



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR INDUSTRIAL,
RUBRO ENVASADORA DE AGUA DE MESA-
CALLERÍA, 2018

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

AUTORA:

INCA CARDENAS, FREYCI

ORCID: 0000-0002-9926-1176

ASESOR:

SANTILLAN TUESTA, MILAGROS MERCEDES

ORCID: 0000-0002-0383-3484

PUCALLPA – PERÚ

2019

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa- Callería, 2018

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Inca Cardenas, Freyci

ORCID: 0000-0002-9926-1176

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

ASESORA

Santillan Tuesta, Milagros Mercedes

ORCID: 0000-0002-0383-3484

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

JURADO

Grandes García, Geider (Presidente)

ORCID ID: 0000-0001-8173-701X

Mozombite Armas, José Wilson

ORCID:0000 – 0001-5070-4450

Sáenz Villaverde Marleni Felicita

ORCID: 0000-0001-9818-7130

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgr. José Mozombite A.

Secretario

ORCID ID 0000 – 0001-5070-4450

Mgr. Marleni F. Sáenz V.

Miembro

ORCID ID 0000-0001-9818-7130

Dr. Grandes García, Geider

ORCID ID: 0000-0001-8173-701X

Docente Asesor Revisor

Mgr. Santillán Tuesta, Milagros Mercedes

ORCID: 0000-0002-0383-3484

Docente Tutor Investigador

AGRADECIMIENTO

Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, me permites sonreír antes mis logros que son resultados de tu ayuda, y cuando caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta que los pones en frente mío para que mejore como ser humano, y crezca de diversas maneras.

Este trabajo de informe final de investigación ha sido una gran bendición en todo sentido y te lo agradezco padre, y no cesan mis ganas de decir que es gracias a ti que esta meta está cumplida.

Gracias por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento ofreciéndome lo mejor y buscando lo mejor para mi persona.

DEDICATORIA

Este informe se lo dedico a Dios quién sabe guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presenten, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

En especial a mis padres que por ellos soy lo que soy gracias por su apoyo, consejo, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

RESUMEN

El informe final de investigación tuvo como objetivo determinar Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa- Callería, 2018. La investigación parte de la situación problemática respecto a la aplicación de gestión con el uso de herramientas de calidad dirigidas al cliente, como estrategia de sostenimiento permanente en el mercado. La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa y nivel descriptivo realizada a una población de 15 mypes del distrito de Callería. Mediante la técnica de encuesta, se realizó la entrevista a los microempresarios utilizando como instrumento un cuestionario estructurado de 20 preguntas, obteniendo como resultados más importantes que 47,0% tiene un plan de calidad enfocado en su cliente y 100,0% tienen como propósito común aplicar la mejora continua en su proceso productivo. Respecto a calidad de servicio, el 33,0% debe mejorar su nivel de servicio, teniendo que mejorar el nivel de calificación del personal en trato al cliente. En grado de satisfacción, el 67,0% considera que cumple con sus clientes, teniendo como oportunidad de mejorar ampliar el horario de atención. En el aspecto de quejas y sugerencias, se halla que el 80,0% brinda atención a las inquietudes de sus clientes, hallando que el 20,0% considera que reconoce una brecha aún por satisfacer. En conclusión, estos negocios saben que para mantenerse en el mercado deben alcanzar un índice elevado de calidad, aplicando la “trilogía de la calidad” de Juran: la cual consiste en Planificar, Controlar y Mejorar.

Palabras clave: Gestión de Calidad, cliente, mype, servicio.

ABSTRACT

The final research report aimed to determine the management under the customer service approach in the mypes of the industrial sector, table water packaging, Callería district, year 2018. The investigation starts from the problematic situation regarding the application of management with the use of quality tools directed to the client, as a strategy of permanent support in the market. The research methodology was of the quantitative type and descriptive level carried out on a population of 15 mypes in the Callería district. Using the survey technique, microentrepreneurs were interviewed using as an instrument a structured questionnaire of 20 questions, obtaining as the most important results that 47.0% have a quality plan focused on their client and 100.0% have as a common purpose to apply continuous improvement in their production process. With respect to quality of service, 33.0% must improve their level of service, having to improve the level of qualification of personnel in dealing with customers. In terms of satisfaction, 67.0% consider that they comply with their customers, having as an opportunity to improve their customer service hours. In the aspect of complaints and suggestions, 80.0% pay attention to the concerns of their customers, finding that 20.0% consider that they recognize a gap still to be satisfied. In conclusion, these businesses know that in order to remain in the market they must achieve a high quality index, applying Juran's "trilogy of quality": which consists of Planning, Controlling and Improving.

Keywords: Quality Management, customer, mype, service.

ÍNDICE GENERAL

<i>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</i>	<i>ii</i>
<i>EQUIPO DE TRABAJO</i>	<i>iii</i>
<i>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i>	<i>iv</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>vii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i>	<i>ix</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>x</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>xii</i>
<i>I. INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
1.1 Planteamiento del problema.....	<i>2</i>
1.1.1. Caracterización del Problema	<i>2</i>
1.1.2. Enunciado del Problema	<i>3</i>
1.2 Objetivos de la Investigación.....	<i>3</i>
1.2.1 Objetivo General.....	<i>3</i>
1.2.2 Objetivos Específicos	<i>4</i>
1.3 Justificación de la Investigación	<i>4</i>
<i>II. REVISIÓN DE LITERATURA</i>	<i>5</i>
2.1 Antecedentes	<i>5</i>
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	<i>5</i>
2.1.2 Antecedentes nacionales	<i>6</i>
2.1.3 Antecedentes regionales	<i>8</i>
2.1.4 Antecedentes locales.....	<i>10</i>
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	<i>10</i>
2.2.1 Gestión de Calidad.....	<i>10</i>
2.2.1.1 Teoría de Deming	<i>10</i>
2.2.1.2 Teoría de la planificación de la calidad (Joseph Juran).....	<i>12</i>
2.2.2 Enfoque al cliente	<i>13</i>
2.2.2.1 Experiencia del Cliente.....	<i>13</i>
2.2.2.2 Triangulo de Servicio	<i>14</i>
2.2.2.3 Modelo de Calidad de Servicio.....	<i>14</i>

2.3 Marco Conceptual.....	16
2.3.1 Conceptos de Gestión	16
2.3.2 Conceptos del rubro	18
<i>III. HIPÓTESIS.....</i>	<i>23</i>
3.1 Hipótesis General.....	23
3.2 Hipótesis Específicas	23
<i>IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</i>	<i>24</i>
4.1 Tipo de investigación.....	24
4.2 Nivel de investigación	24
4.3 Diseño de investigación.....	24
4.3.1 No experimental.....	24
4.3.2 Descriptivo.....	25
4.3.3 Transversal.....	25
4.4 Universo y muestra	25
4.4.1 Población	25
4.4.2 Muestra	25
(1) ¿tiene una ubicación apropiada del usuario en la sala de espera?.....	27
4.5 Definición y Operacionalización de Variables	28
4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	29
4.6.1 Técnicas	29
4.6.2 Instrumentos	29
4.7 Plan de análisis de datos	29
4.8 Matriz de Consistencia	30
4.9 Principios éticos	33
<i>V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....</i>	<i>35</i>
5.1 Resultados.....	35
5.2 Análisis de los resultados.....	55
<i>VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</i>	<i>57</i>
6.1 Conclusiones.....	57
6.2 Recomendaciones	58
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	<i>59</i>
<i>ANEXOS</i>	<i>62</i>
1. Presupuesto	62

2. Cronograma.....	63
3. Matriz de datos.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.	28
Tabla 2: Matriz de Consistencia de la Investigación	30
Tabla 3: ¿Usted tiene el propósito de mejorar la calidad de servicio?	35
Tabla 4: ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?.....	36
Tabla 5: ¿tiene una ubicación apropiada del usuario en la sala de espera?	37
Tabla 6:¿la empresa realiza inversiones para mejorar los Materiales?.....	38
Tabla 7:¿Usted cumple con la norma sanitaria a fin de proveer agua, con el fin de proteger la salud de los consumidores?	39
Tabla 8: ¿Usted considera que la empresa da una buena atención?.....	40
Tabla 9: ¿El personal que representa la empresa está totalmente calificado?	41
Tabla 10: ¿Usted cree que el trato que tiene el personal de la empresa considera que es amable?	42
Tabla 11: ¿Usted controla y supervisa la calidad del agua para el consumo humano? 43	
Tabla 12: ¿Cuenta con instalaciones implementadas?.....	44
Tabla 13: ¿Usted cree que su cliente está siempre satisfecho?	45
Tabla 14: ¿Estás de acuerdo a lo que el cliente opine?	46
Tabla 15: ¿El cliente está satisfecho por el horario de atención?.....	47
Tabla 16: ¿La empresa dispone de los medios de comunicación que faciliten la atención adecuada?.....	48
Tabla 17: ¿Usted considera que su producto tiene aceptación del público?.....	49
Tabla 18: ¿Alguna vez ya tuviste reclamo del producto?	50
Tabla 19: ¿Usted de inmediato le da solución al problema del cliente?.....	51

Tabla 20: ¿Tiene usted una persona adecuada para orientar y capacitar a los clientes?	52
Tabla 21: ¿Usted evalúa de forma adecuada las quejas y sugerencias del cliente?	53
Tabla 22:¿Está el personal cumpliendo con las exigencias del cliente?.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Expectativa del cliente	13
Figura 2: El Triángulo del servicio	14
Figura 3: Modelo de lealtad de Dick, A.S. y Basu, K. (1994).....	16
Figura 4: Planta Envasadora de Agua.....	22
Figura 5: Modelo de Planta Embotelladora de Agua.....	22
Figura 6: ¿Usted tiene el propósito de mejorar la calidad de servicio?	35
Figura 7: ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?	36
Figura 8: ¿tiene una ubicación apropiada del usuario en la sala de espera?.....	37
Figura 9: ¿la empresa realiza inversiones para mejorar los Materiales?	38
Figura 10: ¿Usted cumple con la norma sanitaria a fin de proveer agua, con el fin de proteger la salud de los consumidores?	39
Figura 11: ¿Usted considera que la empresa da una buena atención?	40
Figura 12: ¿El personal que representa la empresa está totalmente calificado?	41
Figura 13: ¿Usted cree que el trato que tiene el personal de la empresa considera que es amable?	42
Figura 14: ¿Usted controla y supervisa la calidad del agua para el consumo humano?	43
Figura 15: ¿Cuenta con instalaciones implementadas?.....	44
Figura 16: ¿Usted cree que su cliente está siempre satisfecho?	45
Figura 17: ¿Estás de acuerdo a lo que el cliente opine?.....	46
Figura 18: ¿El cliente está satisfecho por el horario de atención?.....	47

Figura 19: ¿La empresa dispone de los medios de comunicación que faciliten la atención adecuada?.....	48
Figura 20: ¿Usted considera que su producto tiene aceptación del público?	49
Figura 21: ¿Alguna vez ya tuviste reclamo del producto?	50
Figura 22: ¿Usted de inmediato le da solución al problema del cliente?	51
Figura 23: ¿Tiene usted una persona adecuada para orientar y capacitar a los clientes?	52
Figura 24: ¿Usted evalúa de forma adecuada las quejas y sugerencias del cliente?....	53
Figura 25: ¿Está el personal cumpliendo con las exigencias del cliente?.....	54

1. INTRODUCCIÓN

Las nuevas tendencias relacionadas al cuidado de la salud y la prevención de consumo de productos con altos niveles de azúcar y grasas saturadas han favorecido el despunte de productos naturales como el agua, oportunidad que ha favorecido a las mypes del sector industrial dedicado al envasado de agua de mesa, generando una gran competencia a nivel nacional como en el propio distrito de Callería, donde existen 15 mypes que buscan ganar y posicionarse en el mercado.

Para el sector de aguas embotelladas, el mercado ya se ha venido mostrando favorable desde el año 2016, “Las aguas aún tienen una gran oportunidad de seguir creciendo, sobre todo mediante una mayor frecuencia de compra”, afirma Ricardo Oie, gerente del área de bebidas en Kantar Worldpanel, pues la penetración de esta categoría en el semestre ya alcanza el 92%, pero la frecuencia de compra es cada 11 días –mientras que en las gaseosas es cada cinco “. (el Comercio 06.oct.2016).

Otro indicador importante de este sector es que mientras que el consumo de agua en 1,999 era de 19 millones de litros por año, en el 2015 el mercado fue de 643 millones de litros. “En 16 años [el consumo] se multiplicó por 30, número superior a lo que fue la evolución de la economía. Esta categoría crece siempre a dos dígitos”, (el Comercio 06.oct.2016).

Esta gran demanda impulsada por clientes en búsqueda de mantener una mejora calidad de vida originan mayores estándares de calidad en el producto de agua de mesa obligando a estas mypes a desarrollar su organización empresarial, la gestión y su nivel de servicio. Por esta razón, nuestra investigación parte del problema ¿las mypes del sector

industrial de envasado de agua de mesa, del distrito de Callería, se gestionan con uso de herramientas de calidad y priorizan el servicio al cliente?

Como objetivo principal, la investigación se ha planteado determinar la gestión con uso de herramientas de calidad y servicio al cliente en las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Calleria, año 2018 y se justifica en el interés de mejorar el conocimiento gerencial de los microempresarios.

Para el desarrollo de la investigación, se aplicó una metodología del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental a la población de mypes identificadas del rubro en referencia; concluyendo que existe un nivel de gestión con enfoque en atención al cliente de las mypes interesantes en aprovechar las oportunidades que brinda el mercado y satisfacer a los clientes en sus exigentes preferencias, que buscan agua purificada para sus necesidades y sobre todo cuidar su salud.

Finalmente, también concluimos como producto de la investigación, que los microempresarios tienen interés de mejorar el nivel de servicio a sus clientes, porque el enfoque en también lograr rentabilidad con un mejor el nivel de ventas, adoptando una gestión de administración efectiva que soporte estrategias comerciales.

1.1 Planteamiento del problema

La presente investigación encuentra como problemática que los microempresarios requieren mejorar el nivel gerencial de sus negocios con el uso de herramientas de gestión de calidad, que en el momento desconocen. Asimismo, la falta de estrategias de atención al cliente, dificultan el proceso de fidelización del cliente, impulsándolo por el contrario a moverse entre la oferta disponible de aguas de mesa, pudiendo representar una oportunidad de mejora para ganar una mejor posición en el mercado.

1.1.1. Caracterización del Problema

El mercado de Callería es un mercado en desarrollo y permisible a acoger diversos

tipos de negocios, ayudado al clima, la apertura de su gente y su geografía que da la posibilidad de ofrecer los mismos servicios que se dan en otras localidades de la selva y que por su pujante comercio, es vista por los emprendedores como viable de negocio.

Sin embargo, nuestro país espera que las inversiones de los empresarios se de en el marco de la competitividad. En ese sentido, las mypes del sector industrial de envasado de agua de mesa, del distrito de Callería, año 2018, estarían presentando características que rozan con la informalidad en la gestión (administración) y desconocimiento de aplicación de herramientas de calidad -que aseguraría una gestión sostenible y enfocada a satisfacer al cliente- siendo posible causal de que no supere los primeros años de operaciones y finalmente desaparezcan con consiguientes complicaciones económicas para sus propietarios.

Las mypes que han aparecido de este rubro en el mercado, no habrían realizado un concienzudo análisis del mercado; tanto la visión como el manejo sería empírico y estaría sostenido por los nuevos hábitos de consumo de una población moderna y cosmopolita que busca cuidar su salud y alejarla de la contaminación.

1.1.2. Enunciado del Problema

De la caracterización del problema se desprende la motivación de la presente investigación de examinar ¿Si las mypes del sector industrial de envasado de agua de mesa, del distrito de Callería, se gestionan con herramientas de calidad y priorizan el servicio al cliente?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Determinar la gestión con uso de herramientas de calidad y servicio al cliente en las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Callería, año 2018.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar si las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Callería se gestionan con calidad.
- Conocer si las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente.
- Conocer si las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente.

1.3 Justificación de la Investigación

Las mypes del sector industrial de envasado de agua de mesa, del distrito de Callería constituyen un rubro comercial de constante innovación y es de interés velar por el desarrollo empresarial por aspectos de salud, laboral, tributario y social y consiguiente por el incremento urbano de la población.

Para nuestro estudio esto reviste importancia, porque compone varias interrogantes respecto a cómo se organizan, dirigen y se gestionan. Así la aparición de nuevos emprendimientos en el sector industrial de envasado de agua de mesa, del distrito de Callería confirma el interés puesto de los emprendedores por atender el nuevo mercado, sin embargo, no debe dejarse de lado la importancia de formalizar la gestión de las mypes sino de gestionarla en el marco de la gestión de calidad.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

En esta parte del informe se citan las principales investigaciones que se ha encontrado en la vasta bibliografía de las ciencias empresariales y que brindan soporte para nuestro estudio.

2.1.1 Antecedentes internacionales

Santana, A. & Montenegro, D. (2016). En su tesis “Plan de negocio de producción y comercialización de agua medicinal embotellada en la ciudad de Quito, Ecuador”, para optar por el título de ingeniero comercial mención negocios internacionales de la Universidad de las Américas, tuvo como objetivo general elaborar un plan de negocios para la producción, comercialización y distribución de aguas medicinales embotelladas en la ciudad de Quito, Ecuador promoviendo el consumo de dichas aguas medicinales para aportar a una vida saludable de los consumidores. Finalmente, se concluye que a través del estudio de mercado se pudo conocer que las demandas de los potenciales clientes era obtener un producto natural, que brinde beneficios para la salud, debido a que en el mercado de bebidas no existe empresa alguna que ofrezca un producto de calidad y que sea reconocido en el mercado.

Macias, J. (2015). En su tesis “Evaluación de la calidad físico-química y microbiológica de las aguas embotelladas, comercializadas en la ciudad de Babahoyo en el periodo enero marzo 2013” para optar por el grado de magíster en salud pública de la Universidad de Guayaquil, facultad piloto de odontología escuela de postgrado “Dr. José Apolo Pineda”. Tuvo como objetivo general evaluar la calidad microbiológica y físico-química de cinco marcas de aguas embotelladas comercializadas en la ciudad de Babahoyo, en el periodo enero – marzo 2013. El tipo de investigación fue descriptiva – no experimental.

Finalmente, se concluye que las cinco marcas comerciales de agua en su rotulación incluyen el número de registro sanitario; la procedencia, el tipo de agua y la fecha de caducidad; cumpliendo con los requisitos establecidos por la norma técnica TE INEN – OIML R 79.

Anda, C. (2015). En su tesis “Análisis sobre participación y posicionamiento de marcas de agua embotellada en la ciudad de Milagro” para obtener el grado de contador público autorizado de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (Samborondon – Ecuador). El tipo de investigación fue descriptiva – no experimental. Finalmente, se concluye que se determinó que la principal razón de consumo de agua embotellada es por salud; el tipo de agua de mayor consumo es la Purificada; la presentación en la que prefieren es en botellón, seguida de la de litro; la frecuencia de compra de agua embotellada es más de una vez a la semana; la característica predominante al momento de escoger una marca de agua embotellada son el precio y los procesos de purificación. Por último, los lugares donde acostumbran comprar agua embotellada son las tiendas.

Sánchez, A. y Cerón, O. (2014) en su investigación titulada “Documentación del sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001: 2015 para la Empresa “Transportes A.R. S.A.”. En esta investigación se tuvo por objetivo principal registrar un sistema de gestión de calidad para la organización haciendo un control de la actividad interna de los procesos para determinar las deficiencias existentes que se deben subsanar. El tipo de investigación fue descriptiva – no experimental, transversal. La investigación concluye seleccionando información que sirvió como apoyo al sistema de gestión de calidad documentado.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Reyes, E. & Cosio, L. (2018). En su tesis “Fidelización de los clientes mediante la estrategia Customer Relationship Management del marketing relacional para la empresa

embotelladora Cusco del Sol S.R.L. 2017.” para optar el título profesional de ingeniero industria de la Universidad Andina del Cusco tuvo como objetivo general

Determinar la incidencia de la falta de estrategias de Marketing Relacional en la fidelización de los clientes de la empresa embotelladora Cusco del Sol S.R.L. El tipo de investigación es cuantitativo- descriptiva – analítico - no experimental. Finalmente, se concluye que el presente trabajo de investigación tuvo como finalidad plantear una propuesta de fidelización centrada en el Marketing Relacional con la estrategia Customer Relationship Management, la cual permita obtener la satisfacción de los clientes de la empresa Embotelladora Cusco del Sol S.R.L., esto mediante un análisis previo tanto en un macro-entorno como en un micro-entorno. Para poder acceder a la fidelización de clientes se plantearon estrategias basadas en las cuatro dimensiones del CRM: variables organizativas, gestión del conocimiento, tecnología y orientación al cliente.

Contreras, A. (2018). En su tesis “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la agencia bancaria Santa Anita del Banco de Crédito del Perú, 2018” para obtener el título profesional de licenciada en administración de la Universidad Cesar Vallejo tuvo como objetivo general describir la relación existente entre Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la agencia bancaria Santa Anita del Banco de Crédito del Perú 2018. La metodología que se utilizó es cuantitativa – descriptiva – no experimental. Finalmente se concluye, con respecto al primer objetivo específico fue identificar la relación entre la calidad de servicio y calidad esperada en la agencia bancaria santa Anita, 2018. Según los resultados obtenidos durante la prueba de RHO de Spearman donde se obtuvo un nivel de significancia de 0.00 menor a 0.05, es correcto decir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigación. Puesto que se tiene una correlación de 0.912 siendo una correlación muy alta entre la variable satisfacción del cliente y la dimensión calidad esperada. Con esto podemos concluir que la calidad de servicio y la calidad esperada recibir por los clientes es de suma importancia porque tienen un alto grado de vinculación

en la gestión.

Reátegui, A. (2017). En su tesis “Gestión de calidad de las empresas comercializadoras de agua de mesa de la provincia de San Martín” para optar el grado académico de magister en ciencias económicas con mención en gestión empresarial de la Universidad Nacional De San Martín Tarapoto tuvo como objetivo general evaluar el nivel de gestión de la calidad de las empresas comercializadoras de agua de mesa en la Provincia de San Martín a fin de identificar los puntos vulnerables para recomendar prácticas adecuadas y de esta manera contribuir con la salud de la población de la provincia. Finalmente, se concluye que al evaluar el nivel de gestión de las empresas comercializadoras de agua de mesa de la provincia de San Martín denota entre otras cosas una falta de conocimiento del concepto de gestión de calidad del producto, así como calidad del servicio por bajo nivel de formación técnico y personal de los gerentes.

Mideyros, E. (2016). En su tesis “Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes del sector comercialización - rubro distribución de agua de mesa para consumo humano en el distrito de Juanjuí, 2015.” para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote tuvo como objetivo general conocer las características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES, del sector comercialización –rubro distribución de agua de mesa en el distrito de Juanjuí, 2015.El tipo de investigación es descriptiva – no experimental. Finalmente, se concluye con respecto a la gestión de calidad se observa que la mayoría de los encuestados afirma que su servicio está de acuerdo a las necesidades del cliente y una minoría indica su servicio no está de acuerdo a las necesidades del cliente.

2.1.3 Antecedentes regionales

López, J. (2018). En su tesis “Marketing mix y la satisfacción del cliente de la envasadora bella durmiente E.I.R.L. en la ciudad de Tingo María periodo julio-noviembre del 2018.” para optar el título profesional de Licenciado en Administración de la

Universidad de Huánuco tuvo como objetivo general describir de qué manera el marketing mix influye en la satisfacción del cliente de la envasadora Bella Durmiente E.I.R.L. en la ciudad de Tingo María. El tipo de investigación es descriptiva - mixta- no experimental. Se concluye en referencia al producto este influye en la satisfacción del cliente de la envasadora Bella Durmiente tal como se determina mediante los datos obtenidos en el gráfico N° 1, se identifica que el 45% de los clientes se sienten totalmente satisfechos referente al sabor del agua gota Pura, el 43% se sienten satisfechos, sin embargo, al 10 % les es indiferente y el 2% se siente poco satisfecho con el sabor del agua Gota Pura. En el Gráfico N° 2 se visualiza que el 39% de los clientes se sienten totalmente satisfechos referentes al estado del envase del agua gota Pura, el 38% se sienten satisfechos, por otro lado, el 23% le es indiferente. En el gráfico N° 3, observa en el gráfico que el 37% de los clientes se sienten totalmente satisfechos referentes a la marca y el logotipo del agua gota Pura, el 43% se sienten satisfechos, sin embargo, el 19 % le es indiferente y el 1% se siente poco satisfecho con la marca y el logotipo del agua Gota Pura.

Ventocilla, F. (2016). En su tesis “Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercialización de agua de mesa, distrito de Iquitos, año 2016” para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote tuvo como objetivo general Comprobar si las Mypes del Sector Comercialización de Agua de Mesa, del distrito de Iquitos están formalizadas y hacen uso de herramientas de gestión de calidad. El tipo de investigación es cuantitativa – descriptiva – no experimental. Finalmente, se concluye que los microempresarios del Sector Comercialización de Agua de Mesa del distrito de Iquitos, según la investigación realizada, están enfocados en sus resultados económicos administrando las operaciones según su experiencia sin tener en cuenta las técnicas y estrategias de una gestión de calidad. Esto se evidencia porque “No” definieron ni exhiben la “misión y visión” (58,3%); tampoco definieron sus “valores” (66.7%).

2.1.4 Antecedentes locales

Ramírez, C. (2018). En su tesis “Caracterización del control interno en la gestión administrativa y financiera de las entidades sin fines de lucro del Perú: caso empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Coronel Portillo, Sociedad Anónima, 2017” para optar el título de contador público de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El tipo de investigación es cuantitativa – descriptiva – no experimental. Se concluye que el 55% opinan que, “sí” hay un sistema de control interno implementado formalmente en la empresa municipal de agua potable y alcantarillado de coronel portillo sociedad anónima, mientras que el otro 45% de los encuestados opinan que “no”.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Gestión de Calidad

Gestión de calidad. Se trata de un proceso formal utilizado para revisar las operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad. Éste es requerido en todas las áreas de actividad comercial, independientemente Del tamaño de la institución.

Un SGC está basado en el principio de mejora continua.

Al implementarse de forma efectiva, se logra aumentar sostenidamente el valor económico y la calidad de lo ofrecido a los clientes. También se impulsa el negocio mediante las siguientes prácticas:

2.2.1.1 Teoría de Deming

Denominada así por Edwards Deming, “conocido como el padre de la Calidad.” “En los años treinta impartió cursos de control y calidad y se da cuenta que enseñar estadística sólo al área de manufactura de la organización no resolvería los problemas de estas. Después de la segunda guerra mundial fue invitado a Japón para ayudar a encumbrar la nación y es ahí donde Deming predica la importancia del liderazgo de la gerencia, asociación cliente-

proveedor, y mejora continua en el desarrollo de productos y procesos.” (Evans y Lindsay, 2000)

“La filosofía de Deming es la calidad, una forma de trabajar con y hacia la excelencia lo cual implica para las organizaciones: un espíritu de prevención, no de corrección; autocontrol como proceso de crecimiento, búsqueda de servicio, entre otras. Para lograr que este movimiento se dé dentro de una empresa es necesario que el personal administrativo adquiera un compromiso de alta dirección por medio de un espíritu reto y motivación de logro. Algo muy importante dentro del concepto de calidad es retribuir no por el esfuerzo sino por los resultados. En si para dar a la empresa un enfoque de calidad es necesario elaborar un proceso educativo que requiere compromiso, capacitación, entrenamiento, motivación, participación y autocontrol. Es la creación de una cultura de la empresa, lo cual requiere técnicas y métodos de cambio por cada una de las personas que integren la organización. Deming propuso a Japón la calidad y Japón demostró al mundo que la calidad es la filosofía que brinda resultados y que lleva a empresas mediocres a lograr niveles de alta competitividad mundial.”

“Destaca el modelo del proceso administrativo dividido en cuatro fases: Plan, Do, Check, Act.”

- “Plan (Planear). Proyectar un producto con base a una necesidad de mercado, señalando especificaciones y el proceso productivo.”
- “Do (hacer). Ejecutar el proyecto.”
- “Check (Controlar). Verificar o controlar el producto conforme a indicadores de calidad durante las fases del proceso de producción y comercialización.”
- “Act (Analizar y actuar). Interpretar reportes, registros para actuar a través de cambios en el diseño del producto de los procesos de producción y comercialización para lograr la mejora continua.”

2.2.1.2 Teoría de la planificación de la calidad (Joseph Juran)

Basada en la "Aptitud para el uso a nivel de empresas y conformidad con los requerimientos a nivel individual o de departamento, la calidad es medida por el usuario".

“Para lograr un índice elevado de calidad, Juran expone la trilogía de la calidad, la cual consiste en Planificar, Controlar y Mejorar.”

- **“Planificación de la calidad.** En este proceso se determina quienes son los usuarios y sus necesidades, se define las características del producto, así como desarrollar procesos capaces de producir las características del producto y ejecutar lo planificado.”
- **“Control de la calidad.** En esta etapa se evalúa el procedimiento hasta el producto, y se contrasta con sus objetivos, para intervenir sobre la diferencia.”
- **“Mejoramiento de la calidad.** Es el momento que se produce los cambios ventajosos, hacia un avance en la forma de administrar el producto, el cual conlleva tres acciones:”
 - “Establecer la infraestructura, o sea las actividades de los gerentes, patrocinadores y ayudantes de calidad.”
 - “Identificar los proyectos de mejoramiento y establecer equipos para los proyectos.”
 - “Proporcionar recursos a los equipos; formación y motivación para diagnosticar la unión causas, fomentar los remedios y establecer controles para conservar los beneficios.”

La propuesta de Juran es:

- “Crear un comité de calidad.”
- “Formular políticas de calidad.”

- “Establecer objetivos estratégicos de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.”
- “Planificar para cumplir los objetivos.”
- “Proveer los recursos necesarios.”
- “Establecer controles para evaluar el comportamiento respecto de los objetivos.”
- “Unidades comunes de medida para evaluar la calidad.”

2.2.2 Enfoque al cliente

Es el conjunto de actividades que se interrelacionan, con el fin de que el cliente termine satisfecho con el servicio o producto que se le brinda. Un buen servicio al cliente puede llegar al éxito de la empresa para las ventas más poderosas y así generar clientes fieles a la organización, atraer un nuevo cliente es un gran reto para las empresas por lo que las compañías han optado por poner mecanismos adecuados y establecidos sobre mejores tratos y servicio al usuario. (Calderón N. 2002).

Figura 1: Expectativa del cliente

“Este tipo de relación que hoy exige el cliente requiere mucho más que los últimos avances tecnológicos: requiere el compromiso emocional de todo el personal. Esto tiene el más alto valor para los clientes ya que posee un significado: el producto o servicio en sí mismo podría no tener tanto valor, pero la forma en que se experimenta lo hace diferente y deseable” (Alvarado de Marsano 2013: 142).

2.2.2.1 Experiencia del Cliente

Las experiencias y sentimientos que se busca generar con estas acciones en los clientes son:

- Sentirse bienvenido

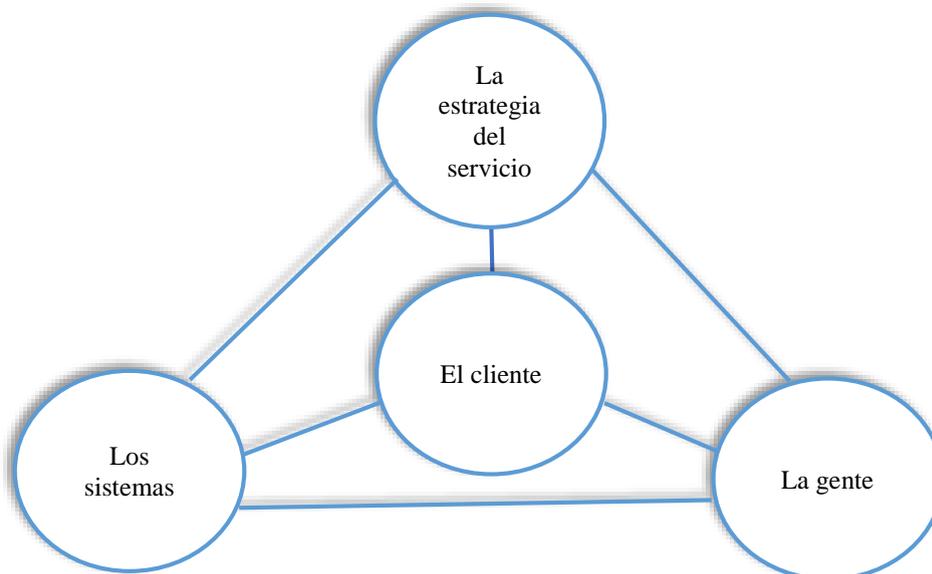
- Sentirse valorado
- Sentirse asistido
- Sentirse parte de algo importante
- Dar la percepción de ambiente agradable
- Percepción de higiene
- Cortesía
- Calidez humana
- Amabilidad

2.2.2.2 Triángulo de Servicio

Es la representación de la relación vinculante entre el cliente y la empresa. El triángulo del servicio representa los tres elementos de estrategia del servicio, gente y sistemas, los cuales giran más o menos alrededor del cliente en una interacción creativa.

Es una forma radical de incluir al cliente en la concepción del negocio. Figura 2.

Figura 2: El Triángulo del servicio



Fuente: Gerencia del Servicio, Karl Albrecht

2.2.2.3 Modelo de Calidad de Servicio

“Un modelo es una representación simplificada de la realidad, que toma en

consideración aquellos elementos básicos capaces por sí solos de explicar convenientemente el comportamiento de la misma.”

“Existen varios modelos en materia de servicios realizados por diversos especialistas. Por ejemplo, Richard Norman señala como componentes principales de un “sistema de gestión de servicios” los cinco siguientes:

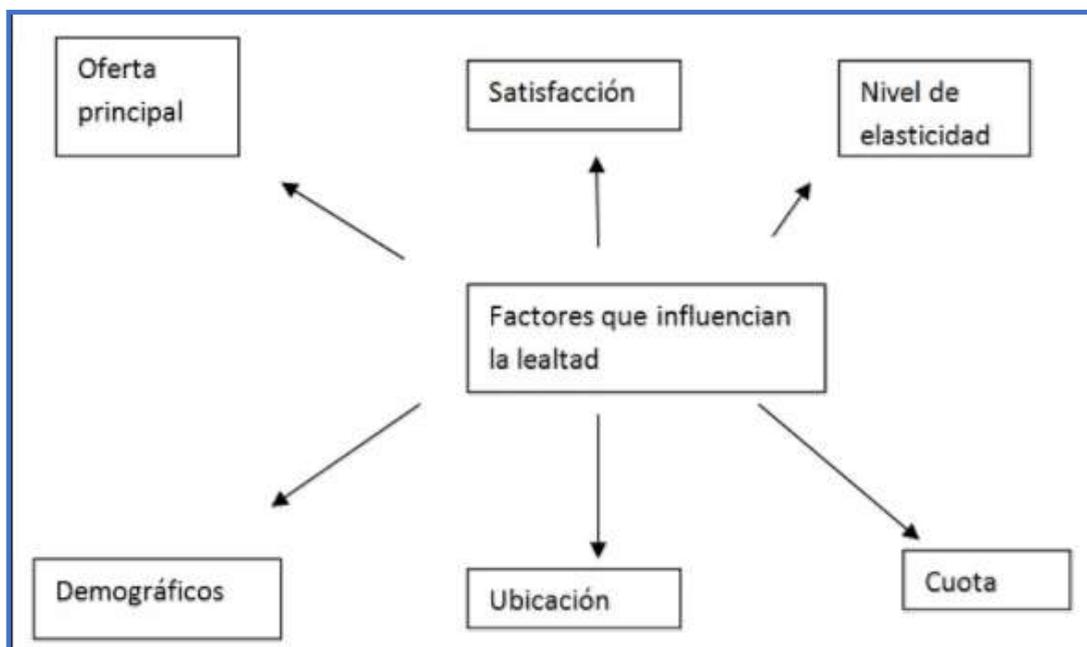
- “El segmento de mercado
- “El concepto de servicio
- “El sistema de prestación de servicio
- “La imagen
- “La filosofía.

“El modelo de lealtad de **Dick, A.S. y Basu, K. (1994)** fue aplicado en una tesis de investigación de los autores Escalante, Liendo y Morales (2008), en la que estudiaron la relación de la calidad de servicio, la satisfacción del cliente, la percepción de imagen institucional y los costos de cambio, con la lealtad de los clientes de la banca minorista en Lima. La lealtad fue medida como comportamiento de recompra y actitud.”

“Para el primero, se utilizaron cinco preguntas relacionadas con si el cliente había aceptado trasladar alguna cuenta hacia otro banco que le ofreció una mejor tasa de interés o un mejor servicio, si había aceptado un nuevo producto que le ofreció otro banco, si había acudido primero a otro banco para solicitar información sobre un producto, y si había solicitado crédito a otros bancos. Para la actitud, se utilizaron tres preguntas referidas a la intención de continuar siendo cliente del banco principal y la recomendación de éste a sus familiares o amigos.”

“Las preguntas relacionadas con el comportamiento de recompra fueron definidas por los autores de la tesis a través de los resultados obtenidos de los *focus group* y pruebas piloto que realizaron; y las de actitud, sobre la base de estudios de otros autores. En este estudio, se concluyó que existe una relación positiva entre la actitud y el comportamiento de recompra de los clientes.”

Figura 3: Modelo de lealtad de Dick, A.S. y Basu, K. (1994)



Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=Dick+y+Basu>

Por otro lado, para Albrecht y Zemke, los tres vértices de su “triángulo del servicio” son la estrategia de servicio, los sistemas y el personal de la empresa.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Conceptos de Gestión

- **Micro y Pequeña Empresa**

Según la **Ley N. ° 28015 (2003)**. La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de

organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Según la **Ley N. ° 30056 (2013)**. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** Para ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** Para ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** Para ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

- **Emprendedor**

Según **Cabrera (2013)** los *emprendedores son* un conjunto de líderes que mueven su poder de influencia con los diferentes públicos y ambientes, a través de sus sueños y aspiraciones.

Los emprendedores son la “*fortaleza y esperanza*” de mucha gente, que espera y anhela poder integrarse, trabajar, aportar y desarrollar su potencial profesional/laboral en la Mype (sueño) del emprendedor.

- **Atención al cliente**

Conjunto de acciones interrelacionadas puestas en práctica por una empresa para que sus clientes pasen de la satisfacción del primer momento a la fidelización continua.

- **Atributo del producto**

Una característica o cualidad del producto.

- **Tipo de Clientes**

- **Cliente fiel**

Es aquel que repite regularmente en el proceso de compra, varía en este proceso (es decir, no adquiere los mismos productos o servicios, sino que evoluciona junto a la compañía), recomienda su proveedor a otros clientes potenciales, se demuestra “inmune” a las “tentaciones” de la competencia y tolera temporalmente alguna deficiencia en el servicio de su proveedor, anteponiendo su satisfacción global a fallos ocasionales.

- **Cliente potencial**

Aquel cliente que creemos que se puede convertir en comprador de nuestro producto o servicio.

- **Cliente vacilante** (*Vacilating Customer*)

Cliente incapaz de tomar una decisión de compra.

2.3.2 Conceptos del rubro

- **Agua potable:** Agua que es segura para beber y para cocinar.

- **Agua producto:** Agua que ha sido pasada a través de una planta de tratamiento de aguas residuales y está lista para ser entregada a los consumidores.

- **Agua salobre:** Agua que no está contenida en la categoría de agua salada, ni en la categoría de agua dulce. Esta agua está contenida entre las dos anteriores.

- **Agua segura:** Agua que no contiene bacterias peligrosas, metales tóxicos, o productos químicos, y es considerada segura para beber.

- **Agua subterránea:** Agua que puede ser encontrada en la zona satura del suelo; zona que consiste principalmente en agua. Se mueve lentamente desde lugares con alta elevación y presión hacia lugares de baja elevación y presión, como los ríos y lagos.

- **Agua superficial:** Toda agua natural abierta a la atmósfera, concerniente a ríos, lagos, reservorios, charcas, corrientes, océanos, mares, estuarios y humedales.
- **Agua ultra pura:** Una manera de trabajo especializado que demanda la creación de un agua ultra pura. Un número de técnicas son usadas, entre otras; filtración por membrana, intercambio iónico, filtros submicroscópicos, ultra violeta y sistemas de ozono. El agua producto es extremadamente pura y no contiene mucha concentración de sal, componentes orgánicos o pirogénicos, oxígeno, sólidos en suspensión y bacterias.
- **Aguas brutas:** Entrada antes de cualquier tratamiento o uso.
- **Aguas residuales:** Fluidos residuales en un sistema de alcantarillado. El gasto o agua usada por una casa, una comunidad, una granja, o industria que contiene materia orgánica disuelta o suspendida.
- **Ciclo:** Longitud de tiempo que un filtro puede ser usado antes de que necesite limpieza, usualmente se incluye el tiempo de limpieza.
- **Ciclo hidrológico:** Ciclo natural del agua que ocurre en el ambiente, incluyendo la evaporación, condensación, retención y escorrentía.
- **Claridad:** La claridad de un líquido.
- **Cloración:** Proceso de purificación del agua en el cual el cloro es añadido al agua para desinfectarla, para el control de organismos presente. También usado en procesos de oxidación de productos impuros en el agua.
- **Densidad:** El peso de una cierta cantidad de agua. Esta es usualmente expresada en kilogramos por metro cúbico.
- **Desmineralización:** Procesos para eliminar minerales del agua, usualmente

el término es restringido para procesos de intercambio de iones.

2.3.3. Proceso productivo de embotellado de agua

- Tratamientos de reactivos:

De la toma de agua se bombea el agua a una cisterna de tratamiento. En esta cisterna se realiza un penetroamiento bacteriológico a base de gas ozono por medio del cual se efectúa un desprendimiento de moléculas de oxígeno, posteriormente para su esterilización, se pasa a una cámara hermética de tres lámparas de radiación ultravioleta.

- Después se deja el agua en reposo por un periodo de 8 horas aproximadamente, tiempo en el que se calcula que se lleva a cabo la coagulación de las partículas y el asentamiento de los sólidos que se retiran, así como la muerte de todos los microorganismos patógenos.

- Filtración:

Transcurrido el tiempo de reposo, se inicia el proceso de filtración bombeando agua a través de cada uno de los filtros; el primer filtro es de grava y arena, por medio del cual se eliminan aquellos sólidos que aún quedan suspendidos en el en el agua.

El segundo filtro es de carbón activado cuya función principal es la de eliminar el sabor a cloro que le queda al agua, así como cualquier otro olor.

En este filtro se retiene las partículas que dan color al agua, si las hay presentes.

- Suavizador:

Del filtro anterior se pasa al suavizador, el suavizador está cargado con zeolitas. Donde se efectúa un intercambio catiónico para convertir las sales en calcio y magnesio por sodio.

- Osmosis inversa:

Este último filtro retira todas las sales restantes por medio de membranas cargadas con pulidores de intercambio catiónico.

- **Almacenamiento de agua tratada:**

El agua ya purificada se almacena en un tanque elevado, forrado con azulejo color blanco. Este tanque está tapado para evitar la contaminación del agua; desde él se realiza por gravedad el llenado de garrafones.

- **Lavado de garrafones:**

El lavado se lleva a cabo en las lavadoras automáticas, que se dividen en dos secciones, una de lavado y una de enjuagado. Para el lavado se utiliza una solución de sosa cáustica al 2% que se inyecta a presión por la boca del garrafón invertido. Para el enjuague se usa la segunda sección de la lavadora en donde las válvulas que inyectan agua tratada para retirar completamente la sosa. Los garrafones limpios se pasan a la sección de llenado.

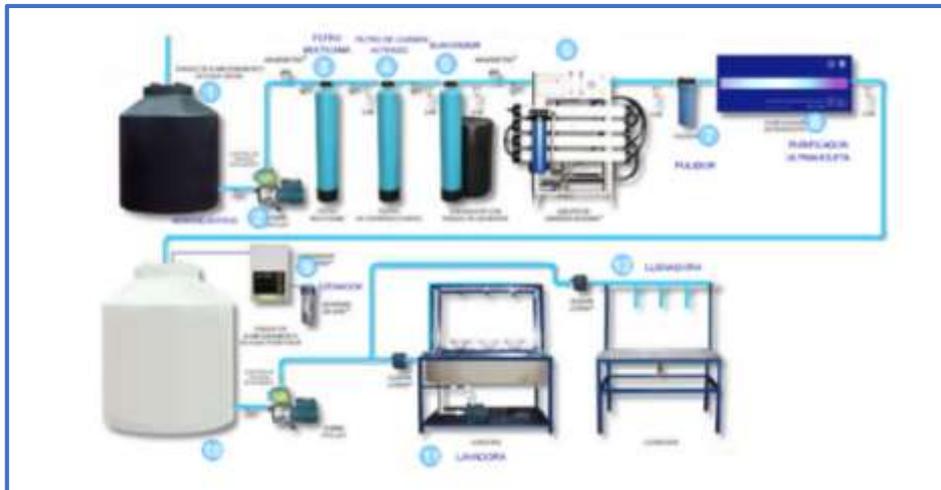
- **Llenado, tapado y etiquetado:**

Se efectúa por medio de una máquina llenadora, el garrafón se coloca sobre una mesa con rodillos debajo de las válvulas, se llena y luego se desliza sobre una mesa fuera del área de llenado, donde se efectúa el tapado con capuchones de plástico previamente desinfectados en solución clorada; posteriormente se etiqueta y se traslada al almacén. Fuente: <http://www.aguasistec.com/planta-embotelladora-de-agua-de-mesa.php>

- **Envasado**

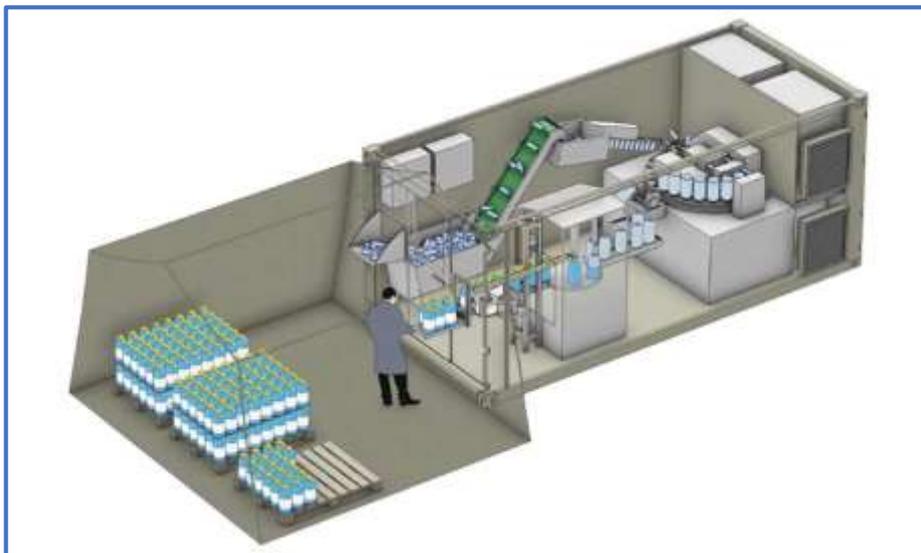
La función del envasado es proteger los alimentos elaborados de la luz, la humedad y otros contaminantes ambientales.

Figura 4: Flujo completo del Proceso de embotellado de envases con agua



Fuente: <https://www.google.com.pe/search>

Figura 5: Modelo de Planta Embotelladora de Agua.



- Fuente: <https://www.google.com.pe/search>

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

Para las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería, mejorar la calidad de servicio a los clientes implica aplicar una estrategia de atención al cliente.

3.2 Hipótesis Específicas

- Una apropiada gestión implica el uso de herramientas de calidad en las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería.
- Las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería que llevan una gestión enfocada en el cliente, gozan de la preferencia de los clientes que perciben calidad de atención y servicio.
- La capacitación del personal mejora el nivel de servicio en las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo de investigación

Es del tipo cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizarán procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. (Hernández, 2015)

4.2 Nivel de investigación

Es nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizará comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado. (Hernández, 2015).

4.3 Diseño de investigación

El diseño de esta investigación será no experimental – transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuará en un solo momento, en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra conformada por las microempresas a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

4.3.1 No experimental

La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizará sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

4.3.2 Descriptivo

La investigación tendrá carácter descriptivo. Sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.

4.3.3 Transversal

Es transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

4.4 Universo y muestra

4.4.1 Población

La población está constituida por 15 micros y pequeñas empresas dedicadas al sector industrial, envasado de agua de mesa. Las fuentes de información a las cuales se realizó la consulta fueron la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo y Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

4.4.2 Muestra

De acuerdo a la determinación de la población, se evaluará si es necesaria la aplicación del siguiente instrumento estadístico:

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso

Por conveniencia para la investigación se decide tomar como muestra a 15 mypes del rubro, envasadora de agua de mesa, según cuadro adjuntar.

Envasadoras de agua de mesa

RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN
AGUA DE MESA JIMAR E.I.R.L	JR GUILLERMO SISLEY N°432
AGUA DE MESA PURA Y SANA	JR 30 AGOSTO N°251 /9 OCTUBRE
AGUA DE MESA SILOE E.I.R.L	JR PACHITEAN°408
AGUA DE MESA ALISSON S.A.C	JR LETICIA N°275
AGUA DE MESA M&C E.I.R.L	JR TARAPACA N°825
AGUA DE MESA VIVA	JR GUILLERMO SISLEY N°398
AGUA DE MESA ABIZ	JR GUILLERMO SISLEY N°775
AGUA DE MESA CLARITA	CARMEN CABREJO N°440
AGUA DE MESA CELESTIAL	JR ROSA MEDINO. MZ A. LOTE 05
AGUA DE MESA SOY VIDA	JR. BOLOGNESI N°127
AGUA DE MESA GAVISA	JR AMAZONAS N°341
AGUA DE MESA EMINEÂ M	CALLE. 14 MZA. 25 LOTE. 01
AGUA DE MESA SANTA SOFIA	CALLE. 4 MZ. A LOTE. 12
AGUA DE MESA SAMAR	AV. 03 DE ABRIL N°620 MICAELA B.
AGUA DE MESA CAUDAL	Av. Colonización N° 1540

Del total de encuestas realizadas el 100% (15) de las empresas consideran que tienen como propósito mejorar la calidad del servicio al cliente

(1) ¿tiene una ubicación apropiada del usuario en la sala de espera?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	9	60%	60%
NO	6	40%	100%
TOTAL	15	100%	100%

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	9	60%	60%
NO	6	40%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Del total de encuestas realizadas el 60% (9) de las empresas si cuentan con personales adecuados, y orientados y el 40% (6) empresas no cuentan con personales capacitados.

4.5 Definición y Operacionalización de Variables

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de calidad	Planear y gerenciar para el mejoramiento continuado del sistema de calidad, incluyendo el uso de la política de calidad, objetivos y los datos sobre el desempeño de la calidad. Administración y control de calidad. Evans, James R., William M. Lindsay (2008)	Plan de Calidad	La gestión tiene como propósito la mejora continua.	Planificación de los Objetivos	Nominal
				Existen inversiones para mejorar el servicio	Nominal
		Calidad de Servicio	Se cuenta con procesos identificados y estandarizados.	Mejorar la calidad de servicio	Nominal
				Existen instalaciones implementadas.	Nominal
Enfoque en el cliente	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos. Administración y control de calidad. Evans, James R., William M. Lindsay (2008)	Grado de satisfacción	Disposición de ambientes agradables al cliente y entrenamiento del personal para brindar un servicio amable.	El personal está totalmente calificado	Nominal
		Quejas y sugerencias	- Disposición para atender las inquietudes del cliente.	Evaluación de atributos que valora el cliente	Nominal

Fuente: Elaborado por la tesista Freyci Inca

4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.6.1 Técnicas

Maya, E. (2013), “indican que las técnicas e instrumentos para una investigación se refieren a los procedimientos y herramientas mediante los cuales vamos a recoger los datos e informaciones necesarias” para “contrastar nuestra hipótesis de investigación.” (p.125)

Se hizo uso de las siguientes técnicas:

- Encuesta
- Entrevista

4.6.2 Instrumentos

Según **Bernardo & Calderero (2000)**, consideran que los instrumentos constituyen un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. (p.2)

Para nuestra investigación, con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas, se elaboró un cuestionario estructurado presentado en una encuesta.

4.7 Plan de análisis de datos

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se confeccionó una base de datos en Excel.

Luego se trasladó los datos para su tabulación en el programa IBM SPSS STATISTICS, exclusivo para estadística e investigación y finalmente mediante el uso del Word, y el análisis descriptivo, se realizó la discusión de los resultados.

4.8 Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de Consistencia de la Investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
¿Si las mypes del sector industrial, rubro de envasado de agua de mesa, del distrito de Callería, se gestionan con herramientas de calidad y priorizan el servicio al cliente?	<p>Objetivo General Determinar la gestión con uso de herramientas de calidad y servicio al cliente en las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Calleria, año 2018.</p> <p>Objetivos Específicos - Determinar si las mypes del sector industrial, rubro</p>	<p>Variable Atención al cliente</p> <p>Variable Gestión de Calidad</p>	<p>Hipótesis General Para las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería, mejorar la calidad de servicio a los clientes implica aplicar una estrategia de atención al cliente.</p> <p>Hipótesis Específicas - Una apropiada gestión implica el uso de herramientas de</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptiva.</p> <p>Diseño de la Investigación: -No experimental, transversal y descriptivo.</p>	<p>Técnica: - Encuesta - Entrevista.</p> <p>Fuentes: Municipalidad Provincial de Coronel Portillo y Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.</p>

	<p>envasado agua de mesa, del distrito de Callería se gestionan con calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer si las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente. - Conocer si las mypes del sector industrial, rubro envasado agua de mesa, del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una 		<p>calidad en las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería que llevan una gestión enfocada en el cliente, gozan de la preferencia de los clientes que perciben calidad de atención y servicio. - La capacitación del personal mejora el nivel de servicio en las mypes del sector 		<p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Población Según las fuentes consultadas existen 15 mypes del rubro en investigación.</p> <p>Muestra La muestra se determinó por conveniencia, es decir se tomó al 100,0% de la población.</p>
--	--	--	--	--	--

	experiencia de servicio al cliente.		industrial, rubro envasado de agua de mesa del distrito de Callería.		
--	-------------------------------------	--	--	--	--

Fuente: Elaborado por Freyci Inca

4.9 Principios éticos

El presente informe de investigación se realizó respetando los principios éticos emanados del Reglamento de Ética de la Universidad Católica Uladech¹, los cuales se citan a continuación:

- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Libre participación y derecho a estar informado.** - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.
- **Protección a las personas.** - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la

¹ Código de ética para la investigación versión 001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N 0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 16 de agosto del 2019.

privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

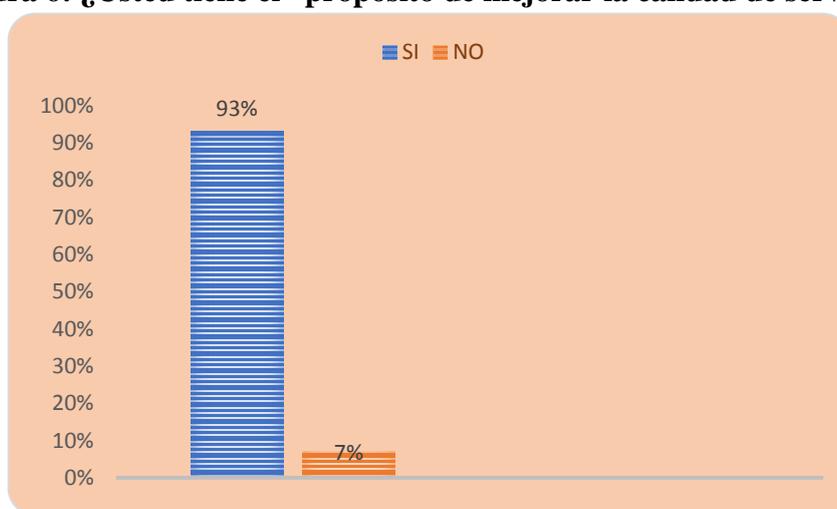
A. Plan de calidad

Tabla 3: ¿Usted tiene el propósito de mejorar la calidad de servicio?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	14	93%	93%
NO	7	7%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 6: ¿Usted tiene el propósito de mejorar la calidad de servicio?



Fuente: Tabla 3

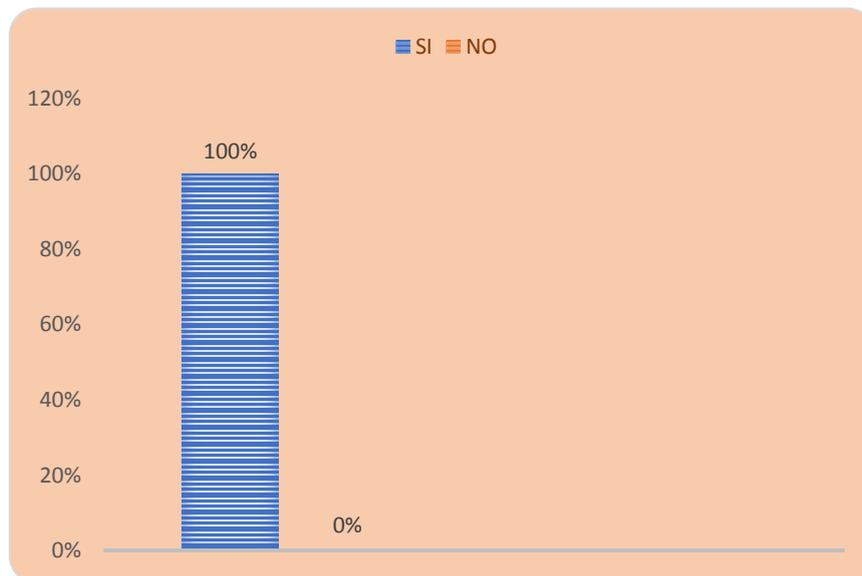
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 93% (14) de las empresas consideran que si tiene el propósito de mejorar la calidad de servicio y el 7% (7) considera que no porque para él es demasiado costoso.

Tabla 4: ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	15	100%	100%
NO	0	0%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 7: ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?



Fuente: Tabla 4

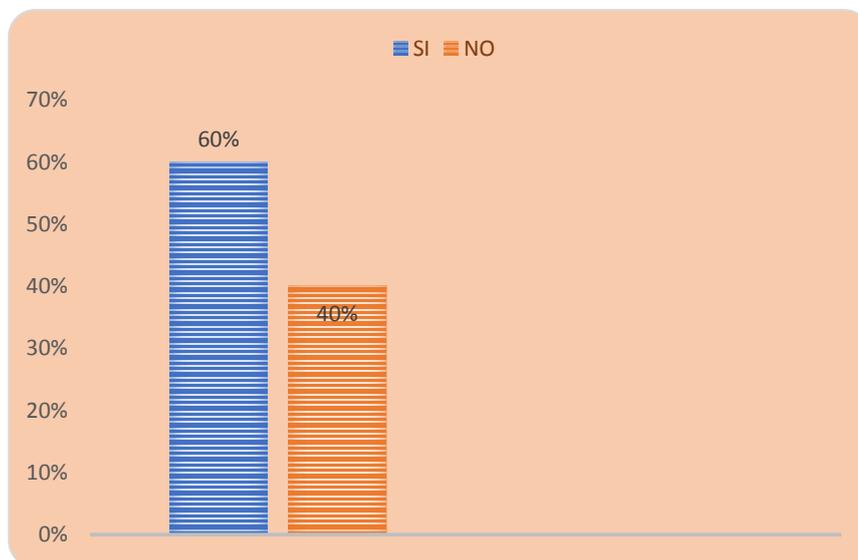
Interpretación: Ante la pregunta ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua? La totalidad de las empresas respondió afirmativamente.

Tabla 5: ¿tiene una ubicación apropiada del usuario en la sala de espera?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	9	60%	60%
NO	6	40%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 8: ¿tiene una ubicación apropiada del usuario en la sala de espera?



Fuente: Tabla 5

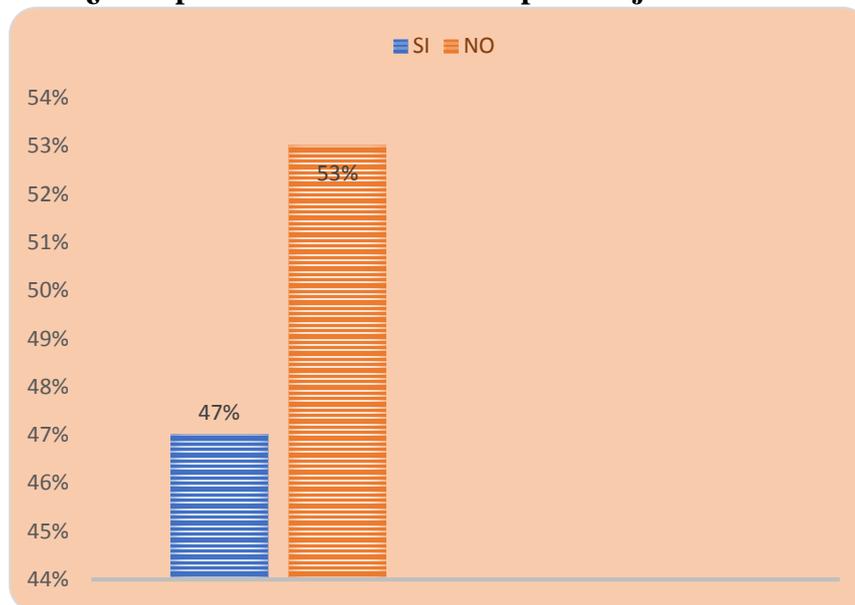
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 60% (9) de las empresas si tienen una buena ubicación apropiada para los clientes y el 40% (6) consideran que no lo tienen.

Tabla 6: ¿la empresa realiza inversiones para mejorar los Materiales?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	7	47%	47%
NO	8	53%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 9: ¿la empresa realiza inversiones para mejorar los Materiales?



Fuente: Tabla 6

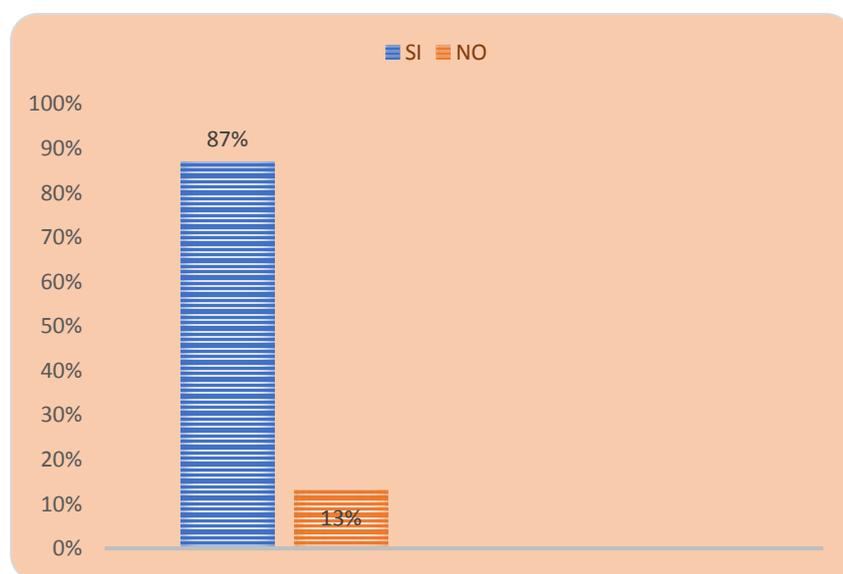
Interpretación Del total de encuestas realizadas el 47% (7) de las empresas consideran que si es necesario y el 53% (8) considera que no porque para él es demasiado costoso.

Tabla 7: ¿Usted cumple con la norma sanitaria a fin de proveer agua, con el fin de proteger la salud de los consumidores?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	13	87%	87%
NO	2	13%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 10: ¿Usted cumple con la norma sanitaria a fin de proveer agua, con el fin de proteger la salud de los consumidores?



Fuente: Tabla 7

Interpretación Del total de encuestas realizadas el 87% (13) de las empresas cumple con el documento salubridad y el 13% (2) no cuenta con ese documento.

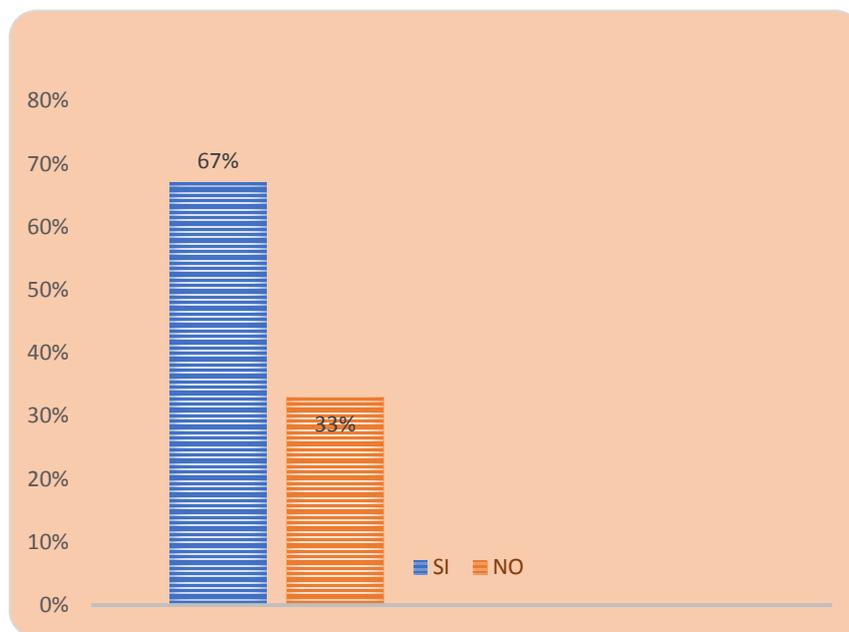
B. CALIDAD DE SERVICIO

Tabla 8: ¿Usted considera que la empresa da una buena atención?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	10	67%	67%
NO	5	33%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 11: ¿Usted considera que la empresa da una buena atención?



Fuente: Tabla 8

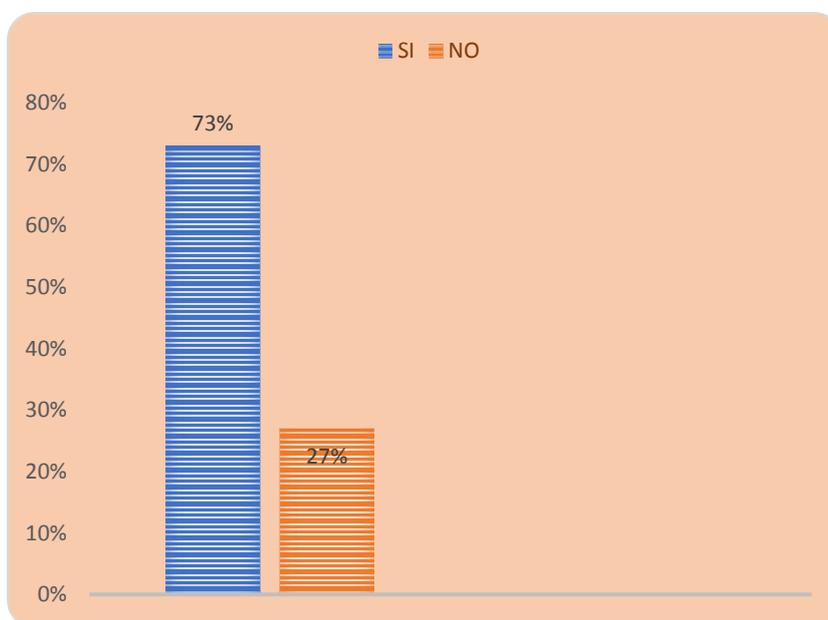
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 67% (10) de las empresas consideran que si dan buena atención y el 33% (5) considera que no dan buena atención al cliente.

Tabla 9: ¿El personal que representa la empresa está totalmente calificado?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	11	73%	73%
NO	4	27%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 12: ¿El personal que representa la empresa está totalmente calificado?



Fuente: Tabla 9

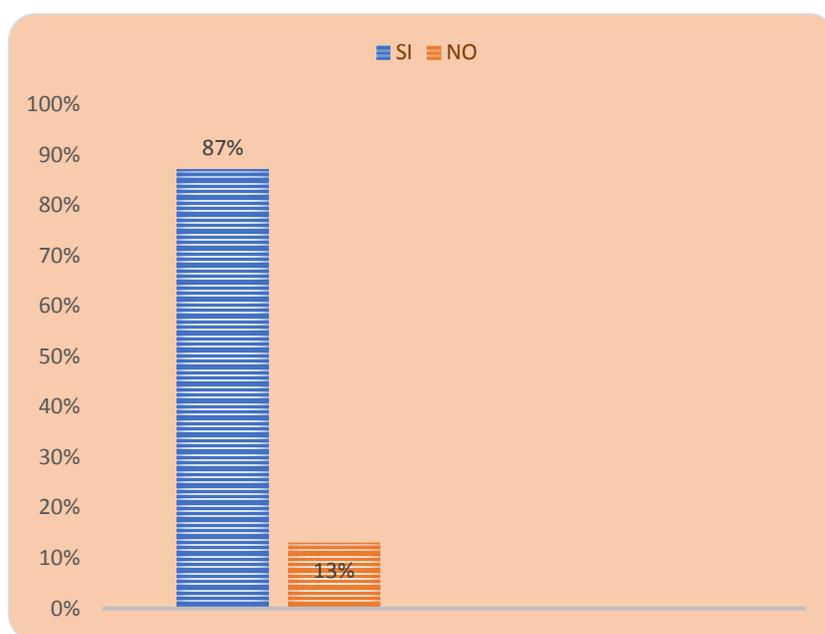
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 73% (11) mypes cuentan con personal calificado. El 27% (4) considera que no porque para ellos es costoso tener otro personal.

Tabla 10: ¿Usted cree que el trato que tiene el personal de la empresa considera que es amable?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	13	87%	87%
NO	2	13%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 13: ¿Usted cree que el trato que tiene el personal de la empresa considera que es amable?



Fuente: Tabla 10

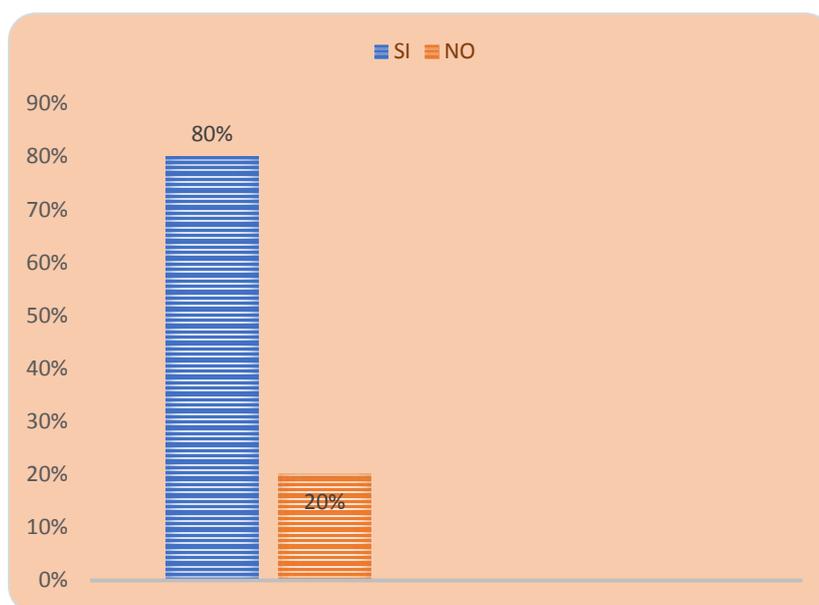
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 87% (13) de las empresas consideran que su personal está bien entrenado en el ámbito de la atención y el 13% (2) considera que no hay momentos que no entienden al cliente.

Tabla 11: ¿Usted controla y supervisa la calidad del agua para el consumo humano?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	12	80%	80%
NO	3	20%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 14: ¿Usted controla y supervisa la calidad del agua para el consumo humano?



Fuente: Tabla 11

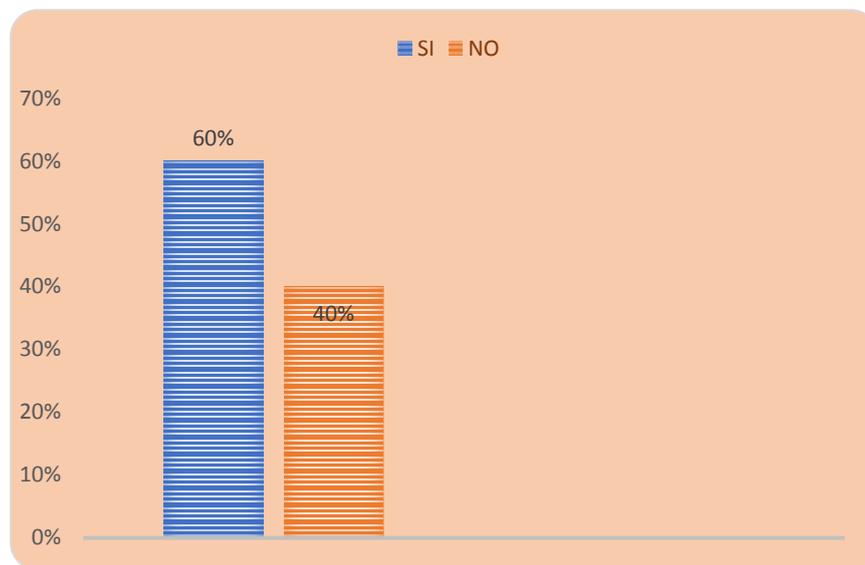
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 80% (12) de las empresas consideran que si porque para ellos es importante dar una bebida saludable y el 20% (3) considera que no, por no está todo el tiempo en la elaboración

Tabla 12: ¿Cuenta con instalaciones implementadas?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	9	60%	60%
NO	6	40%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 15: ¿Cuenta con instalaciones implementadas?



Fuente: Tabla 12

Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 60% (9) de las empresas si están implementadas y con nuevas tecnologías y el 40% (6) considera que no porque para él es demasiado costoso.

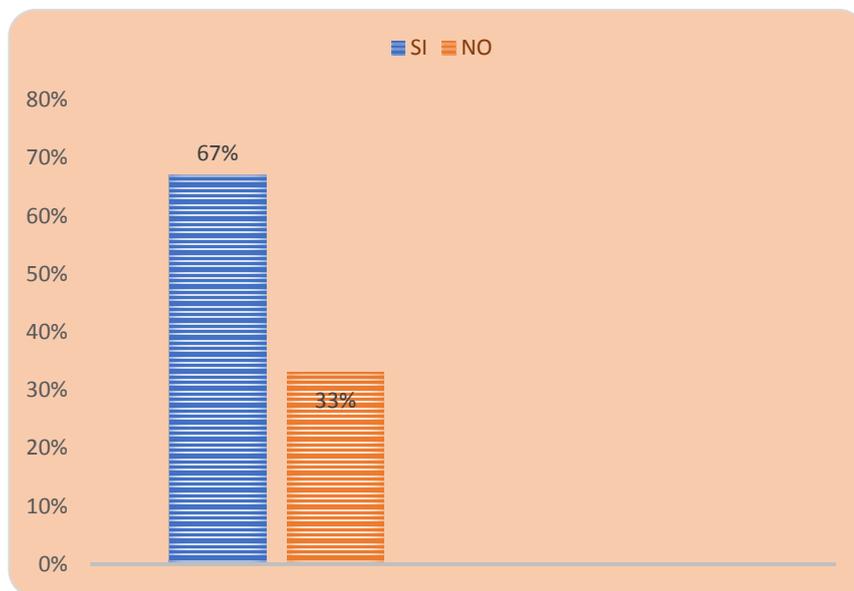
(C) GRADO DE SATISFACCIÓN

Tabla 13: ¿Usted cree que su cliente está siempre satisfecho?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	10	67%	67%
NO	5	33%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 16: ¿Usted cree que su cliente está siempre satisfecho?



Fuente: Tabla 13

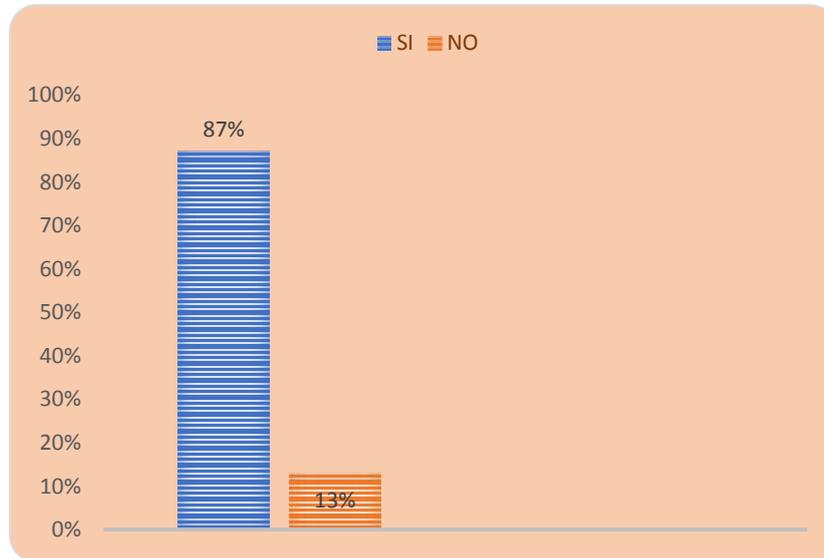
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 67% (10) de las empresas siempre están seguros, porque los prefieren con el producto y el 33% (5) considera que no tan satisfecho por la atención.

Tabla 14: ¿Estás de acuerdo a lo que el cliente opine?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	13	87%	87%
NO	2	13%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 17: ¿Estás de acuerdo a lo que el cliente opine?



Fuente: Tabla 14

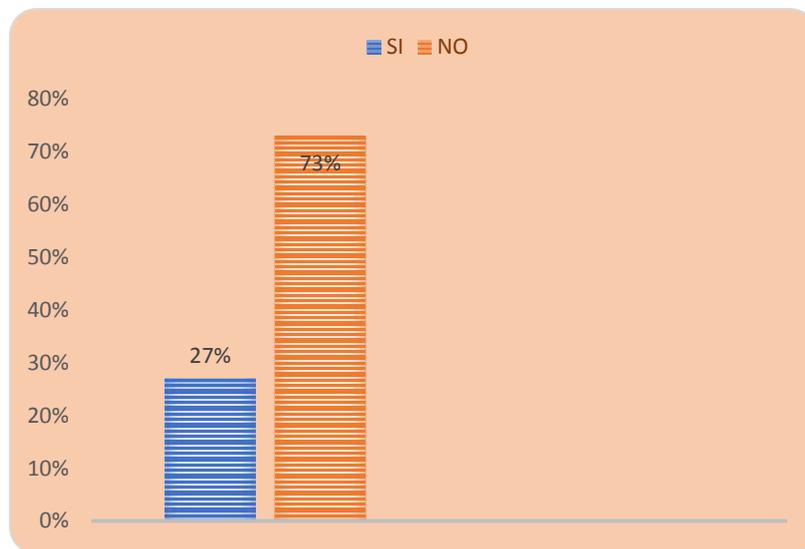
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 87% (13) de las empresas consideran que si están de acuerdo con el cliente y el 13% (2) considera que no porque para él no es bueno que opinen el cliente.

Tabla 15: ¿El cliente está satisfecho por el horario de atención?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	4	27%	27%
NO	11	73%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 18: ¿El cliente está satisfecho por el horario de atención?



Fuente: Tabla 15

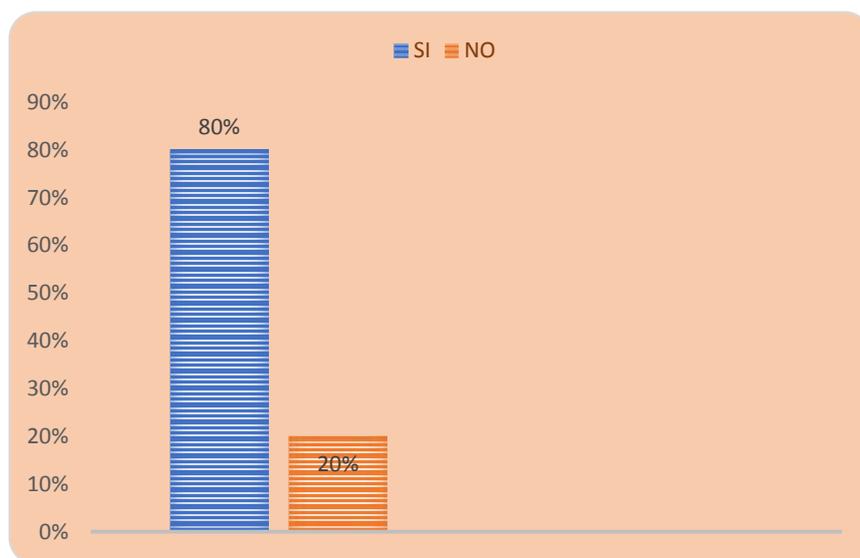
Interpretación Del total de encuestas realizadas el 27% (4) de las empresas consideran que el cliente si se siente cómodo con el y el 73% (11) considera que no la atención no es rápida

Tabla 16: ¿La empresa dispone de los medios de comunicación que faciliten la atención adecuada?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	12	80%	80%
NO	3	20%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 19: ¿La empresa dispone de los medios de comunicación que faciliten la atención adecuada?



Fuente: Tabla 16

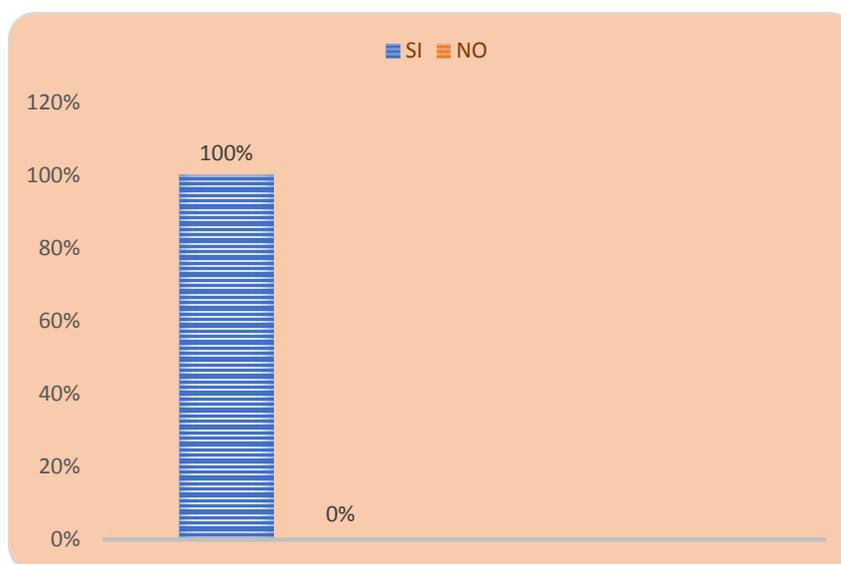
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 80% (12) de las empresas si tienen medios de comunicación las nuevas tecnologías y el 20% (2) no porque para él es costoso.

Tabla 17: ¿Usted considera que su producto tiene aceptación del público?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	15	100%	100%
NO	0	0%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 20: ¿Usted considera que su producto tiene aceptación del público?



Fuente: Tabla 17

Interpretación: Donde se muestra que del total de encuestas realizadas el 100% (15) de las empresas consideran si el producto es aceptable, el cliente está satisfecho con el producto y el 0% (0) considera que no.

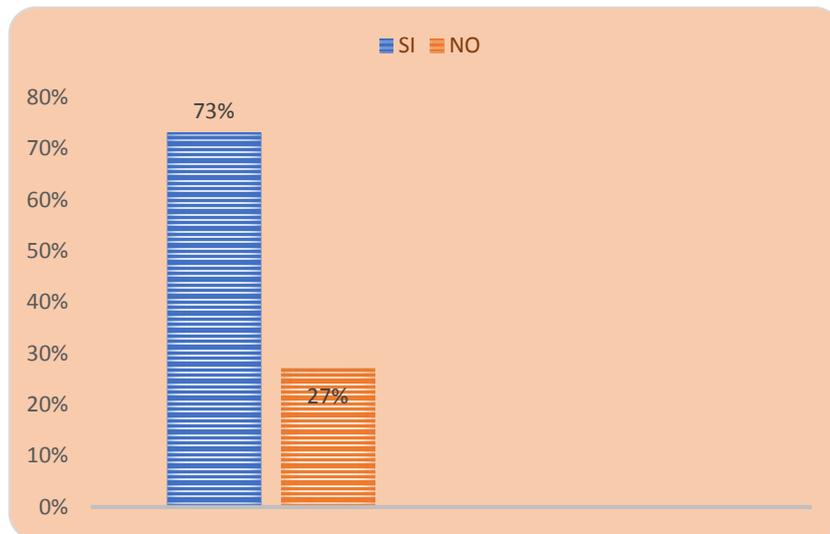
(D) QUEJAS Y SUGERENCIAS

Tabla 18: ¿Alguna vez ya tuviste reclamo del producto?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	11	73%	73%
NO	4	27%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 21: ¿Alguna vez ya tuviste reclamo del producto?



Fuente: Tabla 18

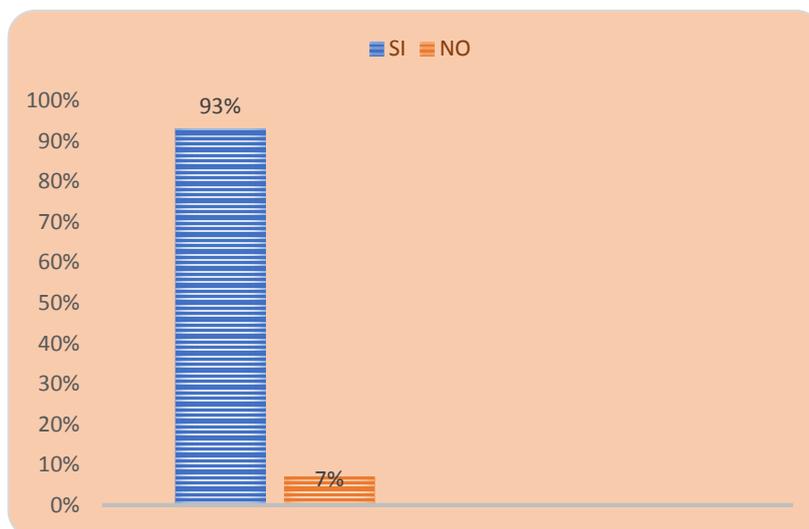
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 73% (11) de las empresas que sí tuvieron reclamos y muchas más cuando estas empezando en el mercado y el 27% (4) considera que no.

Tabla 19: ¿Usted de inmediato le da solución al problema del cliente?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	14	93%	93%
NO	1	7%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 22: ¿Usted de inmediato le da solución al problema del cliente?



Fuente: Tabla 19

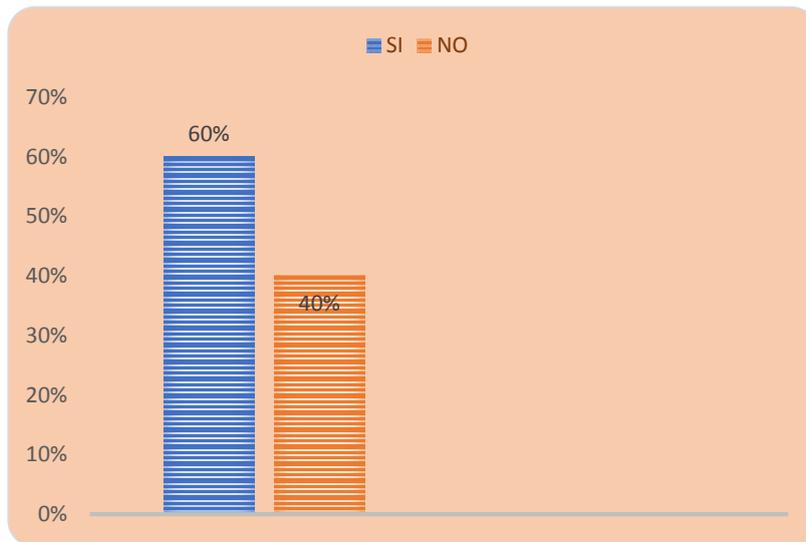
Interpretación: Del total de las encuestas realizadas el 93% (14) de las empresas si da solución al cliente. 1% (1) que no.

Tabla 20: ¿Tiene usted una persona adecuada para orientar y capacitar a los clientes?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	9	60%	60%
NO	6	40%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 23: ¿Tiene usted una persona adecuada para orientar y capacitar a los clientes?



Fuente: Tabla 20

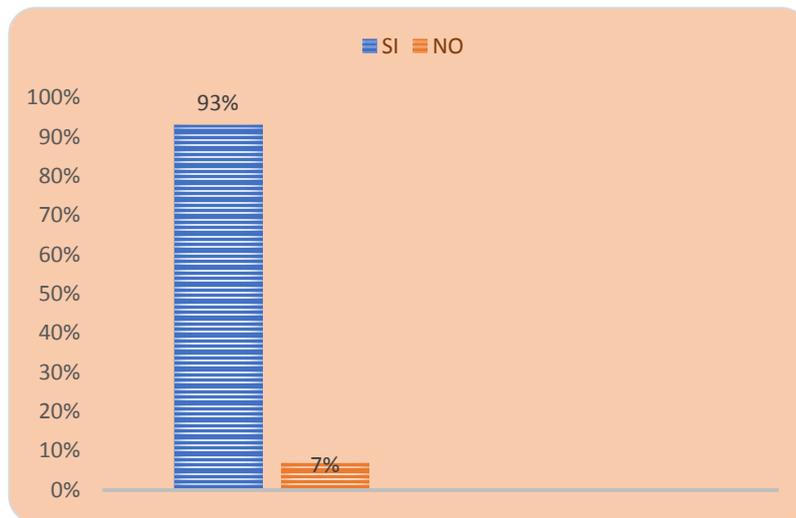
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 60% (9) de las empresas si cuentan con personales adecuados, y orientados y el 40% (6) empresas no cuentan con personales capacitados.

Tabla 21: ¿Usted evalúa de forma adecuada las quejas y sugerencias del cliente?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	14	93%	93%
NO	1	7%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 24: ¿Usted evalúa de forma adecuada las quejas y sugerencias del cliente?



Fuente: Tabla 21

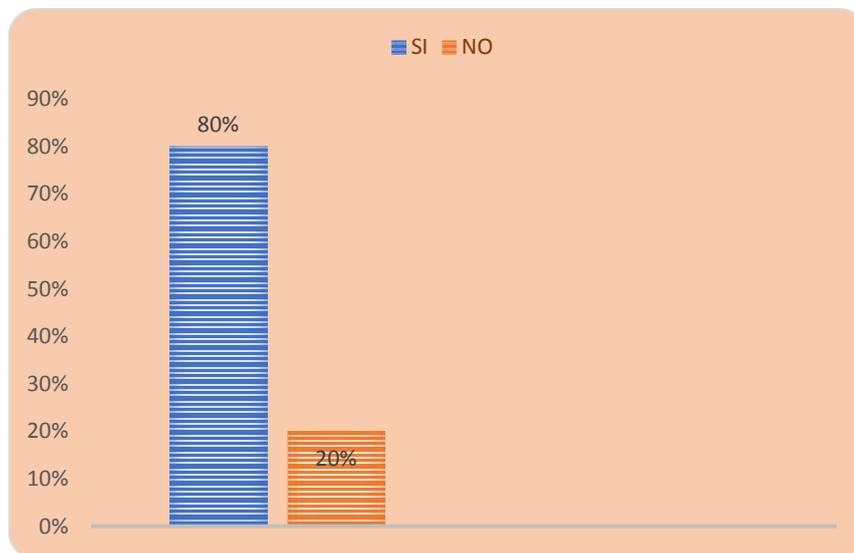
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 93% (14) de las empresas orienta y evalúa las quejas del cliente necesario las sugerencias de parte el cliente y el 7% (1) considera que no toma en cuenta al cliente.

Tabla 22: ¿Está el personal cumpliendo con las exigencias del cliente?

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	12	80%	80%
NO	3	20%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Fuente: encuesta a la muestra de mypes seleccionadas.

Figura 25: ¿Está el personal cumpliendo con las exigencias del cliente?



Fuente: Tabla 22

Interpretación: Del total de las encuestas realizadas el 80% (12) de las empresas si está cumpliendo con lo que el cliente le está pidiendo o el necesita y el 20% (3) no.

5.2 Análisis de los resultados

El análisis que a continuación se realiza nos permite identificar el alcance obtenido, luego de la realización del trabajo de campo, respecto a los objetivos de investigación establecidos. Estos resultados se han confrontado con la literatura citada en el contenido de este informe.

Los resultados de investigación se relacionan con el objetivo general referido a determinar la gestión con uso de herramientas de calidad y servicio al cliente en las mypes del sector industrial, envasado agua de mesa, del distrito de Calleria, año 2018. En la cual, se evidenció que el 100,0% de los microempresarios están enfocados en lograr la mejora continua de su proceso productivo. Los motiva el nivel de competencia que se ha establecido entre ellos y la oportunidad del mercado de que el producto es sinónimo de salud y bienestar por los consumidores. Este análisis se relaciona con la investigación de **Sánchez, A. y Cerón, O. (2014)** en su investigación de título “Documentación del sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001: 2015 para la Empresa “Transportes A.R. S.A.”. En esta investigación se hace referencia al propósito principal de un sistema de gestión de calidad para la organización la cual se enfoca en el control de los procesos para determinar posibles deficiencias como parte de la mejora continua.

Asimismo, respecto al primer objetivo Específico: determinar si las mypes del sector industrial, envasado de agua de mesa del distrito de Callería se gestionan con calidad; los resultados no afirman que existe un sistema de calidad implementado con registros de calidad y cumplimiento de una norma ISO. Sin embargo, existe disposición a futuro para lograr tal avance de calidad porque son negocios que desean

desarrollarse en el mercado y llegar a nuevos clientes y empresas que exigen altos niveles de calidad.

Según el objetivo específico: conocer si las mypes del sector industrial, envasado de agua de mesa del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente; también los resultados que se han obtenido evidencian un enfoque desarrollado en el cliente, lo cual es positivo, tal como lo sustenta **López, J. (2018)** en su tesis “Marketing mix y la satisfacción del cliente de la envasadora bella durmiente E.I.R.L. donde fundamenta la relación exitosa de las acciones de conocimiento del cliente y el impacto en la satisfacción.

Y respecto al tercer objetivo específico: conocer si las mypes en el sector industrial, envasado de agua de mesa del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente; los microempresarios indican que es una preocupación mantener un personal calificado y a su vez un personal orientado a atender al cliente. Por lo tanto, estas acciones constituyen la estrategia de las mypes para mejorar la experiencia de servicio del cliente.

Finalmente, la investigación según los resultados obtenidos, se comprueba la validez de la hipótesis general: “Para las mypes del sector servicios, envasado de agua de mesa del distrito de Callería, mejorar la calidad de servicio a los clientes implica aplicar una estrategia de atención al cliente”; porque las mypes tiene un plan de acción enfocado en lograr un cliente satisfecho como resultado de las acciones de conocimiento del cliente, mejora de procesos y análisis del nivel de servicio.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

De acuerdo al presente proyecto de investigación elaborado, se concluye que las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería año 2018 tienen la necesidad de mantenerse estables y competitivos en el mercado de tal forma poder superar la competencia “para lograr un índice elevado de calidad, Juran expone la trilogía de la calidad, la cual consiste en Planificar, Controlar y Mejorar.”

“Planificación de la calidad. En este proceso se determina quienes son los usuarios y sus necesidades, se define las características del producto, así como desarrollar procesos capaces de producir las características del producto y ejecutar lo planificado.”

“Control de la calidad. En esta etapa se evalúa el procedimiento hasta el producto, y se contrasta con sus objetivos, para intervenir sobre la diferencia.”

“Mejoramiento de la calidad. Es el momento que se produce los cambios ventajosos, hacia un avance en la forma de administrar el producto, el cual conlleva tres acciones.”

Para las mypes es importante el uso de atención al cliente ya que se encontró un mercado donde que indica que a mayor calidad de atención al cliente mejor posicionamiento de mercado, por ende, mayores ventas y mayor creciendo en el mercado.

6.2 Recomendaciones

El incremento de la población de Callería y su expansión urbana, constituyen la principal justificación para nuevos emprendimientos. Esta oportunidad debe ser aprovechada por las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa, del distrito de Callería alcanzando un crecimiento sostenible basados en una gestión de calidad.

Para dicho enfoque de calidad es necesario iniciar un proceso educativo que requiere del compromiso, capacitación, entrenamiento, motivación, participación y autocontrol de la organización. Promover una cultura de empresa, aplicando técnicas y métodos de cambio continuo.

Enmarcar el desarrollo de las operaciones enfocados en el cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado de Marsano (2013). Brainketing. El cerebro y la revolución del marketing.

Pag 142.

Anda, C. (2015). Análisis sobre participación y posicionamiento de marcas de agua embotellada en la ciudad de Milagro. Universidad de Especialidades Espíritu Santo (Samborondon – Ecuador).

Bernardo & Calderero (2000), Aprendo a investigar en educación. Editores: Madrid : Rialp, 2000.

Calderón N. (2002) Artículo servicio al cliente. Disponible en red. www.monografias.com/trabajos11/.../sercli.shtml.

Código de Ética Uladech (2019). Código de ética para la investigación versión 001. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Contreras, A. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la agencia bancaria Santa Anita del Banco de Crédito del Perú, 2018. Universidad Cesar Vallejo.

Dick, AS y Basu, K. (1994). Lealtad del cliente: hacia un marco conceptual integrado. Revista de la Academia de Ciencias de Marketing, 22, 99-113. <http://dx.doi.org/10.1177/0092070394222001>.

El Comercio (6.oct.2016). Consumo de agua embotellada aumentó 14% en primer semestre, publicado en el diario *El Comercio*, Economía. Recuperado de <https://archivo.elcomercio.pe/economia/negocios/mercado-agua-embotellada-aumento-14-primer-semester-noticia-1936861/1>

Evans, James R. y William M. Lindsay (2008). Administración y control de la

calidad, 7a. edición. México, D.F. Cengage Learning.

Hernández, R. et. al (2006). Metodología de la Investigación Científica, 4ª edición, Edit. Mc Graw Hill, México, pp. 850, p. 205.

Karl Albrecht (1991). Gerencia de Servicio. Legis Editores S.A. Bogotá, Colombia.

Ley N° 28015 (2003). Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa (Promulgada el 3 de Julio del 2003). Congreso de la República. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>

Ley N° 30056 (2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Diario el Peruano. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>.

López, J. (2018). Marketing mix y la satisfacción del cliente de la envasadora bella durmiente E.I.R.L. Universidad de Huánuco.

Macias, J. (2015). Evaluación de la calidad físico-química y microbiológica de las aguas embotelladas, comercializadas en la ciudad de Babahoyo en el periodo enero marzo 2013 (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil.

Maya, E. (2013). Métodos y técnicas de investigación. Universidad Nacional Autónoma de México Facultad de Arquitectura México 2014.

Mideyros, E. (2016). Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes del sector comercialización - rubro distribución de agua de mesa para consumo humano en el distrito de Juanjuí, 2015. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Ramírez, C. (2018). Caracterización del control interno en la gestión administrativa y financiera de las entidades sin fines de lucro del Perú: caso empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Coronel Portillo, Sociedad Anónima, 2017. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Reátegui, A. (2017). Gestión de calidad de las empresas comercializadoras de agua de mesa de la provincia de San Martín. Universidad Nacional De San Martín Tarapoto.

Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/550871>

Reyes, E. & Cosio, L. (2018). Fidelización de los clientes mediante la estrategia Customer Relationship Management del marketing relacional para la empresa embotelladora Cusco del Sol S.R.L. 2017. Universidad Andina del Cusco.

Sánchez, A. y Cerón, O. (2014). Documentación del sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001: 2015 para la Empresa “Transportes A.R. S.A.”.

Santana Moya, A. L.; Montenegro Zurita, D. P. (2016). Plan de negocios de producción y comercialización de agua medicinal embotellada en la ciudad de Quito (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.

Ventocilla, F. (2016). Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercialización de agua de mesa, distrito de Iquitos, año 2016. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote.

ANEXOS

1. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Freyci Inca)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
· Folder (docena)	10	1	10.00
· Fotocopias	0.1	832	83.20
· Empastado	50	1	50.00
· Papel bond A-4 (500 hojas)	13	2	26.00
· Anillados	6	8	48.00
· Lapiceros	4	6	24.00
· USB	1	24	24.00
Servicios			
· Internet (horas)	50	1	50.00
· Uso de Turnitin	100	1	100.00
Sub total			415.20
Gastos de viaje			
· Pasajes para recolectar información (ida y vuelta)	8	16	128.00
Sub total			128.00
Total de presupuesto desembolsable			543.20
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University)	40	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1195.20

Fuente: Elaborado por Freyci Inca

2. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	2017								2018							
		Semestre I -				Semestre II -				Semestre I -				Semestre II -			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	■															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación.			■													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			■													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación			■													
5	Mejora del marco teórico				■						■						
6	Redacción de la revisión de la literatura.						■					■					
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						■										
8	Ejecución de la metodología						■										
9	Resultados de la investigación							■			■	■			■		
10	Conclusiones y recomendaciones								■			■			■		
11	Redacción del pre informe de Investigación.								■								
12	Reacción del informe final											■	■		■		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación															■	■
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																■
15	Redacción de artículo científico																■

Fuente: Elaborado por Freyci Inca

Instrumento



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

ENCUESTA A MYPES

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio.

Estimado microempresario:

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector industrial, rubro envasado de agua de mesa, distrito de Callería, 2018. La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; se agradece por su colaboración.

Datos de identificación

Provincia:.....
Distrito:.....
Nombre de la empresa:.....
Dirección:.....

Datos generales

1. Nombre del administrador.
.....
2. Grado de instrucción.
 - a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Técnica
 - d. Superior

- 3. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?**
a) De 1 a 4 años b) de 4 a 6 años c) de 7 a más años

A. Plan de calidad

- 1. ¿Usted tiene el propósito de mejorar la calidad de servicio?**
(SI) (NO)
- 2. ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?**
(SI) (NO)
- 3. ¿tiene una ubicación apropiada del usuario en la sala de espera?**
(SI) (NO)
- 4. ¿la empresa realiza inversiones para mejorar los materiales?**
(SI) (NO)
- 5. ¿Su empresa cumple con la norma sanitaria para proveer agua protegiendo la salud de sus consumidores?**
(SI) (NO)

B. CALIDAD DE SERVICIO

- 6. ¿Usted considera que la empresa da una buena atención al cliente?**
(SI) (NO)
- 7. ¿el personal que representa la empresa está totalmente calificado?**
(SI) (NO)
- 8. ¿Usted cree que el trato que tiene el personal de la empresa considera que es amable?**
(SI) (NO)
- 9. ¿Usted controla y supervisa la calidad del agua para el consumo humano?**
(SI) (NO)
- 10. ¿Cuenta con instalaciones implementadas?**
(SI) (NO)

C. GRADO DE SATISFACCIÓN

11. ¿Usted cree que su cliente está siempre satisfecho?

(SI) (NO)

12. ¿Estás de acuerdo a lo que el cliente opine?

(SI) (NO)

13. ¿El cliente está satisfecho por el horario de atención

(SI) (NO)

14. ¿La empresa dispone de los medios de comunicación que faciliten la atención adecuada?

(SI) (NO)

15. ¿Usted considera que su producto tiene aceptación del público?

(SI) (NO)

(D) QUEJAS Y SUGERENCIAS

16. ¿Alguna vez ya tuviste reclamo del producto?

(SI) (NO)

17. ¿Usted de inmediato le da solución al problema del cliente?

(SI) (NO)

18. ¿Tiene usted una persona adecuada para orientar y capacitar a los clientes?

(SI) (NO)

19. ¿Usted evalúa de forma adecuada las quejas y sugerencias del cliente?

(SI) (NO)

20. ¿Esta el personal cumpliendo con las exigencias del cliente?

(SI) (NO)

Pucallpa, octubre del 2018

3. Matriz de datos

MATRIZ DE DATOS																
ITEM	N° Encuestas Pregunta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	GRUPO A	PLAN DE CALIDAD														
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1
4	4	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1
5	5	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
	GRUPO B	CALIDAD DE SERVICIO														
6	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2
7	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
8	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
9	4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
10	5	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
	GRUPO C	GRADO DE SATISFACCION														
11	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1
12	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
13	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2
14	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1
15	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	GRUPO D	QUEJAS Y SUGERENCIAS														
16	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2
17	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	3	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1
19	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
20	5	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
1	Si	17	14	13	17	17	11	14	16	13	15	17	19	15	13	16
2	No	3	6	7	3	3	9	6	4	7	5	3	1	5	7	4
	TOTAL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

Fuente: elaborado por Freyci Inca.

GESTIÓN DE CALIDAD CON ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN ENVASADORAS DE AGUA - CALLERÍA, 2018

INCA CARDENAS, FREYCI

Universidad Católica Los Angeles de Chimbote - Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración

Octubre 2019

RESUMEN

El informe final de investigación tuvo como objetivo determinar Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa- Callería, 2018. La investigación parte de la situación problemática respecto a la aplicación de gestión con el uso de herramientas de calidad dirigidas al cliente, como estrategia de sostenimiento permanente en el mercado. La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa y nivel descriptivo realizada a una población de 15 mypes del distrito de Callería. Mediante la técnica de encuesta, se realizó la entrevista a los microempresarios utilizando como instrumento un cuestionario estructurado de 20 preguntas, obteniendo como resultados más importantes que 47,0% tiene un plan de calidad enfocado en su cliente y 100,0% tienen como propósito común aplicar la mejora continua en su proceso productivo. Respecto a calidad de servicio, el 33,0% debe mejorar su nivel de servicio, teniendo que mejorar el nivel de calificación del personal en trato al cliente. En grado de satisfacción, el 67,0% considera que cumple con sus clientes, teniendo como oportunidad de mejorar ampliar el horario de atención. En el aspecto de quejas y sugerencias, se halla que el 80,0% brinda atención a las inquietudes de sus clientes, hallando que el 20,0% considera que reconoce una brecha aún por satisfacer. En conclusión, estos negocios saben que para mantenerse en el mercado deben alcanzar un índice elevado de calidad, aplicando la “trilogía de la calidad” de Juran: la cual consiste en Planificar, Controlar y Mejorar.

Palabras clave: Gestión de Calidad, cliente, mype, servicio.

ABSTRACT

The final research report aimed to determine the management under the customer service approach in the mypes of the industrial sector, table water packaging, Callería district, year 2018. The investigation starts from the problematic situation regarding the application of management with the use of quality tools directed to the client, as a strategy of permanent support in the market. The research methodology was of the quantitative type and descriptive level carried out on a population of 15 mypes in the Callería district. Using the survey technique, microentrepreneurs were interviewed using as an instrument a structured questionnaire of 20 questions, obtaining as the most important results that 47.0% have a quality plan focused on their client and 100.0% have as a common purpose to apply continuous improvement in their production process. With respect to quality of service, 33.0% must improve their level of service, having to improve the level of qualification of personnel in dealing with customers. In terms of satisfaction, 67.0% consider that they comply with their customers, having as an opportunity to improve their customer service hours. In the aspect of complaints and suggestions, 80.0% pay attention to the concerns of their customers, finding that 20.0% consider that they recognize a gap still to be satisfied. In conclusion, these businesses know that in order to remain in the market they must achieve a high quality index, applying Juran's "trilogy of quality": which consists of Planning, Controlling and Improving.

Keywords: Quality Management, customer, mype, service.

1. INTRODUCCIÓN

Las nuevas tendencias relacionadas al cuidado de la salud y la prevención de consumo de productos con altos niveles de azúcar y grasas saturadas han favorecido el despunte de productos naturales como el agua, oportunidad que ha favorecido a las mypes del sector industrial dedicado al envasado de agua de mesa, generando una gran competencia a nivel nacional como en el propio distrito de Callería, donde existen 15 mypes que buscan ganar y posicionarse en el mercado.

Para el sector de aguas embotelladas, el mercado ya se ha venido mostrando

favorable desde el año 2016, “Las aguas aún tienen una gran oportunidad de seguir creciendo, sobre todo mediante una mayor frecuencia de compra”, afirma Ricardo Oie, gerente del área de bebidas en Kantar Worldpanel, pues la penetración de esta categoría en el semestre ya alcanza el 92%, pero la frecuencia de compra es cada 11 días –mientras que en las gaseosas es cada cinco “. (el Comercio 06.oct.2016).

Otro indicador importante de este sector es que mientras que el consumo de agua en 1,999 era de 19 millones de litros por año, en el 2015 el mercado fue de 643 millones de litros. “En 16 años [el consumo] se multiplicó por 30, número superior a lo que fue la evolución de la economía. Esta categoría crece siempre a dos dígitos”, (el Comercio 06.oct.2016).

Esta gran demanda impulsada por clientes en búsqueda de mantener una mejora calidad de vida originan mayores estándares de calidad en el producto de agua de mesa obligando a estas mypes a desarrollar su organización empresarial, la gestión y su nivel de servicio. Por esta razón, nuestra investigación parte del problema ¿las mypes del sector industrial de envasado de agua de mesa, del distrito de Callería, se gestionan con uso de herramientas de calidad y priorizan el servicio al cliente?

Como objetivo principal, la investigación se ha planteado determinar la gestión con uso de herramientas de calidad y servicio al cliente en las mypes del sector industrial, envasado agua de mesa, del distrito de Calleria, año 2018 y se justifica en el interés de mejor el conocimiento gerencial de los microempresarios.

Para el desarrollo de la investigación, se aplicó una metodología del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental a la población de mypes identificadas del rubro en referencia; concluyendo que existe un nivel de gestión con enfoque en atención al cliente de las mypes interesantes en aprovechar las

oportunidades que brinda el mercado y satisfacer a los clientes en sus exigentes preferencias, que buscan agua purificada para sus necesidades y sobre todo cuidar su salud.

Finalmente, también concluimos como producto de la investigación, que los microempresarios tienen interés de mejorar el nivel de servicio a sus clientes, porque el enfoque en también lograr rentabilidad con un mejor el nivel de ventas, adoptando una gestión de administración efectiva que soporte estrategias comerciales.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Diseño de la investigación

2.1.1 Tipo de Investigación

Es del tipo cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

2.1.2 Nivel de investigación

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

2.2 Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación es no experimental – transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuará en un solo momento, en un tiempo único.

2.2.1 No experimental

La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

2.2.2 Descriptivo

La investigación tuvo carácter descriptivo. Sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.

2.2.3 Transversal

Es transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

2.3 Universo y Muestra

2.3.1 Población

La población está constituida por 15 micros y pequeñas empresas dedicadas al sector industrial, envasado de agua de mesa. Las fuentes de información a las cuales se realizó la consulta fueron la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo y Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

2.3.2 Muestra

El total de encuestas realizadas al 100% (15 mypes) de las empresas del rubro en estudio.

2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

2.4.1 Técnicas

- Observación
- Encuesta

2.4.2 Instrumentos

Según **Bernardo & Calderero (2000)**, consideran que los instrumentos constituyen un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. (p.2)

Para nuestra investigación, con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas, se elaboró un cuestionario estructurado presentado en una encuesta de 20 items.

2.5 Plan de análisis de datos

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se confeccionó una base de datos en Excel.

Luego se trasladó los datos para su tabulación en el programa IBM SPSS STATISTICS, exclusivo para estadística e investigación y finalmente mediante el uso del Word, y el análisis descriptivo, se realizó la discusión de los resultados.

2.6 Principios Éticos

El presente informe de investigación se realizó respetando los principios éticos emanados del Reglamento de Ética de la Universidad Católica Uladech², los cuales se citan a continuación:

- **“Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad”**. – “Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.”
- **“Libre participación y derecho a estar informado”**. - “Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien

² Código de ética para la investigación versión 001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N 0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 16 de agosto del 2019.

informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.”

- **“Protección a las personas”**. -“La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.”

“En investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.”

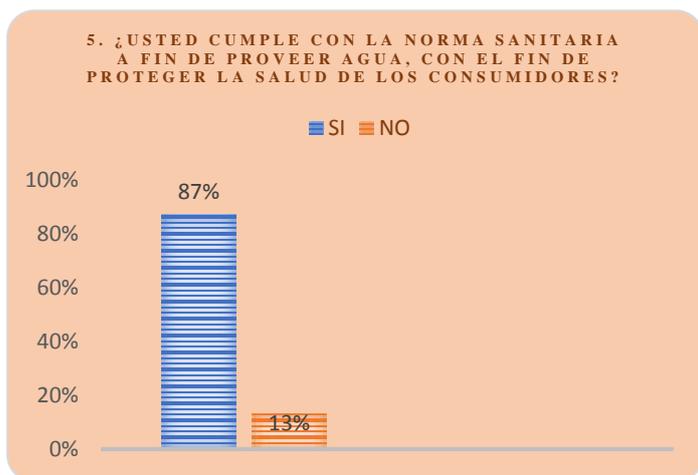
3. Resultados

(1) **¿Usted cumple con la norma sanitaria a fin de proveer agua, con el fin de proteger la salud de los consumidores?**

Tabla 05

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	13	87%	87%
NO	2	13%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Gráfico 05



Interpretación Del total de encuestas realizadas el 87% (13) de las empresas cumple con el documento salubridad y el 13% (2) no cuenta con ese documento.

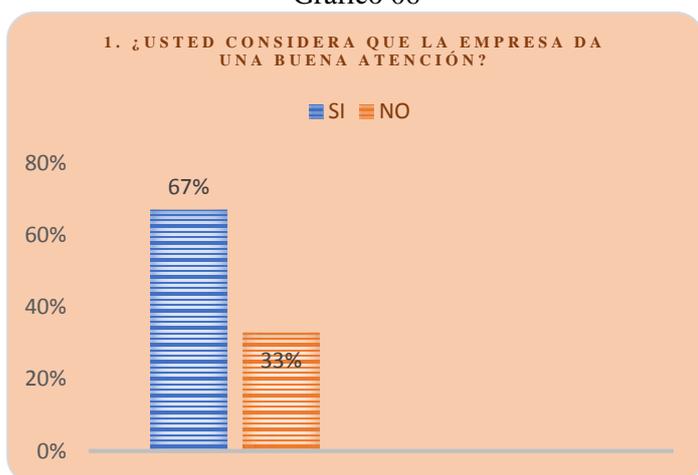
C. CALIDAD DE SERVICIO

(1) ¿Usted considera que la empresa da una buena atención?

Tabla 06

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	10	67%	67%
NO	5	33%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Gráfico 06



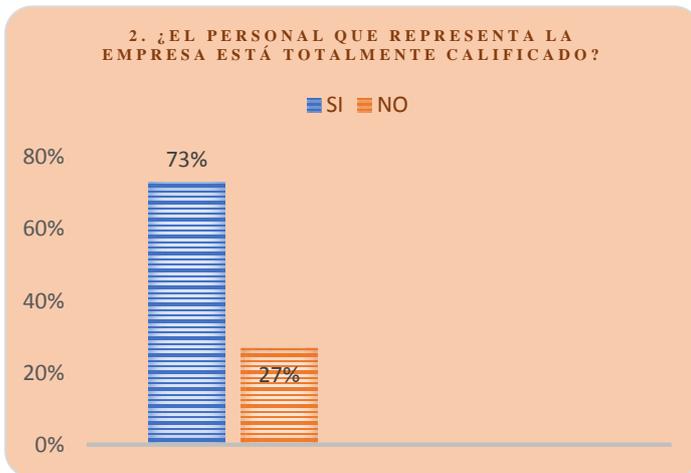
Interpretación: Del total de encuestas realizadas el 67% (10) de las empresas consideran que si dan buena atención y el 33% (5) considera que no dan buena atención al cliente

(2) ¿El personal que representa la empresa está totalmente calificado?

Tabla 07

	CANT.	%	ACUMULADO
SI	11	73%	73%
NO	4	27%	100%
TOTAL	15	100%	100%

Gráfico 07



Interpretación Del total de encuestas realizadas el 73% (11) de las empresas si tienen a sus personales calificados. Y el 27% (4) considera que no porque para ellos es costoso tener otro personal.

4. Discusión

El análisis que a continuación se realiza nos permite identificar el alcance obtenido, luego de la realización del trabajo de campo, respecto a los objetivos de investigación establecidos. Estos resultados se han confrontado con la literatura citada en el contenido de este informe.

Los resultados de investigación se relacionan con el objetivo general referido a determinar la gestión con uso de herramientas de calidad y servicio al cliente en las mypes del sector industrial, envasado agua de mesa, del

distrito de Calleria, año 2018. En la cual, se evidenció que el 100,0% de los microempresarios están enfocados en lograr la mejora continua de su proceso productivo. Los motiva el nivel de competencia que se ha establecido entre ellos y la oportunidad del mercado de que el producto es sinónimo de salud y bienestar por los consumidores. Este análisis se relaciona con la investigación de **Sánchez, A. y Cerón, O. (2014)** en su investigación de título “Documentación del sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001: 2015 para la Empresa “Transportes A.R. S.A.”. En esta investigación se hace referencia al propósito principal de un sistema de gestión de calidad para la organización la cual se enfoca en el control de los procesos para determinar posibles deficiencias como parte de la mejora continua.

Asimismo, respecto al primer objetivo Específico: determinar si las mypes del sector industrial, envasado de agua de mesa del distrito de Callería se gestionan con calidad; los resultados no afirman que existe un sistema de calidad implementado con registros de calidad y cumplimiento de una norma ISO. Sin embargo, existe disposición a futuro para lograr tal avance de calidad porque son negocios que desean desarrollarse en el mercado y llegar a nuevos clientes y empresas que exigen altos niveles de calidad.

Según el objetivo específico: conocer si las mypes del sector industrial, envasado de agua de mesa del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente; también los resultados que se han obtenido evidencian un enfoque desarrollado en el cliente, lo cual es positivo, tal como lo sustenta **López, J. (2018)** en su tesis “Marketing mix y la satisfacción del cliente de la envasadora bella durmiente E.I.R.L. donde fundamenta la relación exitosa de las acciones de conocimiento del cliente y el impacto en la satisfacción.

Y respecto al tercer objetivo específico: conocer si las mypes en el sector industrial, envasado de agua de mesa del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente; los microempresarios indican que es una preocupación mantener un personal calificado y a su vez un personal orientado a atender al cliente. Por lo tanto, estas acciones constituyen la estrategia de las mypes para mejorar la experiencia de servicio del cliente.

Finalmente, la investigación según los resultados obtenidos, se comprueba la validez de la hipótesis general: “Para las mypes del sector servicios, envasado de agua de mesa del distrito de Callería, mejorar la calidad de servicio a los clientes implica aplicar una estrategia de atención al cliente”; porque las mypes tiene un plan de acción enfocado en lograr un cliente satisfecho como resultado de las acciones de conocimiento del cliente, mejora de procesos y análisis del nivel de servicio.

5. Conclusiones

De acuerdo al presente proyecto de investigación elaborado, se concluye que las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería año 2018 tienen la necesidad de mantenerse estables y competitivos en el mercado de tal forma poder superar la competencia “para lograr un índice elevado de calidad, Juran expone la trilogía de la calidad, la cual consiste en Planificar, Controlar y Mejorar.”

“Planificación de la calidad. En este proceso se determina quienes son los usuarios y sus necesidades, se define las características del producto, así como desarrollar procesos capaces de producir las características del producto y ejecutar lo planificado.”

“Control de la calidad. En esta etapa se evalúa el procedimiento hasta el

producto, y se contrasta con sus objetivos, para intervenir sobre la diferencia.”

“Mejoramiento de la calidad. Es el momento que se produce los cambios ventajosos, hacia un avance en la forma de administrar el producto, el cual conlleva tres acciones.”

Para las mypes es importante el uso de atención al cliente ya que se encontró un mercado donde que indica que a mayor calidad de atención al cliente mejor posicionamiento de mercado, por ende, mayores ventas y mayor creciendo en el mercado.

6. Recomendaciones

El incremento de la población de Callería y su expansión urbana, constituyen la principal justificación para nuevos emprendimientos. Esta oportunidad debe ser aprovechada por las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa, del distrito de Callería alcanzando un crecimiento sostenible basados en una gestión de calidad.

Para dicho enfoque de calidad es necesario iniciar un proceso educativo que requiere del compromiso, capacitación, entrenamiento, motivación, participación y autocontrol de la organización. Promover una cultura de empresa, aplicando técnicas y métodos de cambio continuo.

Enmarcar el desarrollo de las operaciones enfocados en el cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado de Marsano (2013). Brainketing. El cerebro y la revolución del marketing. Pag 142.

Anda, C. (2015). Análisis sobre participación y posicionamiento de marcas de agua embotellada en la ciudad de Milagro. Universidad de Especialidades Espíritu Santo (Samborondon – Ecuador).

Bernardo & Calderero (2000), Aprendo a investigar en educación. Editores: Madrid : Rialp, 2000.

Calderón N. (2002) Artículo servicio al cliente. Disponible en red. www.monografias.com/trabajos11/.../sercli.shtml.

Código de Ética Uladech (2019). Código de ética para la investigación versión 001. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Contreras, A. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la agencia bancaria Santa Anita del Banco de Crédito del Perú, 2018. Universidad Cesar Vallejo.

Dick, AS y Basu, K. (1994). Lealtad del cliente: hacia un marco conceptual integrado. Revista de la Academia de Ciencias de Marketing, 22, 99-113. <http://dx.doi.org/10.1177/0092070394222001>.

El Comercio (6.oct.2016). Consumo de agua embotellada aumentó 14% en primer semestre, publicado en el diario *El Comercio*, Economía. Recuperado de <https://archivo.elcomercio.pe/economia/negocios/mercado-agua-embotellada-aumento-14-primer-semestre-noticia-1936861/1>

Evans, James R. y William M. Lindsay (2008). Administración y control de la calidad, 7a. edición. México, D.F. Cengage Learning.

Hernández, R. et. al (2006). Metodología de la Investigación Científica, 4ª edición, Edit. Mc Graw Hill, México, pp. 850, p. 205.

Karl Albrecht (1991). Gerencia de Servicio. Legis Editores S.A. Bogotá, Colombia.

Ley 28015 (2003). Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa (Promulgada el 3 de Julio del 2003). Congreso de la República. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>

Ley N. ° 30056 (2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Diario el Peruano. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>.

López, J. (2018). Marketing mix y la satisfacción del cliente de la envasadora bella durmiente E.I.R.L. Universidad de Huánuco.

Macias, J. (2015). Evaluación de la calidad físico-química y microbiológica

de las aguas embotelladas, comercializadas en la ciudad de Babahoyo en el periodo enero marzo 2013 (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil.

Maya, E. (2013). Métodos y técnicas de investigación. Universidad Nacional Autónoma de México Facultad de Arquitectura México 2014.

Midayros, E. (2016). Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes del sector comercialización - rubro distribución de agua de mesa para consumo humano en el distrito de Juanjuí, 2015. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Ramírez, C. (2018). Caracterización del control interno en la gestión administrativa y financiera de las entidades sin fines de lucro del Perú: caso empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Coronel Portillo, Sociedad Anónima, 2017. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Reátegui, A. (2017). Gestión de calidad de las empresas comercializadoras de agua de mesa de la provincia de San Martín. Universidad Nacional De San Martín Tarapoto.

Recuperado

de

<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/550871>

turnitin final Inca Cárdenas

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo