sistema tributario con incentivos para disminuir la informalidad existente en la actualidad, lo que permitirá el crecimiento de este tipo de negocio y el estado tenga una mayor recaudación de impuestos.

El estado peruano tiene como objetivo promocionar el desarrollo de la Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), para lo cual dicta normas especiales en beneficio de este sector, dentro de las cuales se encuentran beneficios laborales, tributarios que a su vez

repercutirán en la generación de oportunidades laborales a la población.

Existen múltiples pequeños negocios que han surgido en el país por medio de las medidas económicas impulsadas por el gobierno, su creación se ha dado a través de emprendedores que iniciaron sus negocios como ambulantes y hoy en día son grandes microempresarios, los esfuerzos del gobierno deben ser dirigidos principalmente a la formalización de estos negocios, que son un gran potencial para la economía del país.

III. Hipótesis

Según el Autor Hernández Fernández y Batista, (2003) “una investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (p.119). Por lo tanto, **no lleva hipótesis.**

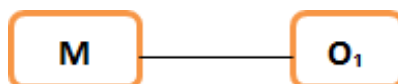
IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, de corte transversal. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables de calidad del servicio. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p.152).

Se recolectarán datos en un tiempo único.

La representación del diseño de la investigación es la siguiente:



Dónde:

M = Representa la muestra de estudio.

O = Variables: Calidad del Servicio.

4.2 Población y muestra

Población

La población está constituida, por los clientes de las 2 empresas cuya cantidad es desconocida:

Cuadro 1 Población de investigación

POBLACIÓN DE LAS EMPRESAS	
Nº ORDEN	NOMBRE DE LOS CATALOGOS
1	ZONIA
2	VEROKA

FUENTE: Elaboración propia.

MUESTRA:

Por ser una población infinita, se aplica la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Nivel de confianza 90%:

$$Z = 1.65\%$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2}$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

Donde la muestra estará conforma por 68 clientes.

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Cuadro Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad del Servicio	Para Álvarez (2006) la calidad representa un “proceso de mejora continua para la empresa, en el cual todas las áreas de la misma buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas; participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios” (p.49).	Es una variable cuantitativa. Se mide de manera indirecta a través de la escala multidimensional SERVQUAL; instrumento adaptado y validado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988; que contiene 22 indicadores.	- Capacidad de Respuesta	- Empleados con valores	¿La consultora lo atendió con rapidez? ¿La consultora muestra habilidad en su trabajo?	Nominal
			- Elementos tangibles	- Material utilizado	¿La consultora utiliza catálogos para ofrecer el producto?	Nominal
			- Empatía	- Servicios inmediatos	¿La consultora se preocupa por sus clientes?	Nominal
				- Disposición de apoyo	¿La consultora prefirió atender las llamadas telefónicas antes que a usted?	Nominal
			- Fiabilidad	- Transmitir confianza	¿La consultora cumplió con lo ofrecido en la atención?	Nominal
			- Seguridad	- Respeto al cliente	¿La consultora es amable en su atención?	Nominal
					¿La consultora ha sido capacitada para brindar atención?	Nominal

4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para desarrollar la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, mediante la cual se recolectó datos haciendo uso del instrumento cuestionario diseñado con anticipación, el mismo que no modificará ni controlará el proceso en observación y que será aplicado a los clientes de las MYPES en estudio, es decir, a una muestra no probabilística y por conveniencia. Los datos se obtienen a partir de la realización de una serie de preguntas con el fin de conocer opiniones, características o hechos específicos.

4.2 Plan de análisis

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables Calidad del Servicio, como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (método de juicio por expertos) por especialistas.

4.3 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 2 Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INFORMACION
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera se caracteriza la calidad del servicio de las Mypes de ventas de prendas de vestir por catálogo, sector comercio, rubro ventas, del Centro Poblado Andrés Araujo, año 2018?</p>	<p>Objetivos General</p> <p>Describir las principales caracterizaciones de la calidad del servicio de las Mypes de ventas de prendas de vestir por catálogo, sector comercio, rubro ventas, del Centro Poblado Andrés Araujo, año 2018.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar la calidad del servicio</p> <p>Determinar el nivel de capacidad de respuesta de las MYPES, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, año 2018.</p> <p>Establecer el nivel de los elementos tangibles de las MYPES, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, año 2018.</p> <p>Identificar el nivel de empatía de las MYPES, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, año 2018.</p> <p>Comprobar el nivel de la fiabilidad de las MYPES, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, año 2018.</p> <p>Identificar el nivel de seguridad de las MYPES, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, 2018.</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>H₁: Según el Autor Hernández Fernández y Batista, (2003) “una investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (p.119). Por lo tanto, no lleva hipótesis.</p>	<p>CALIDAD DEL SERVICIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Respuesta - Elementos Tangibles - Empatía - Fiabilidad - Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> - Empleados con valores - Material utilizado. - Servicios inmediatos. - Disposición de apoyo. - Transmitir confianza. - Amabilidad en la atención. - Respeto al cliente. 	<p>1. Tipo Cuantitativo</p> <p>2. Método Descriptivo</p> <p>3. Diseño No experimental transversal, se recolectarán datos en un tiempo único.</p> <p>4.</p> <p>Población Está conformada por todos los clientes de las 2 empresas en estudio, se considera una población infinita o desconocida.</p> <p>5. Muestra Por ser una población infinita, se aplica la siguiente formula:</p> $n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$ <p>Donde la muestra esta conformada por 68 clientes.</p> <p>6. Técnicas Encuestas de forma directa</p> <p>7. Instrumento Cuestionario</p>

4.4 Principios éticos

Entendiendo los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, existen, sin embargo, números principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto y Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- **Accesibilidad:** Acercamiento o trato a las personas entrevistadas
- **Búsqueda de la verdad:** Forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- **Coherencia:** Relación de una cosa con otra.
- **Perseverancia:** Firmeza en la consecuencia de los propósitos.

V. Resultados

5.1 Resultados

Variable : Calidad del Servicio

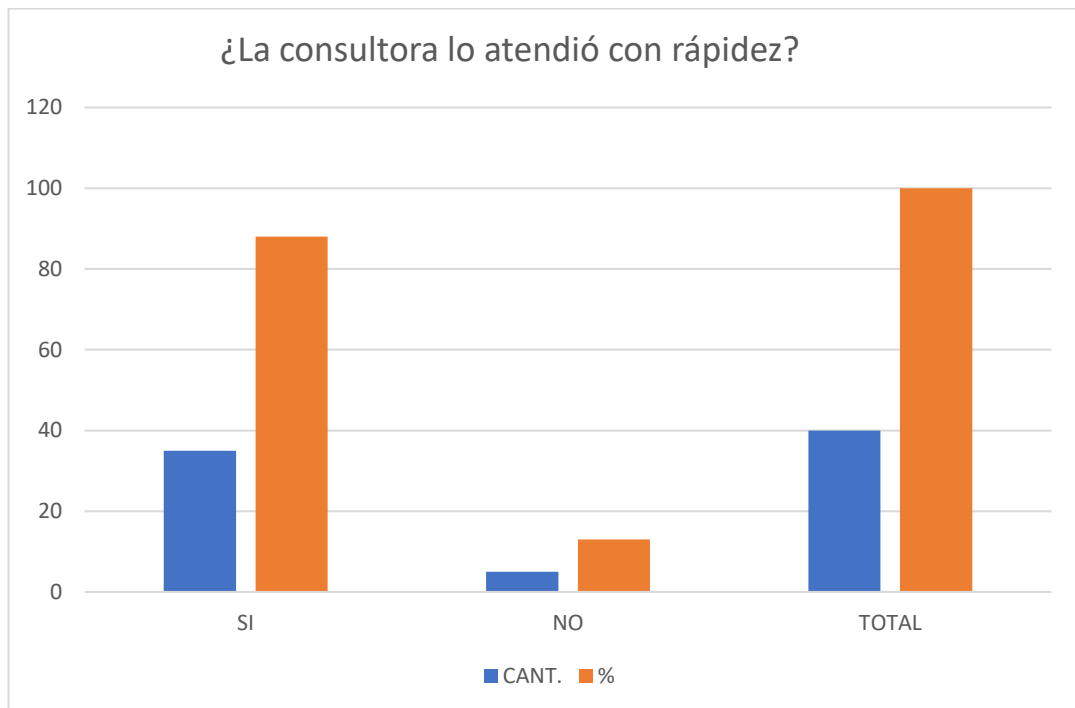
Título : ¿La consultora lo atendió con rapidez?

Tabla N° 01

	CANT.	%
SI	53	88
NO	15	12
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 01



Fuente: Elaboración propia

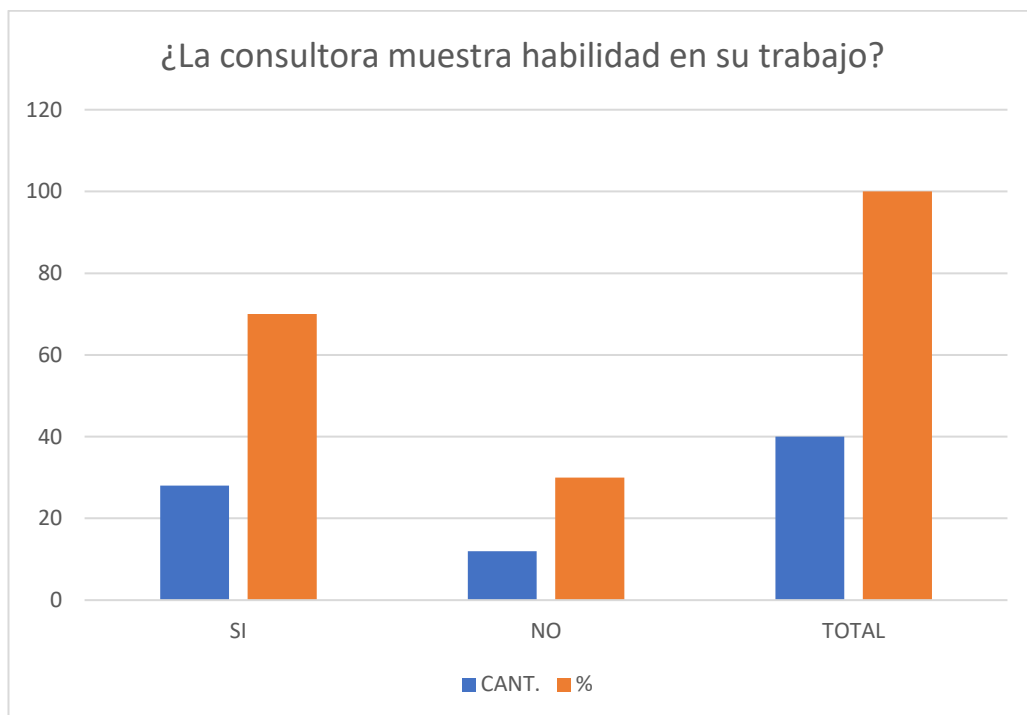
Título : ¿La consultora muestra habilidad en su trabajo?

Tabla N° 02

	CANT.	%
SI	48	70
NO	20	30
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 02



Fuente: Elaboración propia

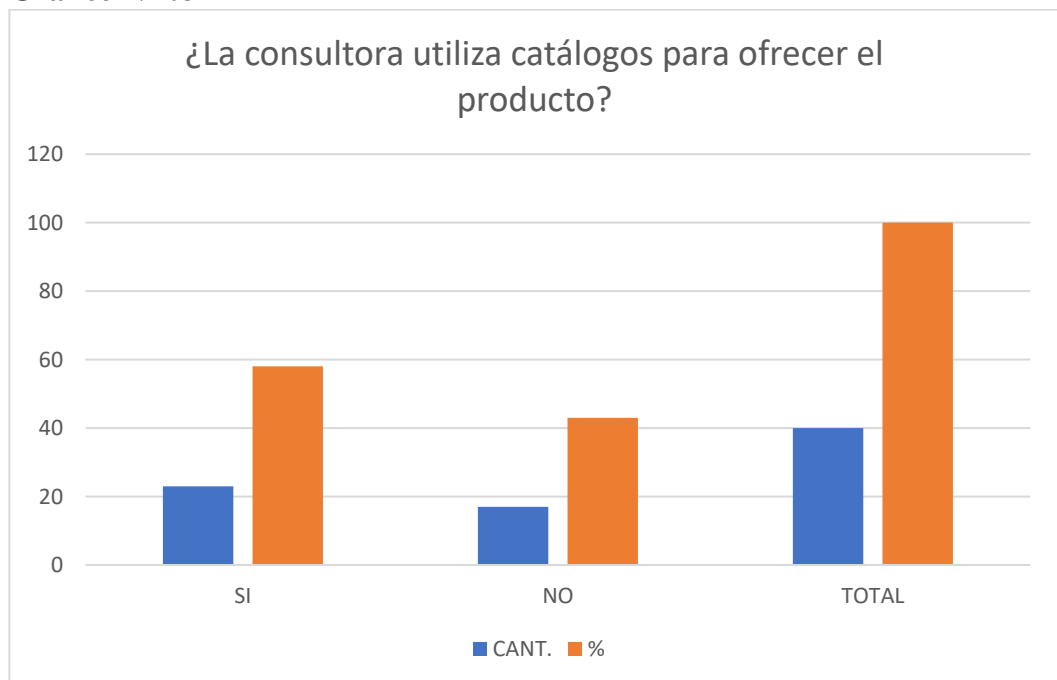
Título : ¿La consultora utiliza catálogos para ofrecer el producto?

Tabla N° 03

	CANT.	%
SI	41	58
NO	27	43
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 03



Fuente: Elaboración propia

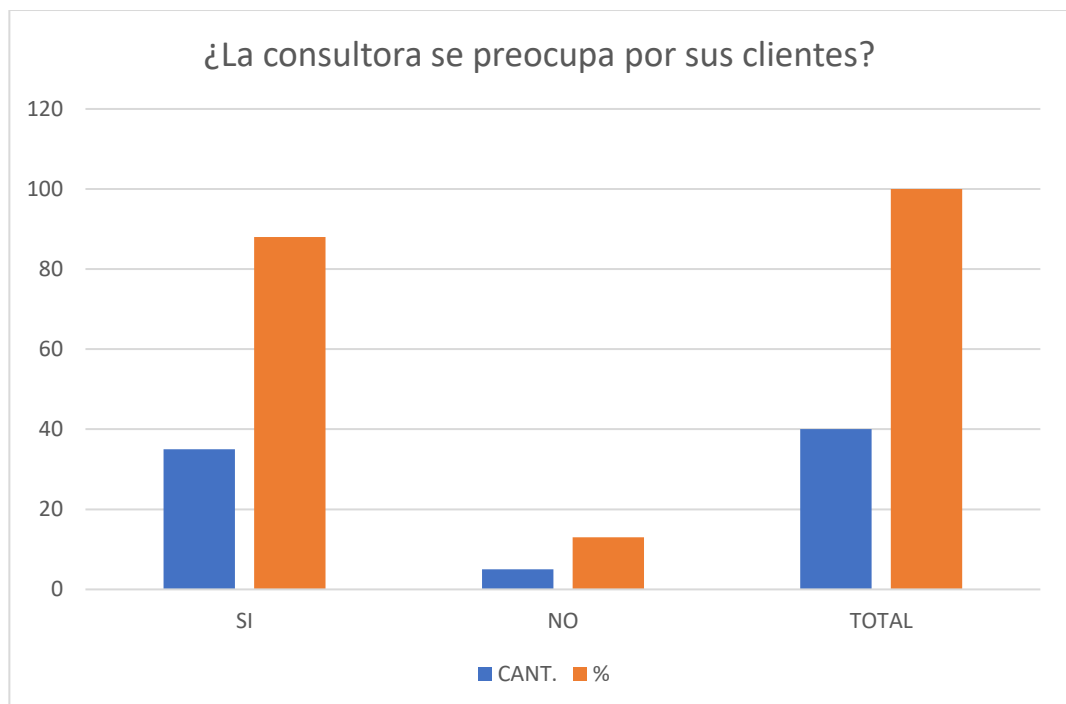
Título : ¿La consultora se preocupa por sus clientes?

Tabla N° 04

	CANT.	%
SI	50	88
NO	18	13
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 04



Fuente: Elaboración propia

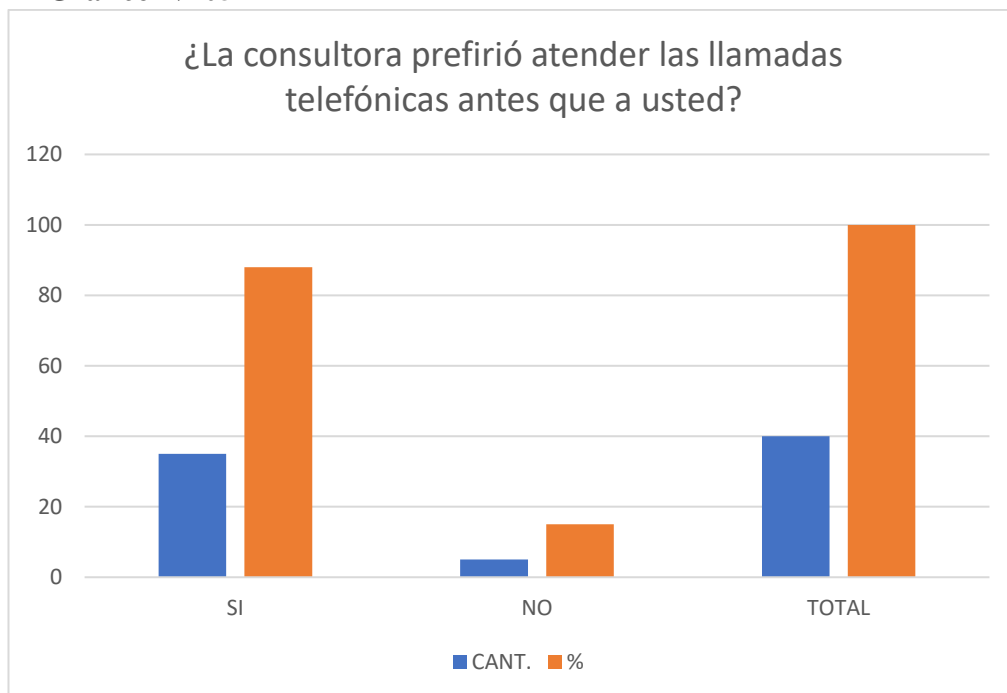
Título : ¿La consultora prefirió atender las llamadas telefónicas antes que a usted?

Tabla N° 05

	CANT.	%
SI	55	88
NO	13	15
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 05



Fuente: Elaboración propia

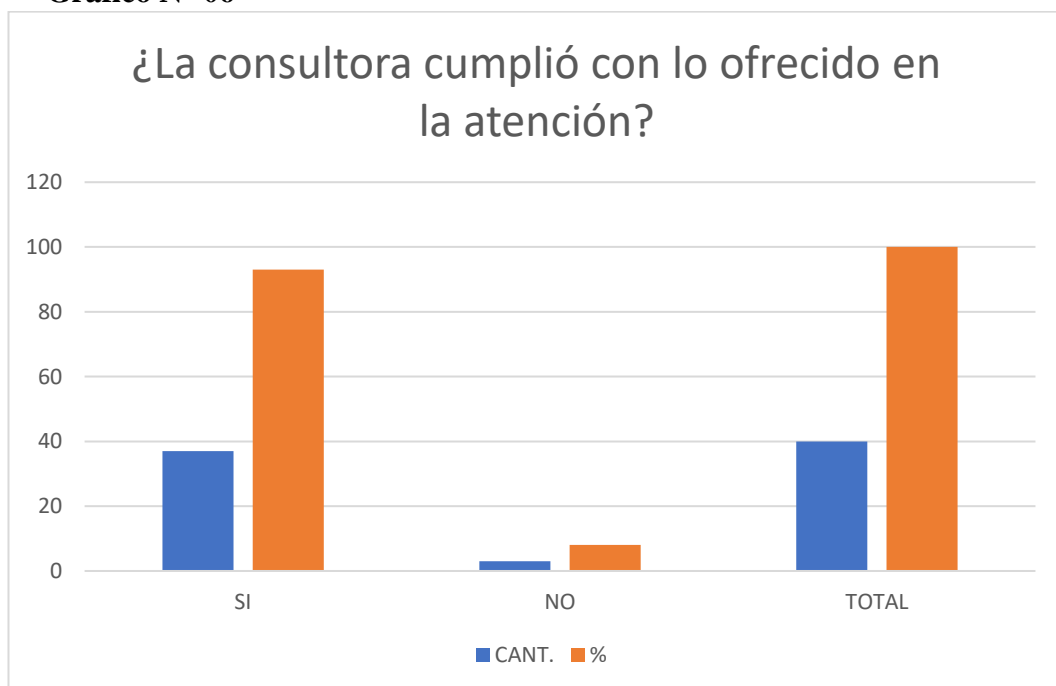
Título : ¿La consultora cumplió con lo ofrecido en la atención?

Tabla N° 06

	CANT.	%
SI	62	93
NO	06	8
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 06



Fuente: Elaboración propia

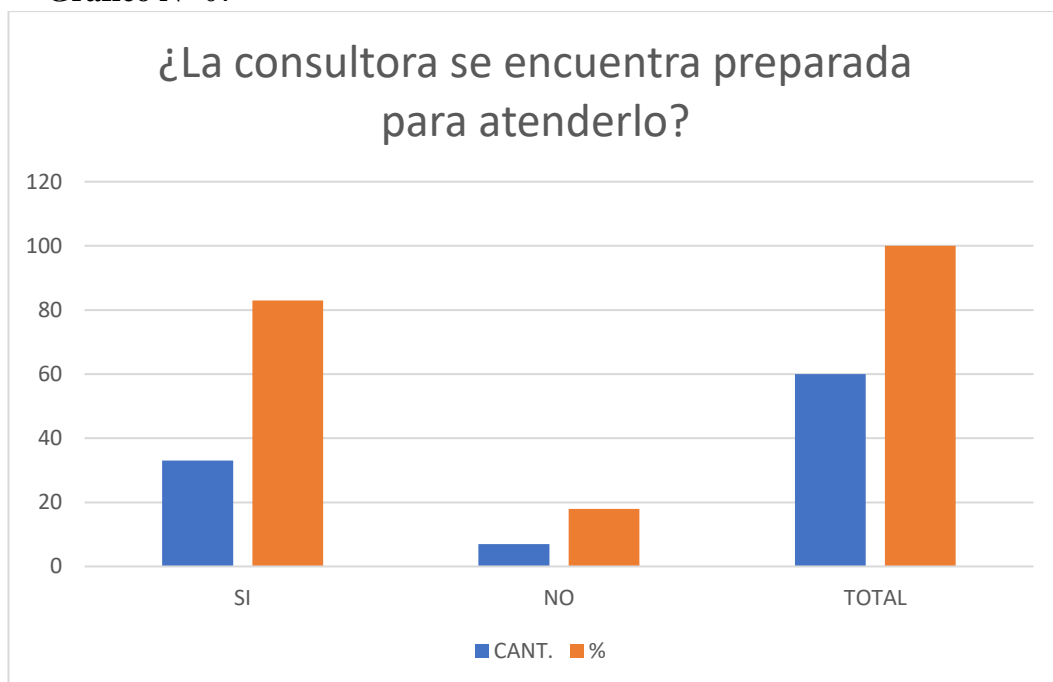
Título : ¿La consultora se encuentra preparada para atenderlo?

Tabla N° 07

	CANT.	%
SI	58	83
NO	10	18
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 07



Fuente: Elaboración propia

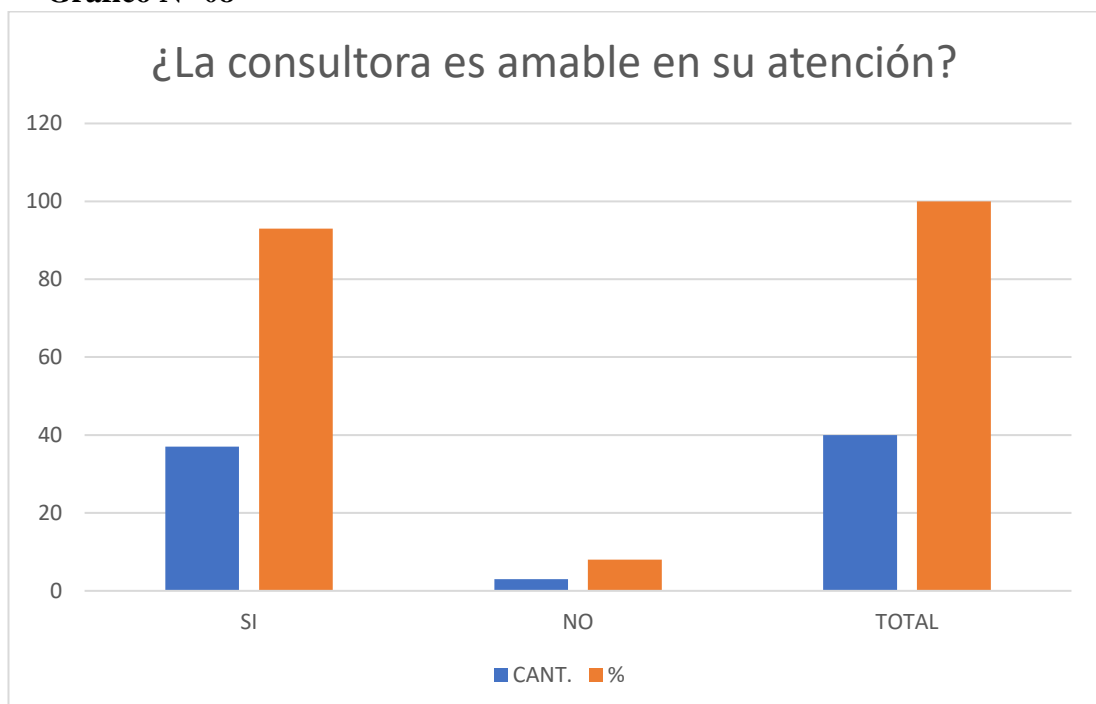
Título : ¿La consultora es amable en su atención?

Tabla N° 08

	CANT.	%
SI	62	93
NO	06	8
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 08



Fuente: Elaboración propia

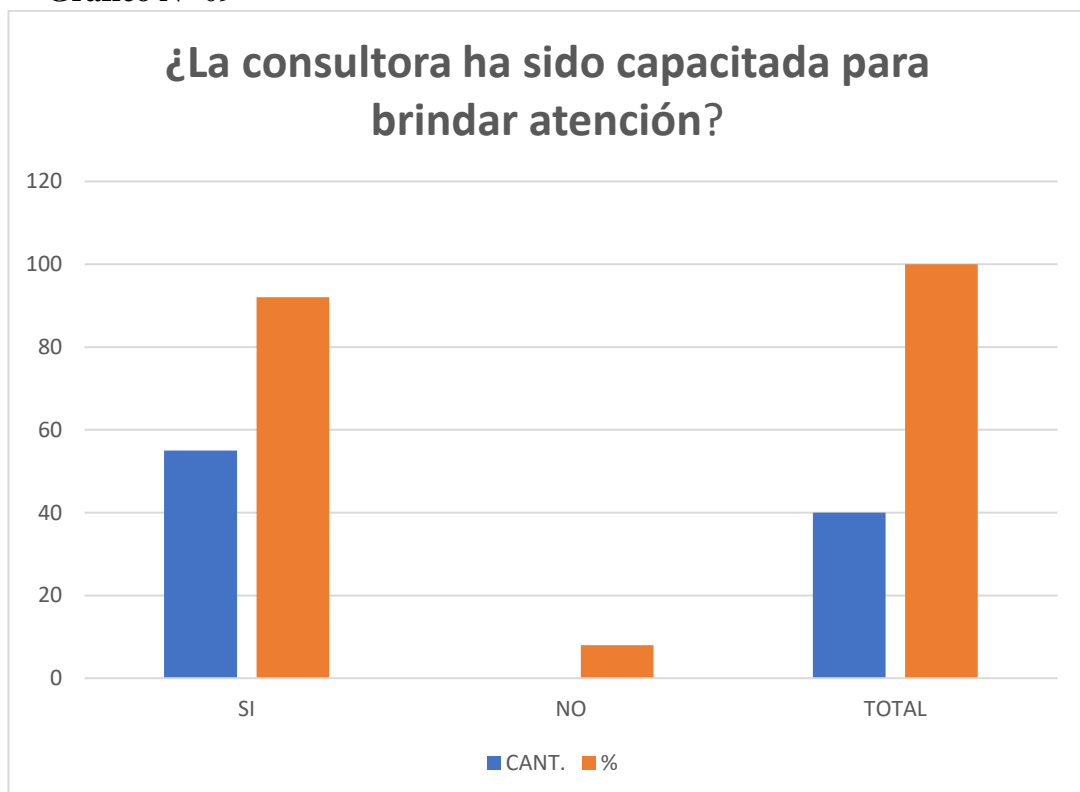
Título : **¿La consultora ha sido capacitada para brindar atención?**

Tabla N° 09

	CANT.	%
SI	61	92
NO	07	8
TOTAL	68	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 09



Fuente: Elaboración propia

3.2. Análisis de Resultados

Variable: Calidad del Servicio

1. La capacidad de respuesta según la calidad del servicio muestra 0.79, lo que significa que es buena, debido a que la consultora realiza su trabajo en menor tiempo, por su habilidad de ofrecer y tener conocimiento del producto ofrecido, logrando su satisfacción del cliente.
2. El impacto de los elementos tangibles según la calidad del servicio muestra 0.73, lo que significa que es buena, ya que se busca que dichos elementos sean funcionales al cliente, elevando de este modo la percepción de calidad que se lleven de la empresa.
3. La aplicación de la empatía en la calidad del servicio muestra 0.91, lo que significa que es excelente, ya que es la capacidad de lograr entender y vivenciar el estado de ánimo que tiene el cliente.
4. La aplicación de la fiabilidad en la calidad de servicio muestra 0.88, lo que significa que es excelente, ya que el cliente cuenta con información de parte de la empresa donde se prometen ciertos aspectos del servicio.
5. La aplicación de la seguridad en la calidad de servicio muestra 0.81, lo que significa que es buena, ya que los clientes buscan no tener riesgos al momento de recibir el servicio y no verse perjudicado.

VI. Conclusiones

1. La calidad del servicio muestra 0.82, lo que significa que es buena, ya que puede hacer la diferencia en tu negocio y ser la razón por la cual un cliente se incline hacia nuestro lado y no a los competidores.
2. Se logrará establecer la capacidad de respuesta según la calidad del servicio de las Mypes de ventas de prendas de vestir por catálogo en el Centro Poblado Andrés Araujo Morán, según la calidad de las prendas de vestir ofertadas.
3. Se logrará establecer los elementos tangibles de la calidad del servicio de las Mypes de ventas de prendas de vestir por catálogo en el Centro Poblado Andrés Araujo Morán, según la capacidad de respuesta del público objetivo.
4. Se logrará determinar la empatía de la calidad del servicio de las Mypes de ventas de prendas de vestir por catálogo en el Centro Poblado Andrés Araujo Morán, mediante la visualización tangible de las prendas de vestir.
5. Se logrará determinar el nivel de fiabilidad de la calidad del servicio de las Mypes de ventas de prendas de vestir por catálogo en el Centro Poblado Andrés Araujo Morán, según la empatía generada y la calidad de las prendas de vestir.
6. Se logrará determinar el nivel de seguridad de la calidad del servicio de las Mypes de ventas de prendas de vestir por catálogo en el Centro Poblado Andrés Araujo Morán, según el nivel de fiabilidad que tienen los clientes y la calidad de las prendas de vestir.

Aspectos complementarios

- Se debe establecer mecanismos para diferenciarnos de la competencia, fidelizando a nuestros clientes.
- Capacitar a las consultoras en atención al cliente, para brindar una buena atención a los clientes que acuden a solicitar nuestros servicios.
- Ofrecer un buen producto y brindar toda la información disponible, para brindar una excelente calidad del servicio.
- Implementar el tipo de envío del producto a nuestros clientes (domicilio o presencial).
- Contar con capital, para brindar facilidades de pago del producto a nuestros clientes.

Referencias bibliográficas

Gabriela Maribel Vega Alarcón (2017) en su investigación denominada “*La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares – CCICEV*”. Universidad Central del Ecuador., contenido en URL:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/11789>.

Jesús Alberto Viveros Pérez (2016). Habla sobre los principios de la calidad recuperado

URL: <https://www.grandespymes.com.ar/2016/01/03/la-importancia-de-la-calidad-en-las-empresas-2/>

Blog Innovación Calidad y Atención al Cliente (2015) en su publicación “*La importancia de la Calidad en las empresas*”, contenido en URL:

<http://innovacioncalidadyatencion.blogspot.com/2015/03/la-importancia-de-la-calidad-en-las.html>

Conceptos de Calidad, recuperado en URL:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/mendez_s_g/capitulo2.pdf

Edwin Joel Mondragón Mondragón y Tatiana Astenia Silva Campaña (2016) en su investigación denominada “*Calidad del servicio, como estrategia de marketing en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes - 2016.*”, Universidad Nacional de Tumbes., contenido en URL: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/94>

ULADECH., contenido en URL:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1047>.

María Alejandra Noel Puyen y Yohana Esmith Serna Fafán (2015) en su investigación denominada “*Gestión del talento Humano y la Calidad del Servicio en Hoteles Tres Estrellas del Distrito de Zorritos - 2015*”, Universidad Nacional de Tumbes., contenido en URL: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/89>.

María Janet Montalban Moreto (2016) la presente investigación denominada “*Caracterización de la Capacitación y Calidad del Servicio en las MYPEs rubro Transporte de Pasajeros Ciudad de Tumbes, 2016*”. Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote – ULADECH., contenido en URL: <http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/handle/123456789/2226>.

Oscar Ivan Calahorrano Castellano (2014) la presente investigación denominada “*La Influencia del clima laboral sobre la calidad de servicio que se brinda al cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”*” – Universidad Central del Ecuador., contenido en URL: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/3644>

Publicación Electrónica ComexPerú “*Una iniciativa en reforma tributaria*”. 29/04/2019, recuperado de URL: <https://semanariocomexperu.wordpress.com/una-iniciativa-en-reforma-tributaria/>

Richard Oscar Martínez Chávez (2016) la presente investigación denominada “*Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente en Restaurantes de Comida Marina, Chimbote 2016*”, Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote – ULADECH., contenido en URL: <http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/handle/123456789/1756>.

Silvana Alejandra Villalba Barragán (2016) la presente investigación denominada “*Análisis de Calidad del Servicio y Atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora*” – Pontificia Universidad Católica del Ecuador., contenido en URL: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), en su publicación. Recuperado el 11 de Junio del 2019 URL: <http://www.sunat.gob.pe/descarga/ImpAut/ImpAut0.html>.

Valerie Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard Berry, recuperado del blog URL: <https://servikblog.wordpress.com/2013/01/08/las-5-dimensiones-del-servicio-o-mejor-conocidas-como-lo-que-le-importa-al-cliente-3/>

Víctor Olortegui Quispe (2016) en su investigación “*La Calidad de Servicios y ventas en el Área de Atención al Cliente en la Veterinaria Pet’S Family Eirl Chiclayo 2016*” – Universidad Señor de Sipán – Chiclayo., contenido en URL: <https://docplayer.es/69974360-La-calidad-de-servicios-y-ventas-en-el-area-de-atencion-al-cliente-en-la-veterinaria-pet-s-family-eirl-chiclayo-2016-autor.html>

Jorge Washington Andrade Andrade (2012), en su tesis “*Diseño para implementar un sistema de gestión de la calidad en la empresa productora de banano EXOCEP S.A. conforme a los estándares de calidad de la norma ISO 9001:2008.*” recuperado URL: <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/4434/1/TesisJorgeAndrade.pdf>

Anexos

Tabla N° 10 – CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cronograma de actividades de la investigación																
Diagrama de Gantt																
Actividad	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Proceso de inscripción e inducción	■															
Formulación del proyecto		■														
Elaboración del proyecto de Investigación			■													
Aprobación del Proyecto de Investigación				■												
Elaboración de introducción					■											
Revisión de documentación – Antecedentes						■										
Elaboración de Metodología							■									
Recolección de Datos								■								
Procesamiento de Datos									■							
Análisis e interpretación de datos										■						
Redacción de informe preliminar											■	■				
Revisión de informe preliminar													■			
Presentación de informe final														■		
Pre Banca															■	
Sustentación de tesis																■

Tabla N° 11 – PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN				
Descripción del Material	Unidad de medida	Precio unitario	Cantidad	Total
MATERIAL DE OFICINA				
Papelería	Millar	29	1	29.00
Tóner	Unidad	245	1	245.00
Lapiceros	Unidad	1	3	3.00
USB	Unidad	25	1	25.00
Cuaderno	Unidad	7	1	7.00
Sub total (a)				309.00
SERVICIOS				
Espiralado	Unidad	9	1	9.00
Internet	Mes	60	1	60.00
Movilidad	Día	4	18	72.00
Empastado	Unidad	15	1	15.00
Sub total (b)				120.00
TOTAL				585.00

FINANCIAMIENTO

El presente Proyecto de Investigación, será financiado por recursos propios.

ANEXO 03 – EVIDENCIA DE LA ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente encuesta forma parte de una investigación en la que presente fines académicos, con el objetivo de recaudar información sobre la calidad del servicio de las MYPES, sector comercio, rubro ventas, en el centro poblado de Andrés Araujo Morán, 2018; es por eso que se les agradece ya que la información es real y veraz, sus respuestas que marcaran son de carácter anónimo y se guardarán con absoluta confidencialidad.

A continuación, se presentarán dos opciones, marcando con una “X” dentro del recuadro que mejor representa su opinión.

Nº	DETERMINANTES DE LA VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO	PERTINENCIA			ADECUACIÓN					CALCULAR
		ESENCIAL	Útil pero no Esencial	No Util	¿Está adecuadamente formulada para los destinatarios a encuestar?					
					1	2	3	4	5	
I. CAPACIDAD DE RESPUESTA:										
1	¿La consultora lo atendió con rapidez?									
2	¿La consultora muestra habilidad en su trabajo?									
II. ELEMENTOS TANGIBLES:										
3	¿La consultora utiliza catálogos para ofrecer el producto?									
III. EMPATIA										
4	¿La consultora se preocupa por el cliente?									
5	¿La consultora prefirió atender las llamadas llamadas telefónicas antes que a usted?									
IV. FIABILIDAD										
6	¿La consultora cumplió con lo ofrecido en la atención?									
7	¿La consultora se encuentra preparada para atenderlo?									
V. SEGURIDAD:										
8	¿La consultora es amable en su atención?									
9	¿La consultora ha sido capacitada para brindar atención?									