



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR
RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS RUBRO GRIFOS DEL DISTRITO DE
SATIPO, 2022**

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

AUTOR

GOMEZ PARRA RUDY JOHAN

ORCID: 0000-0003-3250-7175

ASESOR

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Gomez Parra Rudy Johan

ORCID: 0000-0003-3250-7175

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado, Satipo,

Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reineiro Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

Escuela Profesional de Administración, Chimbote,

Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Centurion Medina Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la bendición que me dio para poder culminar mis planes hasta hoy en día y seguir adelante con todos mis sueños.

Así mismo a la universidad Católica los Ángeles de Chimbote por darme la oportunidad de seguir estudiando para lograr con mis objetivos profesionales, agradezco también a mi asesor por guiarme y motivarme para poder culminar con este proyecto.

De igual forma agradezco a mi esposa por motivarme y ayudarme en las buenas y en las malas, seguidamente a mis padres por brindarme su ayuda económica para seguir adelante.

DEDICATORIA

A Dios con toda el alma por haberme guiado para seguir cumpliendo con todas mis metas plantadas para este año.

A mi esposa e hijo porque me acompañaron en toda mi trayectoria de mi vida han estado siempre a mi lado, brindándome sus mejores deseos y éxitos

Por último, a todas las personas que me motivaron, alentaron, orientaron para seguir con esta tesis y poder terminarla, acompañado de hacerme sentir que tengo la capacidad de poder llegar a donde me propongo.

RESUMEN

En el distrito de Satipo, en lo que respecta a grifos, actualmente están pasando por una etapa en la que la dedicación a conocer lo que quieren los clientes en las que destaca la calidad del servicio como punto deficiente para tal problema planteamos como objetivo: Describir las características de la calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022, asimismo la metodología de investigación fue diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta, se trabajó con una población de 9 representantes y una muestra de tipo censal, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 12 preguntas obteniendo el siguiente resultado que un 66,7% (6) muy pocas veces la empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes, el 77,8% (7) muy pocas veces toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia, el 77,8% (7) muy pocas veces considera la rápida atención como parte un servicio de calidad y el 88,9% (8) muy pocas veces ofrece una atención con cordialidad. Concluyendo que en la empresa muy pocas veces cuenta una adecuada calidad requerida para atender a sus clientes o consumidores, algunas veces cuenta y proporciona una calidad esperada hacia sus clientes y algunas pocas veces pone en práctica ofrecer una atención con calidad subyacente como medio para ofrecer su calidad de servicio.

Palabras clave: Calidad del servicio, calidad requerida, calidad subyacente y calidad esperada.

ABSTRACT

In the district of Satipo, with regard to taps, they are currently going through a stage in which the dedication to know what customers want in which highlights the quality of service as a deficient point for such problem we propose as an objective: Describe the characteristics of the quality of service as a relevant factor in quality management and improvement plan in micro and small businesses item taps Satipo district, 2022, also the research methodology was non-experimental design - cross-sectional - descriptive - proposal, we worked with a population of 9 representatives and a census type sample, The survey technique was used and a 12-question questionnaire was used as an instrument, obtaining the following results: 66.7% (6) very few times the company provides efficient attention to its clients, 77.8% (7) very few times it takes into account the state of sanitary emergency and the fulfillment of the service as a tap with efficiency, 77.8% (7) very few times it considers quick attention as part of a quality service and 88.9% (8) very few times it offers cordial attention. In conclusion, the company rarely has an adequate quality required to serve its customers or consumers, sometimes has and provides an expected quality to its customers and sometimes implements an underlying quality service as a means to offer its quality of service.

Key words: Service quality, required quality, underlying quality and expected quality.

CONTENIDO

TITULO	1
EQUIPO DE TRABAJO	2
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	3
AGRADECIMIENTO	4
DEDICATORIA.....	5
RESUMEN.....	6
CONTENIDO.....	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	10
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. REVISIÓN DE LITERATURA	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Bases teóricas	18
III. HIPÓTESIS.....	48
IV METODOLOGÍA	49
4.1 Diseño de la investigación	49
4.2 Población y muestra	49
4.3 Definición y operacionalización de la variable	52

4.4 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	54
4.5 Plan de análisis	54
4.6 Matriz de consistencia.....	56
4.7 Principios éticos.....	57
5.1 Resultados.....	59
5.2 Análisis de resultados.....	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
Anexos	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad requerida en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022...	59
Tabla 2: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad esperada en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022....	60
Tabla 3: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad subyacente en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.	61
Tabla 4: Elaborar un plan de mejora de la calidad como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.	62

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	93
Figura 2	93
Figura 3	94
Figura 4	94
Figura 5	95
Figura 6	95
Figura 7	96
Figura 8	96
Figura 9	97
Figura 10	97
Figura 11	98
Figura 12	98

I. INTRODUCCIÓN

En este proyecto de investigación titulado: Calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022. Que al igual que toda empresa fue duramente azotada por la etapa del confinamiento declarada por la (OMS, 2020), que reportó una condición de emergencia mundial por el episodio de una enfermedad denominada Coronavirus o Covid19, que ha detenido las actividades normales de las empresas.

El perfeccionamiento de los procedimientos respecto a la calidad del servicio integra un manual de objetivos y ejercicios que impulsan el reconocimiento de los esfuerzos. Ambriz (2009), especifica que la naturaleza de la calidad del servicio es uno de los asuntos centrales que deben cumplirse dentro de cada una de las organizaciones, prestando poca atención a la medida, el diseño y la naturaleza de sus tareas, deben exhibir la capacidad que necesitan para actuar alrededor de ella, al igual que la imagen principal que se da a los clientes ayuda a mantener la inclinación del equivalente, y suponiendo que se cambia puede convertirse en un peligro. De esta manera, se debe caracterizar la importancia de la calidad del servicio al cliente para estructurar adecuadamente el método más idóneo para realizarla.

A pesar de su importancia para la futura resistencia y el resultado de su negocio, muchos empleados independientes apenas hacen nada para mejorar la calidad en su área debido a la escasez de recursos (tiempo y dinero), la ausencia de necesidad de confirmación de la norma ISO 9001 o su propia ausencia de información sobre cuestiones de calidad.

A pesar de que es cierto que la ejecución de un marco de calidad total o la garantía de la empresa con una ISO 9001 son actividades inútiles para la mayoría de los trabajadores autónomos, en sectores empresariales tan competitivos como los actuales, resulta muy ventajoso adoptar una mentalidad de calidad, sabiendo y esperando que la forma de pensar en el valor abarque pequeñas actividades "personalizadas".

La calidad del servicio suele mencionarse en las asociaciones empresariales. Es la medida en que las cosas u organizaciones introducidas por una empresa cumplen o superan las expectativas y requerimiento de los clientes.

Según Kotler & Armstrong (2007) dice que la Calidad del servicio es una búsqueda de satisfacción de los clientes a través de la calidad de su producto y servicio como valor significativo en un espacio de vida salvaguardado, impecable, humano y de valor accesible. Por lo tanto, la idea que tienen las organizaciones es tratar de brindar un buen servicio en el que se incluya la calidad para establecer un buen servicio.

Reserves Online ha transmitido datos sobre la idea de organización respecto a la calidad del servicio y la fidelización de los clientes en todo estado, una encuesta que refleja qué países tiene el registro más elevado de fiabilidad de los compradores. La nación que esta en el primer lugar es Nueva Zelanda, Canadá y Noruega en un segundo lugar.

La naturaleza de la calidad el servicio es aparentemente, la evaluación imprevisible entre los requerimientos del cliente dadas por la la empresa que son comparables al valor obvio cerca de que se ofrece en sus productos o servicios.

Finalmente, los clientes son cada vez más exigentes, por lo que las empresas deberían intentar conseguir la máxima calidad de en sus servicios. Para marcar la

diferencia, el cliente debe estar satisfecho, sin embargo, también los esfuerzos de la empresa tienen que estar acorde.

Quiñones y de Vega (2014). especifica que a nivel internacional las organizaciones buscan trabajar en la naturaleza de la administración como una técnica de beneficio y seriedad expresando que la ayuda tiene un 50% de significancia en la finalización de las ventas.

A nivel nacional en el Perú como indica Santos, Sócola, y Reyes (2018). Afirma que hasta el momento la calidad del servicio se mantiene como una herramienta importante en las ventas por empresas, con un 70%. Que se dio cuenta de cómo ofrecer la seriedad en las mypes, por la buena administración y la ayuda de calidad que involucra a los medios electrónicos y redes sociales como técnica para captar nuevos clientes.

En este sentido, en Perú se ve que el cliente pide más a las empresas, para ello necesitan entender cuáles son sus contenciones. Guliana Reyna, jefa de Global Research Marketing propone que uno de los temas de calidad del servicio que inspira confiabilidad del comprador en las mypes peruanas pide evaluaciones más precisas de la experiencia del cliente, sobre todo porque se ha perdido la responsabilidad y el seguimiento de un cliente. Las mypes peruanas han comenzado a interesarse y preguntar por la experiencia de sus clientes respecto a sus servicios, sobre todo ahora que tienen la facilidad de encontrar en las redes formularios con los que puedan autoevaluarse en la calidad de servicio que brindan y los comentarios que vierten acerca de su organización.

En el aspecto local según Loreña (2019) en un estudio a los negocios del rubro servicios pudo confirmar que la Calidad del servicio se inclina decididamente hacia la lealtad del consumidor en las mypes, entendiendo que depende de excelente servicio para

que el cliente pueda fidelizarse y solicitar siempre el servicio al establecimiento, por lo tanto garantizando la seriedad de la organización frente al mercado en donde el equivalente se convierte en un nivel de relación y necesidad en un 74,64%.

Vivimos hoy en día en una naturaleza de administraciones cambiantes, ya sea una organización inconfundible o escurridiza, concentrándonos en la ciudad de Satipo hay algunas organizaciones que intentan de manera sutil cumplir con el cliente y prácticamente no todas llegan a esta razón, uno de los resultados de la asistencia hacia el cliente es que una vez brindado un pésimo servicio al cliente se queda en ella, al mismo tiempo, difunde su experiencia a demás futuros clientes, perjudicando de esta manera la imagen como empresa y la mala calidad de sus servicios o productos.

Por esta razón, para las organizaciones, significa mucho cuantificar el cumplimiento para cambiar la naturaleza de la administración y tomar decisiones, de esta manera tener la opción de saber acerca de la forma en que las cosas están funcionando actualmente, y por lo tanto llegar a evaluar las deficiencias sobre la naturaleza de la administración.

Las expectativas de los clientes sobre la empresa siempre son enormes, y tener una buena información sobre como brindarle una buena calidad de servicio con el fin de satisfacerlo. Toando en cuenta la cordialidad, a atención oportuna y rápida.

Analizando la realidad en la ciudad de Satipo, en lo que respecta a las empresas del rubro grifos, actualmente las empresas de la localidad, están pasando por una etapa en la que la dedicación a conocer lo que quieren los clientes en esta circunstancia actual, está disminuyendo en cuanto a la autogestión o grifos, ya que no sobresalen, pero ello es poco, pues la voluntad del empresario pueda ser de mejorar sin embargo los empleados son los

que dan la cara y es e ellos que esta la deficiencia al no estar correctamente instruidos o capacitados. Los clientes llegan a desistir de comprar o adquirir servicios y optan por cambiar de grifo o en muchos casos en el caso de los transportistas interprovinciales eligen llegar combustible en otras ciudades.

Lo anterior refleja una despreocupación por parte de la empresa, ya que no quieren ocuparse de un buen servicio, lo que se refleja en contar con clientes intermitentes e inestables. Por esta razón la evaluación actual, con la investigación nos dará una visión amplia desde en cual se identificarán factores relevantes que ayudarán al mejoramiento del servicio prestado por los grifos en la zona de Satipo.

Por lo expuesto expresamos el siguiente enunciado de investigación para nuestro proyecto ¿Cuál son las características de la calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022? Y como objetivo: Describir las características de la calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

Se justifica ya que los beneficios que le aportará de un procedimiento de calidad son: Lograr la grandeza le ayudará a separarse y a ganar ventaja, la ampliación de la fidelidad de los consumidores le ayudará a conseguir un negocio de repetición (devoción) y un buen trato (informal). Un negocio de calidad percibida tendrá una eminencia y un reconocimiento material a su plan de promoción que le permitirá obtener mejores resultados de sus estrategias de evaluación, comunicación y sobre todo circulación de sus productos y servicios.

En cuanto a la metodología, la presente investigación fue de tipo cuantitativo en el que se desglosará información numérica y cuantificable, se utilizó un nivel descriptivo y fue de diseño no experimental. La población fue cada uno de las empresas del sector servicio y del rubro grifos, para nuestra investigación tomamos una muestra no probabilística de tipo censal en ese sentido trabajaremos con el número completo de representantes de los grifos. La técnica de investigación fue la encuesta, y se utilizó como instrumento un cuestionario codificado en una escala Likert. La investigación estuvo representada por las reglas del conjunto de principios éticos propuestos por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El su resultado encontró que un 66,7% (6) de clientes encuetados afirman que muy pocas veces la empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes, el 77,8% (7) afirman que muy pocas veces la empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia, el 77,8% (7) afirman que muy pocas veces la empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad y el 88,9% (8) manifiestan que muy pocas veces la empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.

Concluyendo que muy pocas veces la empresa cuenta una adecuada calidad requerida para atender a sus clientes o consumidores, Algunas veces la empresa cuenta y proporciona una calidad esperada hacia sus clientes y algunas pocas veces la empresa pone en práctica ofrecer una atención con calidad subyacente como medio para ofrecer su calidad de servicio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Internacional

Tinitana, Gallardo, Mora & Cueva (2019). En su tesis publicada de título “*La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja–Ecuador*”. Tuvo como objetivo analizar la relación entre el entorno comercial con la calidad de los servicios de atención al cliente en el mercado farmacéutico de la ciudad de Loja. En la variable calidad de los servicios, se midieron las percepciones del personal administrativo y del personal del servicio de atención al cliente, sobre tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La metodología fue cuantitativa, descriptiva y correlacional. El cuestionario se aplicó a una población de 204 personas que laboran en las farmacias, de los cuales 68 fueron directivos y 136 consistieron en el personal de servicio de atención al cliente. Al tratarse de los aspectos relacionados a la calidad del servicio, los promedios cercanos a los 3 puntos dejan en evidencia generalmente que los clientes tienen una percepción favorable de los elementos tangibles de la fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía del servicio. En la relación entre la gestión de las condiciones generales del entorno y la calidad del servicio de atención al cliente, los que califican como buena o muy buena a la calidad del servicio, son también los que consideran que las condiciones del entorno son buenas o muy buenas, de acuerdo a sus resultados fueron que el 57.4% resulto buena respecto a la gestión de las condiciones

generales y 68.8% buena respecto a la calidad del servicio. Por consiguiente, concluyó que las condiciones generales del entorno se relacionan de manera significativa ($\text{Sig.} < 0.05$) con la calidad del servicio que brinda el mercado farmacéutico de la ciudad de Loja

Aranda & González (2018). En su tesis de título “*Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador*”. Tuvo como objetivo la satisfacción del turista que depende en gran medida de la calidad del servicio que se preste, particularmente en un hotel, el área de alimentos y bebidas; abarca todos los procesos y subprocesos relacionados con el servicio gastronómico, desde su producción hasta la venta, incidiendo la forma como se configura y la asociación a un sinnúmero de experiencias. Este proceso garantiza la salud y la regeneración de energías que permite el desarrollo de las actividades, no solo como turista, sino como ser humano. En este contexto, el trabajo tiene como objetivo, evaluar la calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en la ciudad de Manta, para la contribución de su mejora. Su metodologías, técnicas y herramientas, fueron la revisión bibliográfica, entrevista, plan tipo, observación científica, revisión de documentos oficiales, diagrama de flujos, criterio de especialista, entrevista, lluvia de ideas, ponderación, estadística descriptiva, matrices. La metodología resultante es adaptable a otras entidades similares; se estructuró en cinco fases: I. Caracterización del hotel y el área de alimentos y bebidas, II. Identificación de los sub procesos asociados, III. Esquematización de los subprocesos identificados, IV Identificación de indicadores de evaluación y fase V. Medición del desempeño del proceso objeto de estudio. Su resultado

respecto a la aplicación a la empresa hotelera permitió en cada uno, de trece procesos correspondientes al área resultaran satisfactorias y permitió el desarrollo óptimo de sus procesos, concluyó con la identificación de las brechas para la mejora de la prestación de los servicios afine

Bustamante, Zerda, Obando & Tello (2020). En su tesis de título “*Desde las expectativas a la percepción de calidad de servicios en salud en Guayas, Ecuador*”. Tuvo como objetivo determinar cuáles son las dimensiones que definen la calidad de servicio de los prestadores públicos de la salud primaria del Guayas, Ecuador. Su metodología fue cuantitativa, no experimental y transeccional con alcance descriptivo de una muestra de usuarios concurrentes a los servicios de atención primaria de salud. Su muestreo fue de tipo probabilístico y se aplicó un cuestionario para la recogida de datos a una muestra de 533 individuos. Se aplicó estadística descriptiva y se verificó validez de contenido, validez convergente y confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, y se realizó el análisis factorial exploratorio de expectativas y percepciones. Su resultado de los servicios generales prestados por los servicios de salud es valorado positivamente, con mayor frecuencia a favor de las mujeres. Concluyó también que los ítems que definen los factores de expectativas en general son comparables con los agentes que definen los factores de percepción.

Rivera (2019). En su tesis publicada de título “*La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*”. Tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador de la ciudad de Guayaquil, su metodología fue de tipo

cuantitativa, nivel descriptivo y diseño correlacional, el cuestionario científico modelo SERVQUAL a fin de conocer las percepciones y expectativas de los clientes exportadores con respecto al servicio ofrecido por la empresa. La investigación se desarrolló de forma cuantitativa, aplicando el modelo SERVQUAL enfocado en el GAP 5, el cual corresponde a la diferencia entre la Percepción de la calidad en el servicio menos las Expectativas del mismo, para ello se utilizó el método descriptivo, cuantitativo y deductivo. Se consideró como instrumento la encuesta, la cual fue aplicada a una muestra de 180 clientes exportadores, para llegar a los resultados se utilizó el Software estadístico SPSS y la tabulación de las encuestas se realizó mediante el software Microsoft Office. Su resultado arrojó una investigación que estuvieron muy marcados hacia la tendencia de que la percepción de la calidad del servicio ofertada por Greenandes Ecuador es inferior a las expectativas que tienen los clientes del mismo. Sus resultados más relevantes se dan en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta donde presentan brechas negativas muy altas, las cuales deben ser minimizadas, Concluyó que para llegar a eso se debe mejorar los procesos y dar responsabilidades a cada área que tiene contacto con el cliente, establecer estrategias de servicio enfocadas a los clientes exportadores.

Nacional

Gutiérrez, Vásquez & Vilca (2019). En su tesis publicada de título *“Influencia de la calidad de servicio en el posicionamiento de Plaza Vea Real Plaza Trujillo primer semestre 2018”*. Tuvo como objetivo determinar la

influencia de la calidad de servicio en el posicionamiento de Plaza Veá – Real Plaza, Trujillo primer semestre 2018. Su metodología fue de diseño de la investigación, fue transaccional causal de corte transversal. Contó con una población de 800 clientes y una muestra de 230. Los resultados indican que se obtuvo que tanto el nivel de la calidad de servicio como del posicionamiento es alto. Concluyó que la calidad de servicio y el posicionamiento están muy relacionados; por lo tanto, la calidad de servicio influye directamente en el posicionamiento de Plaza Veá – Real Plaza.

Montalvo, Estrada & Mamani (2020). En su tesis publicada de título “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado 2020*”. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de traumatología del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. Su metodología de investigación fue cuantitativa, el diseño fue no experimental y el nivel correlacional. La población de estudio fue conformada por los usuarios que se atienden en el área de traumatología y la muestra fue constituida por 152 usuarios, cantidad que fue obtenida mediante un muestreo probabilístico. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el Cuestionario de Calidad de Servicio y el Cuestionario de Satisfacción del Usuario. Sus resultados hallados indican que el 65,1% de usuarios indican que la calidad del servicio que reciben es regular, el 45,4% de usuarios se encuentran parcialmente satisfechos y se halló estadísticamente que existe una correlación moderada, directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. El coeficiente de correlación

rho de Spearman es de 0,590 con un p-valor inferior al nivel de significancia ($p=0,000<0,05$). Concluyó que mientras exista una mejor calidad de servicio, los usuarios se sentirán más satisfechos.

Lescano (2017). En su tesis publicada de título “*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la microempresa comercial Lezcano, Distrito Comas, año 2017*”. Tuvo como objetivo determinar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la microempresa Comercial Lescano, Distrito Comas, año 2017, Su metodología fue cuantitativa, descriptiva y correlacional, la población estuvo conformado por 200 clientes y la muestra de 132; los datos fueron recogidos mediante la técnica de la encuesta y se utilizó como instrumento un cuestionario de 19 preguntas, los datos fueron procesados mediante el programa SPSS v.24 logrando como resultado que existe relación significativa de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente. Concluyó que la calidad de servicio se relaciona de manera positiva fuerte con la satisfacción del cliente de la microempresa comercial Lezcano.

Apac (2018). En su tesis publicada de título “*Calidad del Servicio y Satisfacción de Clientes en el supermercado plaza vea-huánuco 2018*”. Tuvo como objetivo conocer el nivel de satisfacción de sus clientes, para ellos se ha tomado como base el modelo servqual, el mismo que incluye cinco dimensiones que deben ser descritas por los clientes: elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, confianza y seguridad, ello bajo dos enfocas una es la expectativa, y otro es la percepción del servicio. Su metodología fue cuantitativa, descriptiva y correlacional. El nivel de satisfacción ha incluido variables como

precio, recomendación del supermercado. El soporte del argumento establecidos en el texto estuvo dado por el mismo gerente de tienda, quien apoyo con sus entrevistas para poder definir con claridad la política del supermercado Plaza Veá. Sus resultados muestran que la expectativa que tienen los clientes supera el 90% en todos los aspectos, y la percepción en Plaza Veá en algunos elementos varía entre 80 y 90% según las tablas analizadas. Así mismo, el nivel de satisfacción de los clientes ha sido medido pudiendo percibir que los clientes están dispuestos a recomendar el supermercado a otros, de igual forma, consideran que los servicios en comparación a otros supermercados son mejor, así se plantean en las tablas del 45 al 49 de la presente investigación. Concluyó que las relaciones entre las dimensiones propuestas fueron sometidas a evaluación a través del método de Pearson, el mismo que demostró la relación directa que existen entre ellas, validando el argumento planteado en cada uno del ítem analizados. De esta forma todas las hipótesis planteadas fueron corroboradas en la presente investigación, siendo una clara muestra que este documento puede servir como referencia a estudios similares.

Silva (2021). En su tesis publicada de título “*Plan de capacitación para mejorar la calidad de servicio de los asesores de crédito en “La Caja Metropolitana” agencia Chimbote-2019*”. Tuvo como objetivo determinar si la implementación de un plan de capacitación orientada a la atención al cliente mejora la calidad del servicio de los asesores de crédito en la Caja Metropolitana - Agencia Chimbote 2019, Para desarrollar la investigación se planteó la siguiente pregunta, Como objetivos específicos tenemos: Evaluar la calidad del servicio

brindado por los asesores de crédito en la Caja Metropolitana Agencia Chimbote 2019 antes de aplicar el plan de capacitación; Conocer las necesidades de capacitación en Atención al Cliente de los asesores de crédito en la Caja Metropolitana Agencia Chimbote 2019; Diseñar e implementar un plan de capacitación en Atención al Cliente para mejorar la calidad del servicio de los asesores de crédito después de haber aplicado el plan de capacitación en la Caja Metropolitana Agencia Chimbote 2019, Su metodología fue cuantitativa, experimental con un diseño pre experimental. La población sujeta a estudio, estuvo conformada por 145 clientes y 46 asesores de crédito de la Caja Metropolitana Agencia Chimbote 2019, Como diseño de investigación, se utilizó el “pretest y el post test” con dos grupos diferentes, mediante el cual la encuesta se utilizó como técnica y el cuestionario como instrumento de toma de datos, Concluyó que el plan de capacitación orientado a la Atención al Cliente mejora la calidad de los servicios de los asesores de crédito en la Caja Metropolitana Agencia Chimbote 2019.

Aguilar, Polanco, Guija & Rosales (2017). En su tesis publicada de título “*Calidad en el servicio en el sector cines en Lima 2017*”. Tuvo como objetivo validar el modelo, particularmente en el sector cines de Lima Metropolitano. Su metodología fue de tipo cuantitativa descriptiva simple. Se ejecutó una encuesta a una muestra representativa de usuarios del servicio donde se obtuvo información referente a su percepción y expectativa, posteriormente se procedió a analizar las relaciones entre las dimensiones y la calidad del servicio mediante contraste de hipótesis para finalmente validar el modelo mediante la técnica de regresión lineal. Su resultado fue que la investigación aporta información sobre el servicio

entregado en el sector cines en Lima Metropolitana y una descripción del resultado de manera cuantitativa, donde se brindó una calificación final del sector, que para fines aplicativos sirve de diagnóstico general, Concluyó que la calidad de los servicios en el rubro cines es de nivel intermedio pudiendo mejorarse con estrategias de calidad del servicio.

Gallardo & Mori (2017). En su tesis publicada de título “*Nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente Premium Interbank tienda principal de Trujillo en el primer semestre del año 2016*”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la Calidad del Servicio y el Nivel de Satisfacción de los clientes Premium del Interbank. Se utilizó el coeficiente de correlación para determinar la relación entre las variables, empleando la técnica de la encuesta, se elaboró un cuestionario de 10 preguntas. Su metodología fue cuantitativa, descriptiva correlacional. Considerando como muestra a 81 clientes Premium de la tienda principal de Trujillo en el primer semestre 2016, quienes contestaron la encuesta según sus experiencias, tanto del día en que la desarrollaron como en su trayectoria como cliente, brindándonos las perspectivas necesarias para nuestro análisis. Sus resultados permitieron conocer que el Nivel de la Satisfacción guarda suma relación con la Calidad del Servicio que brindan, los atributos más importantes para los clientes Premium son: el servicio, las instalaciones, el tiempo de espera, personal calificado y solución a las demandas, lo cual se vio reflejado en el alto nivel de Satisfacción que los encuestados manifestaron con un puntaje promedio de 303.8 (en una escala de 81 a 405 donde 81 representaba lo más cercano al nivel Pésimo y 405 al nivel Excelente) que hace un nivel BUENO dentro

de la escala mencionada. Este análisis de promedios nos permitió probar la hipótesis mediante la prueba estadística Coeficiente de Correlación R, Concluyó que el trabajo con la aceptación de la hipótesis: La Calidad del Servicio tiene una relación favorable en el Nivel de Satisfacción del Cliente Premium Interbank Tienda Principal de Trujillo en el Primer Semestre del Año 2016.

Espejo (2018). En su tesis publicada de título “*Calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden al Servicio de Estomatología de una institución pública y privada en la provincia de Lima, San Martín de Porres en el año 2017*”. Tuvo como objetivo Evaluar la calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden al Departamento de Odontoestomatología del Hospital Cayetano Heredia y a la Clínica Dental Docente Cayetano Heredia en la provincia de Lima, SMP en el año 2017. Su metodología fue de diseño de estudio descriptivo, observacional y de corte transversal. Se incluyeron 100 pacientes que pertenecían a la Clínica y 100 pacientes del Hospital en el mes de noviembre del año 2017. Se utilizó la encuesta con escala Servqual para medir la calidad de servicio en la atención odontológica, mediante la diferencia entre satisfacción y expectativa. Su resultado fue que el estudio demostró que todas las dimensiones de escala Servqual evaluadas en la Clínica Dental Docente Cayetano Heredia presentaron diferencia significativa, los cuales fueron: Tangibilidad ($p < 0.0001$), Fiabilidad ($p < 0.0001$), Capacidad de respuesta ($p < 0.0001$), Seguridad ($p < 0.0001$) y Empatía ($p < 0.0001$); mostrando que la calidad de servicio de la Clínica presenta diferencia entre la satisfacción y expectativa en la atención odontológica. En el Hospital se encontró diferencia significativa en cuatro de las cinco dimensiones

mencionadas; las cuales fueron: Fiabilidad (0.0013), Capacidad de respuesta (0.0375), Seguridad ($p < 0.0001$) y Empatía ($p < 0.0001$); sin embargo, la dimensión Fiabilidad no presentó diferencia significativa (0.3773), a pesar que los valores de expectativa (5.00) y satisfacción (4.80) eran diferentes. Esto indica que la calidad de servicio del Hospital no presenta diferencia entre la satisfacción y expectativa a la atención odontológica. Concluyó que se encontró que la calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden a la Clínica Dental Docente Cayetano Heredia es mayor que la calidad de servicio del Departamento de Odontoestomatología del Hospital Cayetano Heredia en el año 2017.

Las investigaciones que nos precedieron respaldan el presente estudio siendo por el caso de Alvarado (2020). En su tesis "*Calidad de servicio y satisfacción del usuario por el Servicio de Gestión Ambiental de Trujillo en estado de emergencia sanitaria 2020*". tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción por el Servicio de Gestión Ambiental de Trujillo en estado de emergencia sanitaria. Su metodología de investigación fue de diseño no experimental de corte transversal, con una población de 314,939 usuarios de la entidad de servicio de gestión ambiental del distrito de Trujillo y una muestra de 384 usuarios. Para medir las variables se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento, cuestionario que constó de 16 ítems, cuyas respuestas se basan en la escala de valoración de Likert. Posteriormente se procesaron los datos obtenidos utilizando la hoja de cálculo de Microsoft Excel y el IBM SPSS Statistics v25 para determinar el coeficiente de alfa de Cronbach y la Rho Spearman. Concluyó que existe una relación directa entre las variables de estudio, su resultando fue con un

coeficiente de correlación de 0.500 y un nivel de significancia de 0.000, lo cual significa que la calidad de servicio y la satisfacción del usuario tienen una relación positiva moderada en estado de emergencia sanitaria.

Nanfuñay (2019). En su tesis “*Modelo de orientación basado en la calidad del servicio para incrementar el nivel de satisfacción del cliente en la Universidad César Vallejo de Chiclayo 2019*”. Tuvo como objetivo determinar si la propuesta contribuye a elevar el grado de satisfacción del usuario, Su metodología fue descriptiva propositiva transversal y se empleó como técnica la encuesta y se aplicó un cuestionario estructurado a una muestra de 64 usuarios de la Universidad en estudio. Sus resultados muestran carencias, limitaciones y deficiencias en las dimensiones de lealtad conativa cuya actitud fue de total desacuerdo y en cuanto a calidad de servicio se identificó en la dimensión de capacidad de respuesta de un proceso ágil. Entre ambas dimensiones existieron relaciones coincidentes en cuanto a valoración de sus percepciones y expectativas, empleándose para ello la escala de Likert en una escala de 1 a 5 de desacuerdo y de acuerdo. Luego del análisis y discusión de resultados de la investigación. Concluyó que la propuesta planteada contribuye a solucionar el problema presentado en el diagnóstico de la investigación que fue validado por expertos.

Santillan (2021) En su tesis publicada de título “*Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021*”. Tuvo como objetivo proponer la atención al cliente como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los

emprendimientos en las Mypes del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021. Su metodología fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal. Obtuvo los siguientes resultados: las características de los representantes de las Mypes, el 80% están entre 31 a 50 años, el 70% son mujeres, 80% tienen grado de instrucción de superior no universitario y 60% son dueños. Acerca de las características de las Mypes, el 70% tienen entre 0 a 3 años funcionando, el 100% cuentan con 1 a 5 empleados, el 70% no tiene vínculo familiar, 80% ha constituido para generar ganancia, el 90% son constituidas como persona natural. la variable atención al cliente, elementos tangibles, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión capacidad de respuesta, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión empatía, la mayoría de las Mypes está de acuerdo el cual se puede mejorar, la variable sostenibilidad de los emprendimientos, dimensión valor ambiental, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión económica, las Mypes está de acuerdo, dimensión valor social, las Mypes está totalmente de acuerdo. Concluyó que se identificó los factores relevantes de la atención al cliente y sostenibilidad de emprendimientos ya que se pudo observar que en algunas Mypes no se está aplicando la importancia de sostenibilidad.

Valdivieso (2019) En su tesis publicada de título “*Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019*”. Tuvo como objetivo proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los

emprendimientos en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, 2019. Su metodología empleada en la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó dos tipos de fuentes: Fuentes primarias y secundarias para así poder obtener los datos necesarios. Se tomó como muestra 11 Mypes de sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, se les aplicó un cuestionario de 31 preguntas que tienen relación con las variables en investigación, sus resultados mostraron a los representantes de las Mypes se observa que el 100% de los encuestados, se distribuyen en el 18% corresponde a la edad que oscila entre 18 a 30 años, el 27% de los representantes legales tiene edad entre 31 a 50 años y el 55% oscilan en edad de 51 años, el 45% son del género femenino, mientras que el 55% son del género masculino, el 35% tienen grado de instrucción secundaria, mientras que el 18% tienen grado de instrucción superior no universitaria, siendo el 55% el que tiene grado de instrucción superior universitaria, el 82% es manejado por los dueños y 18% esta manejado por administradores, 36% promueve la calidad de servicio a través de la orientación a la satisfacción al cliente, encontrando en su mayoría que son los planes estratégicos que no presenta manuales para orientar a la satisfacción al cliente. Así mismo 18% casi siempre oferta productos con precios adecuados al mercado y 46% aplica estándares de limpieza y mantenimiento en el local. Los procedimientos de atención de sus clientes, son a veces considerados en las actividades programadas por la empresa y están dando resultados favorables, en donde 55% casi siempre absuelve las dudas a los clientes., teniendo muy poca la apreciación de

reconocimiento de sus clientes el 36 %. Concluyó que la falta de una guía para la mejora en atención al cliente y reforzar la variable sostenibilidad de emprendimiento en sus tres dimensiones social, económicas y ambiental.

Local

Paez (2019). En su tesis publicada de título “*La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollería del distrito de Satipo 2019*”. Tuvo como objetivo determinar en qué medida la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. Siendo su hipótesis planteada: La calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. Su metodología de investigación fue de tipo correlacional, el método empleado fue: El método general científico. La población estuvo constituida por 30 clientes del establecimiento pollería FREDD CHICKEN del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.24 pudiendo de esta manera determinar con el análisis del coeficiente r de Pearson, el cual obtuvo como resultado el coeficiente $r=0,870$ que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva perfecta, pudiendo de esta manera. Concluyó que la entidad logro satisfacer al cliente a través de la buena gestión de la calidad de servicio que se brinda al cliente en un 75,69%.

Campos (2019). En su tesis publicada de título “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital de apoyo Manuel Ángel Higa Arakaki -*

Satipo, 2017". Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Hospital de Apoyo Manuel Ángel Higa Arakaki – Satipo, 2017. Su metodología fue el enfoque cuantitativo, el método utilizado fue el hipotético deductivo y el método científico siendo el tipo y nivel de investigación descriptiva con diseño correlacional, el tamaño de población utilizado fue de 140381 y una muestra de 382 usuarios, el instrumento utilizado fue la escala de Likert de nivel ordinal y los instrumentos se validaron a través de expertos y finalmente se ha recategorizado o transformado con el programa Spss25. Concluyó que existe correlación significativa, muy buena correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Hospital de Apoyo Manuel Ángel Higa Arakaki – Satipo, 2017 con $\rho(\text{rho})= 0.800$, $\alpha=0.05$ y $t_{\text{calculada}}=25.99$; siendo el 49.7% Buena y el 28.0% Mala.

Tupayachi (2021). En su tesis publicada de título "*Calidad de servicio y satisfacción de las usuarias víctimas de violencia familiar y sexual del Centro Emergencia Mujer Satipo 2019*". Tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción de las usuarias víctimas de violencia familiar y sexual del Centro Emergencia Mujer de Satipo en el periodo 2019. Su metodología fue básica de diseño no experimental, descriptivo correlacional. La población fue de 101 usuarias y la muestra fue de 81 participantes, derivado por un muestreo circunstancial. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, mediante la aplicación de los instrumentos, el cuestionario de calidad de servicio y el cuestionario de satisfacción de la usuaria, ambos de elaboración propia destinados a medir las variables en cuestión. Su resultado indica que el 51.85% de

participantes considera que hay una buena calidad de servicio y el 44.44% se siente muy satisfecha en la atención recibida en el CEM Satipo. Concluyó que, si existe una relación estadísticamente significativa, directa y moderada entre las variables, con valor de Rho de Spearman = 0.572 y t_c calculada es mayor que la t_t teórica ($6.204 > 2,02$) por lo que, se aceptó la hipótesis alterna (H_a).

Roncal (2020). En su tesis publicada de título “*Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro Fial SRL Satipo, 2020*”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro Fial S.R.L Satipo, 2020. Su metodología fue de tipo correlacional, nivel cuantitativo y diseño no experimental correlacional. La población estuvo compuesta por 30 clientes las mismas que conforman la muestra censal, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario de escala de Likert como instrumento. En consecuencia, de lo aplicado se encontró sus resultados respecto a la Calidad de servicios que se sitúan un 93,33% de clientes que manifiestan que algunas veces la empresa aplica acciones de mejora en la atención al cliente buscando la excelencia y la satisfacción de sus consumidores. Del mismo modo respecto a la Satisfacción del cliente podemos observar un 93,33% de clientes que afirma la empresa casi siempre aplica acciones para satisfacer al cliente a través del servicio y el producto que ofrece asegurándose del rendimiento, calidad y cumplir las expectativas. Concluyó que se pudo determinar de acuerdo al coeficiente hallado de $r=0,807$ que cuantificó la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del

cliente concluyendo que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta representadas en un 65,12%.

Saez & Aguirre (2019). En su tesis publicada de título “*Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017*”. Tuvo como objetivo determinar las características de la calidad del servicio eléctrico que permite lograr que los clientes de Electrocentro perciban un servicio positivo en la localidad de Satipo. Su metodología fue el general utilizó el método científico, su tipo de investigación fue básica, de nivel descriptiva y diseño de investigación descriptivo simple; la población de estudio centrado en los clientes activos y usuarios de la empresa Electrocentro de la localidad de Satipo; que reciben el servicio eléctrico en condiciones de Calidad, tal como establece la Norma Técnica de Calidad del Servicio Eléctrico (en adelante NTCSE); para lograr la satisfacción de los clientes. En el estudio se aplicó un diseño descriptivo, específicamente el diseño transeccional descriptivo; que tiene como objetivo conocer y comprender como se manifiesta una o más variables a través de su medición. El proceso establece medir el objeto de estudio a través de las variables y obtener su descripción. Se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta a la muestra determinada. Concluyó que los resultados de investigación, que las medidas obtenidas al describir las características de la calidad del servicio eléctrico cumplen con las tolerancias de la Norma, permitiendo una positiva percepción de los usuarios satisfechos de la empresa Electrocentro de la ciudad de Satipo; ya que el grado de la satisfacción obtuvo un valor elevado considerando los aspectos de

calidad evaluados en el suministro de energía eléctrica, el servicio de alumbrado público, servicio comercial y atención eficiente al cliente.

2. 2 Bases teóricas

2.2.1 La calidad del servicio

Definición:

De acuerdo a Parra (1996) la empresa es una asociación en la que los empleados desmontan el compromiso en la sociedad respecto a la relación con el comprador, valorando el trabajo y posibilidades realizadas.

Vertice (2008) Además menciona que *“la calidad es el conjunto de rareza y presencia de una ayuda o cosa que conecta con su capacidad para el cumplimiento de las necesidades otorgadas por los clientes”*.

Del mismo modo Mayor (2009) menciona que antiguamente se decía que la calidad tenía que ver sólo con el avance de la revisión, por ejemplo, precisamente cuando la cosa se fabricaba, debía ser evaluada y encuestada para garantizar que realmente estaba muy hecha o dada.

Vertex (2008) refiere que, en ese punto, la posibilidad de asociación como el nivel de inviabilidad que una conexión ha trazado como objetivo para la satisfacción de los clientes que son parte integral para estimar el cumplimiento de la calidad de su servicio.

Larrea (1991) menciona asimismo la calidad jerárquica está en un nivel muy básico unificada de la calidad vista, ya que un juicio solitario está conectado con la ejecución clara, haciendo suposiciones.

Setó (2004) señala además que *“se dirá que las afiliaciones que, a diferencia de sus rivales, han dado un gran paso en la sabiduría y la consistencia de los clientes con la asociación de primer nivel”*.

Por otra parte, las claves para mantener la calidad y la significación en la oferta de una asistencia, la palabra calidad es un antónimo de extravagancia, y no es llegar a un nivel más significativo directamente a partir de algo determinado, sino que es tener la opción de llegar a un nivel de impecabilidad para captar el interés o las necesidades de un conjunto de clientes elegidos de antemano. Vértice (2008) señala de la misma manera, la similitud sugiere mantener un nivel de impecabilidad loco y confiable, pensando que el tema de una calidad segura es diferente en asociaciones innegablemente dadas, por ejemplo, es extremadamente grande para lograr.

Esencialmente, el tipo de calidad de la asociación y nota que el Control de Calidad sugiere la manera por la cual, mientras se aplican las estrategias en curso de la asociación de la cabeza, la importancia del control se da en la manera de pensar de la auto fijación y el auto curso sensible para la validación de los niveles inequívocos de la calidad de la asociación. Del mismo modo, la mejora de la calidad es una idea no terminal, que puede fijarse en un nivel ideal como objetivo a cumplir, por ejemplo, proceder a hacer la calidad es un desarrollo de ejercicios que no tienen fin. Larrea (1991) menciona que eventualmente, la calidad completa

es a veces representada como un porte focal y sabio que desea remover energías endosadas que buscan niveles ideales de reacción a esa reunión de necesidades del cliente.

Rosander (1992)

Menciona que no es menos afortunada y desviada la posibilidad de que los pensamientos, las contemplaciones y las prácticas de calidad puedan ser trasladados coactivamente desde la planta de manejo a las asignaciones de una relación de ayuda, no obstante, el hacedor muestra que, no obstante, la asistencia es de extraordinaria calidad correspondiente a la naturaleza de la cosa, en todo caso, la naturaleza de la asistencia es certificable, detectable y conspicua.

2.2.2 Teorías de la calidad del servicio

Nava (2005)

La calidad se compone de un montón de atributos que son típicos de una persona, por ejemplo, el juicio representa los atributos de una parte, y muy bien puede ser un pensamiento de alto nivel, sin embargo, el hombre ha esperado durante bastante tiempo para perfeccionarse por propia cuenta.

Ishikawa (2003) afirma que la calidad integra a todo el mundo, y la afiliación debería esforzarse por mejorar la calidad desde la construcción del acuerdo que las asociaciones o los compromisos. Asimismo, debería conseguir la calidad de la ejecución entre los trabajadores.

Quiñones

Quiñonez y Vega (2014) menciona que básicamente, *“la calidad de la asociación se conceptualiza como el acuerdo que existe entre las suposiciones del cliente y las necesidades encontradas en la asistencia obtenida”*.

2.2.2.1 Dimensiones de La calidad del servicio

Del mismo modo, Quiñonez y Vega (2014) recomienda las partes que van con la idea de los jefes:

La calidad del servicio cuenta con 3 dimensiones en las que el cliente espera recibir a partir de su necesidad y lo que se cumple respecto a ello:

- La calidad requerida. Se refiere a los servicios fundamentales que el cliente solicita al comunicar sus necesidades y que la organización puede conocer en la totalidad de sus términos para cumplirlas.
- La calidad esperada. Alude a aquellas características positivas que complementan los adscritos fundamentales que no son generalmente expresos, sin embargo, que el cliente desea y que en su mayoría tienen áreas de fortaleza para una parte. Se conocen como expectativas.

- Calidad subyacente. Son las cualidades potenciales que el cliente no conoce, sin embargo, que, suponiendo que se las ofreciéramos, estima decididamente, es decir las compra.

2.2.2 Mypes

Definición de una Mype

Según lo indicado por la Ley en su artículo 28015 publicada en el (2003) establece que una mini y pequeña organización tiene la idea que acompaña:

La Mini y Pequeña Empresa es la unidad relacionada con el dinero conformada por una marca o verdadero individuo real, bajo un vínculo o negocio que los pioneros consideran en avalar de esta manera, cuya legitimación de ser es potenciar ejercicios de extracción, intercambio, creación, comercialización de artículos o plan de asociaciones. A partir de ahora esta Ley recomienda el truncamiento de las MYPE, está sugiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, que, sin importar su tamaño y cualidades, tienen un tratamiento equivalente en esta Ley, sin perjuicio de la estructura de trabajo que es pertinente a las Micro Empresas.

Entonces, se retrata que las Mypes son unidades relacionadas con el movimiento de dinero que se representan diferencian al poseer envergaduras y características por cada una, las comúnmente llamada Mypes se hacen legítimamente o típicamente, pero poseen la motivación comparable para dar fuerza económica a los individuos.

Significado de una Mype

Las Mypes son conocidas como organizaciones financieras que se representan con diferentes tamaños y créditos individuales. Las Mypes son creadas de forma honesta o regular, pero tienen una justificación comparativa para dar disolvencia monetaria a las personas.

Mypes respecto a la micro, pequeña y mediana

Como lo muestra la Ley 30056 (2013) estas asociaciones tienen requisitos explícitos de plan de juego que son:

- Micro empresa: disposiciones anuales hasta la acción más drástica de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: disposiciones anuales más significativas que 150 UIT y hasta la mejor proporción de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: negocios anuales más imperativos que 1.700 UIT y hasta la acción más drástica de 2.300 UIT. (p.3)

Estas asociaciones se organizan y recogen por sus disposiciones y además por la cantidad de socios, debe verse como que la ampliación o reducción de los agregados establecidos por aún en el aire por las administraciones de economía.

Características de las Mypes

Como lo demuestra en el diario El Peruano (2019), las cualidades que coinciden en este tipo de asociaciones son típicamente las que se acompañan.

- Alma emprendedora: las organizaciones de pequeña escala y libres se caracterizan por tener un espíritu que busca sus logros y planifica sus ejercicios, sin temor a la insatisfacción.
- Productiva: las mypes son asociaciones hechas esencialmente considerando que la ventaja que ofrecen es atractiva y son de una necesidad sin precedentes en un país donde no hay mucho interés por el trabajo.
- Crea trabajo: Llamadas motor financiero, producen oportunidades en la región confidencial, y presentan una pieza colosal del mercado de trabajo.
- Hacen más: Las microempresas están seguras de fomentar adicionalmente su eficacia y circunstancia de mercado.

REMYPE

Como muestra Sunat (2019) el valor que mueve este marco es:

Garantizar que una unidad monetaria se califique como mini o pequeña empresa. Respaldar el reconocimiento de los pequeños y privados emprendimientos a los beneficios. Alistar los pequeños y libres emprendimientos y ordenar su estatus en consecuencia (p.9).

La selección describe eficazmente el mype, enchufa sus beneficios y también sus responsabilidades.

Necesidades para inscribirse en la ley del remype

De acuerdo a la Sunat (2019) se expresan los requisitos siguientes.

En todo caso lo anterior, se debe considerar que la MYPE que demande su inscripción y recién esté iniciando su acción monetaria o no cuente con mano de obra empleada, podrá inscribirse brevemente en el REMYPE, teniendo un plazo de quince (15) días calendario, contados a partir del día siguiente a la fecha de inscripción, para reclutar y alistar a sus trabajadores en el REMYPE bajo el régimen laboral único establecido en la Ley o el régimen laboral global o el comparativo, para contar con la inscripción autorizada. Si no se presenta dicho término sin presentar los datos, no se concederá el alistamiento autorizado.

Hay que hacer referencia a que este tipo de empresas tienen necesariamente contar con RUC y un inversionista y contador para sus actividades financieras.

Beneficios de la formalización de las Mypes

Como indica el documento El Peruano (2019) la formalización generará las siguientes ventajas.

Tributarios

- Las personas que se inscriban en el RUS sólo compensarán un gasto de 20 soles, cuya suma incorpora la cuota del impuesto personal y el IGV.
- Las entidades miniaturizadas inscritas en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) sólo compensarán el 1,5% de su ganancia neta mensual.
- Las Mypes estarán exentas de pagar cargos a las Municipalidades por técnicas como restauración, refrescamiento de información, entre otras vinculadas con algo muy similar, con excepción de la diferencia de uso.
- As Mypes apenas aceitarão o 30% dos gastos de abate para as estratégias realizadas ante o Ministério do Trabalho.

Simples tramites

- La adhesión y formalización de la organización podrá estar terminada en 72 horas.
- Las organizaciones integradas como Personas Jurídicas lo harán a través de una escritura pública sin necesidad de introducir los Estatutos.

Beneficios laborales de acuerdo al régimen laboral especial para microempresas.

En los trabajadores

- Se reservan la opción de obtener una Remuneración Mínima Legal.
- Jornada laboral de 8 horas.
- Tienen derecho a obtener una compensación por tiempo extra.
- Tienen derecho a un descanso semanal y ocasional.
- Tienen derecho a 15 días de vacaciones.
- Se acercan a la cobertura sanitaria, tanto los protegidos como sus pupilos.
- La incorporación a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP) es discrecional.
- Es factible comprar al Sistema de Pensiones Sociales (SPS), cuya mitad de la cuota será esperada por el Estado.

Para el empresario

- No hay compromiso de pago de la CTS.
- Los trabajadores solo tienen 15 días de descanso.
- No hay compromiso de pagar un 35% de recargo por trabajo nocturno.
- No existe el pago de recompensas por Fiestas Patrias o Navidad.
- No hay compromiso de pago de la Asignación Familiar.
- No hay compromiso de pago de los servicios públicos.
- Los protegidos y sus beneficiarios se acercan a la cobertura médica.

- Podrán optar por el Sistema Integral de Salud (SIS) por el que solo compensarán una cuota periódica de S/.15, ya que será financiado por el Estado y cuya inclusión es de S/.12,000 cada año por cada enfermedad.
- La incorporación a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP) es discrecional.
- Es factible la incorporación al Sistema Social de Pensiones (SPS), cuya mitad de la cuota será a cargo del Estado.

Financieros

- El cálculo, permitirá al visionario de negocios en miniatura, que hace su procedimiento de negocios utilizando una tarjeta de crédito, obtener dinero rápido a través de la oferta de sus solicitudes.
- El Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) permite conceder anticipos.
- El Programa Especial de Apoyo Financiero a las Mipymes (PROPYME) canaliza activos para la concesión de créditos directos a través de fundaciones monetarias.
- Acceso a líneas de crédito en los principales bancos del país y a fondos de reserva y afiliaciones de anticipos.

Beneficios diferidos

- El Estado tiene el 40% de las compras públicas para las Mypes.
- Ofrecen una Expresión Jurada Anual de inventarios hacia el final de cada período (31 de diciembre).
- Admisión al Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad (FIDECOM), que es un activo de corte cuyo objetivo es cofinanciar proyectos de desarrollo útiles.

III. HIPÓTESIS

La mayoría de los proyectos de investigación tienen teorías, que generalmente son las sospechas que resultarían del esfuerzo donde la hipótesis podría ser precisa, por lo que una hipótesis es una buena conjetura.

De tal manera Hernández-Sampieri y Torres (2018). Expresan que no todos los proyectos de investigación deben tener especulaciones ya que depende del tipo de planteamiento que se realice, por ejemplo, en el trabajo de exploración hechiza no requiere de teorías ya que su técnica es el discernimiento y surtido de datos, para reconocer el objetivo general planteado en el enunciado del tema del emprendimiento.

De ahí que en nuestro examen expresivo no se plantee ninguna especulación.

IV METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Fue una investigación de tipo cuantitativa ya que tuvo que ver con la cantidad y por lo tanto su medio principal fue la medición y el cálculo.

Al respecto Hernández, Fernández y Baptista, (2010), Manifiesta que *“El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para poder probar la hipótesis, con bases en la medición numérica y el análisis estático, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”*.

Fue descriptivo ya que solo nos limitamos a describir el alcance del problema de cada variable en el estado en el que se encuentran.

Hernández, Fernández & Baptista (2006). Describe que los estudios descriptivos permiten especificar las propiedades, las características y todos los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que podemos investigar.

Para la ejecución del presente estudio se aplicó un diseño No experimental - transversal.

De Acuerdo al autor Hernández, Fernández & Baptista (2006). En su libro de metodología de la investigación define que *“La investigación no experimental es el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”*.

Cuya representación es la siguiente:

El modelo es lo siguiente:

M => O

Donde:

M = Muestra conformada por 21 colaboradores.

O = Es lo que observamos

Ya que no se manipuló las variables, sin digirir transformaciones, y se observara los anómalos comparativamente y como se darán, en el argumento original.

Ávila, Cueva, Gonzales y Martínez. (2019) afirman que una investigación no experimental “*Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación*” (p.5)

Fue transversal, porque la información del objeto de estudio se obtuvo en una única vez en un momento determinado, teniendo un inicio y un final en el año 2021.

Al respecto los investigadores Hernández-Sampieri & Torres (2018), en su libro dicen que el diseño transaccional o llamado también transversal es aquel que: recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

4.2 Población y muestra

La población:

Ventura (2017) la población llega a ser un conjunto de todos los casos que concuerden con específicas determinaciones.

La población se tomó a todos los representantes del sector servicio, en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

La muestra:

Según Ventura (2017) la muestra censal supone la obtención de datos de todas las unidades del universo. Los datos se recogen en una muestra que representa el total del universo, dado que la población es pequeña y finita.

La muestra fue no probabilística de tipo censal dado que se tomó al total de la población de estudio, que consta de 9 representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

4.3 Definición y operacionalización de la variable

Variable	Definición	Dimensiones	Definición	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Calidad del servicio	<p>Quiñonez y Vega (2014) menciona que la calidad de servicio se le conceptualiza como la diferencia que existe entre la expectativa del usuario y las necesidades percibida en el servicio recibido.</p>	Calidad requerida	Conceptual La calidad requerida: Viene a ser el nivel	• Cumplimiento eficiente	La empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes.	<p>Cuestionario de Tipo Likert</p> <p>(1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre</p>
			que tienen para cumplir todas las particularidades de	• Cumplimiento eficaz	La empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo	
			cada una de las	• Servicio eficiente	La empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad	
			características especificadas del servicio Quiñonez y Vega (2014)	• Estandarización	La empresa considera que en este estado de emergencia sanitaria se aplica mejoras en las normas	
		Calidad esperada	La calidad esperada: Se refiere a la satisfacción que tienen	• Control del proceso	empleadas en la calidad de servicio. La empresa lleva un adecuado control	
			los usuarios sobre los aspectos que no son implícitos o especificados Quiñonez y Vega (2014)	• Satisfacción	de su proceso de ventas y atención. La empresa busca la satisfacción de los clientes con la atención que ofrece. La empresa busca estrategias para conocer la aceptación de sus clientes y poder satisfacer sus necesidades.	
		Calidad subyacente	La calidad subyacente: Se refiere a la	• Expectativa de eficacia	La empresa cumple con la expectativa del cliente respecto a la eficacia de su	
			satisfacción del usuario de acuerdo a	las expectativas que no	atención. Expectativa de eficiencia	

La empresa busca ofrecer productos de
calidad que se compran por la

confianza de su calidad de servicio

son explicitas
Quiñonez y Vega
(2014)

• Recomendación

La empresa aplica políticas de
eficiencia en la atención de sus
clientes.

La empresa busca la recomendación de
sus clientes a través del buen servicio
brindado

4.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

Técnica

En la investigación la técnica que se utilizó fue la encuesta, la cual se seleccionó para la recolección de datos.

Según Torres, Paz y Salazar (2019) indica que “*Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad*”.

Instrumentos

Para la recolección de datos de la investigación se utilizó como instrumento del cuestionario el cual fue elaborado teniendo en cuenta las dimensiones de las variables del marco teórico y el cuadro de operacionalización.

Para Torres, Paz y Salazar (2019) “*Los instrumentos de investigación son los recursos que el investigador puede utilizar para abordar problemas y fenómenos y extraer información de ellos: formularios en papel, dispositivos mecánicos y electrónicos que se utilizan para recoger datos o información*”.

4.5 Plan de análisis

Para redactar el análisis se utilizó una base de datos en el programa Excel 2018 , el programa estadístico SPSS (Statistical package for the social sciences) versión 21 para poder obtener las frecuencias, y posteriormente analizar la distribución de las frecuencias con sus respectivas figuras, se utilizó también el programa de Microsoft Word versión 2018 para la elaboración del trabajo de

investigación y el programa de Power Point versión 2018 para la realización de la ponencia, asimismo se utilizará el programa Turnitin para medir el nivel de plagio.

Según Mattar (2017) Un plan de análisis de datos lo ayuda a reflexionar sobre los datos que recopilará, para qué los utilizará y cómo los analizará. La planificación del análisis puede ser una inversión de tiempo muy valiosa.

4.6 Matriz de consistencia

TITULO: CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO GRIFOS DEL DISTRITO DE SATIPO, 2022

Problema general	Objetivo general	Hipótesis	Variables e indicadores	Metodología
¿Cuál son las características de la calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022?	<p>Describir las características de la calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.</p> <hr/> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad requerida en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022. • Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad esperada en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022. • Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad subyacente en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022. • Elaborar un plan de mejora de la calidad como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022. 	No corresponde	<p>Variable: Calidad del servicio</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Calidad requerida b) Calidad esperada c) Calidad subyacente 	<p>Tipo de Investigación Cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación Descriptivo</p> <p>Diseño de la Investigación: No experimental - transversal</p> <p>M → O</p> <p>M= Muestra O= observación</p> <p>Población y Muestra: La población representante de grifos. La muestra será de 9 representantes</p> <p>Técnica e instrumentos: Encuesta y un cuestionario de tipo Likert.</p>

4.7 Principios éticos

La investigación se rigió de acuerdo a Uladech (2021). Cuya resolución se aprobó por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH católica, de fecha 13 de enero del 202. Cuyas disposiciones mencionan:

Protección a las personas: Se protegió a las personas partícipes de la investigación respetando su privacidad, no se reveló su identidad y como lo solicitaron, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección del domicilio en el trabajo de investigación. Asimismo, no se tomó fotografías de su imagen porque no otorgaron la autorización respectiva. Se comunicó a cada representante del negocio que los datos proporcionados solo serían usados para la ejecución de la investigación y que, si deseaban ya no otorgar información requerida según el consentimiento informado y cuestionario, podrían hacerlo sin ningún tipo de inconveniente.

Libre participación y derecho a estar informado: El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en el consentimiento informado. Además, se aclararon las dudas relacionadas a la información que brindaron, recalcándoles la confidencialidad de sus datos.

Beneficencia no maleficencia: Se aclaró a los representantes y al público que su participación a través de la información brindada no les ocasionaría daño alguno y se respetó sus peticiones. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente,

así se evitó causarles algún tipo de inconveniente o malestar. También se dio a conocer la importancia que tenía su participación en el trabajo de investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Como forma de contribución al medio ambiente, se preservó la naturaleza y evitar la tala excesiva de árboles, se aplicará el cuestionario utilizando papeles reciclados, los cuales contendrán las preguntas a realizar. Además, se utilizará la energía eléctrica moderadamente, se evitó que la laptop de uso para el trabajo de investigación quede cargando por largas horas.

Justicia: Se otorgó un trato cordial a todos los representantes y clientes de los negocios participantes de la investigación, indicándoles la causa e importancia de la encuesta y su colaboración; además, se entregó un modelo de consentimiento informado igual para todos y se aplicaron las mismas preguntas a cada uno de ellos. También se indicó que, si deseaban conocer los resultados de la investigación, se les haría llegar una copia de la información.

Integridad científica: Se informó a cada participante de la investigación que los datos proporcionados como el nombre y apellido solo se contemplarían en el consentimiento informado y, la razón social y dirección del negocio sí se encontrarían en el trabajo de investigación. También se comunicó que las respuestas brindadas en el cuestionario serían confidenciales. Finalmente, se pidió permiso a los representantes de las micro y pequeñas empresas para tomar fotografía a la parte externa de su establecimiento, se hizo tal acción solo en los negocios que concedieron la autorización.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad requerida en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

Calidad requerida			
1. La empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes.			
		N°	%
1	Nunca	3	33,3
2	Muy pocas veces	6	66,7
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
2. La empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia			
		N°	%
1	Nunca	1	11,1
2	Muy pocas veces	7	77,8
3	Algunas veces	1	11,1
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
3. La empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad			
		N°	%
1	Nunca	1	11,1
2	Muy pocas veces	7	77,8
3	Algunas veces	1	11,1
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
4. La empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.			
		N°	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	8	88,9
3	Algunas veces	1	11,1
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0

Total	9	100,0
-------	---	-------

Fuente: Datos recopilados de los representantes de chifas, de la Provincia de

Satipo.

Tabla 2: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad esperada en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

Calidad esperada			
1. La empresa considera que en este estado de emergencia sanitaria se aplica mejoras en las normas empleadas en la calidad de servicio			
		N°	%
1	Nunca	2	22,2
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	7	77,8
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
2. La empresa lleva un adecuado control de su proceso de ventas y atención			
		N°	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	4	44,4
3	Algunas veces	5	55,6
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
3. La empresa busca la satisfacción de los clientes con la atención que ofrece			
		N°	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	2	22,2
3	Algunas veces	7	77,8
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
4. La empresa busca estrategias para conocer la aceptación de sus clientes y poder satisfacer sus necesidades			
		N°	%
1	Nunca	3	33,3
2	Muy pocas veces	6	66,7

3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0

Fuente: Datos recopilados de los representantes de chifas, de la Provincia de Satipo.

Tabla 3: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad subyacente en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

Calidad subyacente			
1. La empresa cumple con la expectativa del cliente respecto a la eficacia de su atención			
		N°	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	2	22,2
3	Algunas veces	7	77,8
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
2. La empresa busca ofrecer productos de calidad que se compran por la confianza de su calidad de servicio			
		N°	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	2	22,2
3	Algunas veces	7	77,8
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0
3. La empresa aplica políticas de eficiencia en la atención de sus clientes			
		N°	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	9	100,0
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0

4. La empresa busca la recomendación de sus clientes a través del buen servicio brindado		N°	%
1	Nunca	1	11,1
2	Muy pocas veces	6	66,7
3	Algunas veces	2	22,2
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
Total		9	100,0

Fuente: Datos recopilados de los representantes de chifas, de la Provincia de Satipo.

Tabla 4: Elaborar un plan de mejora de la calidad como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

Indicador	Problemas encontrados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	responsable
Cumplimiento eficiente	Incapacidad para actualizar el letrero de precios de los productos y servicios ante una baja de precios.	A los representantes les conviene mantener los precios altos hasta acabar el stock.	Comprometer al representante a tomar medidas para actualizar el listado de precios.	Empresario
Servicio eficiente	Falta de una atención con cordialidad y buena información al momento de	El colaborador no tiene la información del producto ni el conocimiento	Capacitar al personal en atención de calidad y sobre el manejo e información de	Empresario

	ofrecer el servicio.	de como brindar atención de calidad.	productos de grifo.	
Expectativa de eficacia	Poco interés por brindar un servicio rápido y eficaz en el que se tiene que esperar al colaborador a que termine de hacer sus cosas.	No existe un protocolo de atención eficaz en el que se valore el tiempo de espera del cliente.	Capacitar en mejorar el servicio y la atención del cliente considerando el tiempo como factor.	Empresario
Expectativa de eficiencia	La empresa no considera una buena atención en información de productos, ofertas y cordialidad como parte de su protocolo de atención.	No hay un seguimiento posterior a la atención o un trato diferenciado de clientes habituales.	A los representantes pedir que se capacite respecto a la calidad del servicio para mantener a sus clientes satisfechos.	Empresario

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

Nombre o razón social: Grifos distrito de Satipo

Dirección: Distrito de Satipo

2. Misión

Vender combustible de calidad y brindar un buen servicio a un precio justo a través de una experiencia de compra de bienes y servicios rápida y agradable. Un lugar donde nuestras actividades se realizan en un ambiente de respeto al ser humano y contribuyan al desarrollo de nuestros empleados, gerentes y de la sociedad.

3. Visión

Ser el mejor grifo del mercado peruano, reconocido por la calidad de sus productos y la calidez y excelencia del servicio en sus establecimientos.

Buscando la excelencia mediante el desarrollo del personal y el compromiso social y humano de mantener precios al alcance de la población.

4. Objetivos empresariales

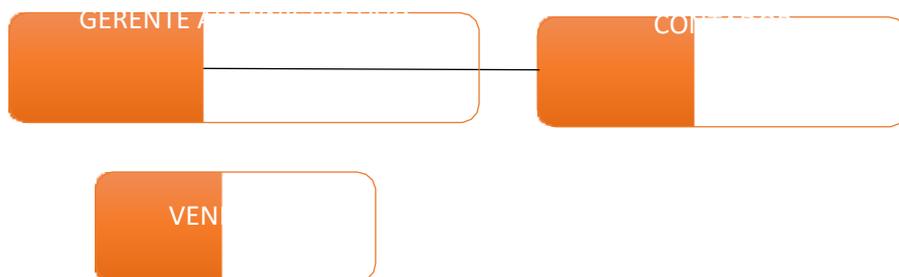
- Brindar el mejor servicio junto con el mejor tipo de combustible para que el cliente este satisfecho.
- Identificar y asumir las necesidades de los clientes, en el afán de crecer día a día.

5. Productos y/o servicios

Ofrece combustibles líquidos, así como productos conexos de alta calidad.

6. Organigrama de la empresa





6.1 Descripción de funciones

CARGO	GERENTE GENERAL
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Título de administrador de empresas. - Experiencia de 3 años en el sector y rubro
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planea todas las actividades que se desarrolla dentro de la empresa - Organiza todos los recursos del grifo.

CARGO	Gerente administrativo
Perfil	Técnico en administración de empresas
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Contratar a los trabajadores, así mismo designa las responsabilidades y actividades. - Contratos y convenios con empresas

CARGO	CONTADOR
Perfil	Contador Público Colegiado
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Documentar los patrimonios de la empresa - Manejar todos los registros de prepuestos de la empresa - Asesorar a la empresa

CARGO	Vendedor
Perfil	- Experiencia en ventas de las empresas de combustibles
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Vender una gran variedad de productos ofrecidos por la empresa - Garantizar la satisfacción de los clientes - Cumplir con los estándares y las medidas de seguridad en la empresa

I. Diagnóstico general

Análisis FODA	<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios similares en el mercado. • Productos y servicios adecuados para los clientes • Promociones periódicas. • Ubicación estratégica para acceso del cliente. • Personal capacitado para ayudar al cliente. • Presupuesto de inversión. 	<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • No tiene un MOF. • NO existe control de desempeño del personal. • Personal inestable • No existe un plan de marketing. • Se desconoce los indicadores de satisfacción del cliente
<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de vehículos e la zona. • Interés en la ecología a través de su empresa. • Oportunidad de ampliarla empresa en la localidad. 	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> Hacer convenios con las empresas de transporte y entidades con promociones. • Aplicar el outsourcing para ocuparse de la contaminación ambiental • Identificar estrategias de marketing acorde a rubro 	<p>OD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal en la atención al cliente ofreciendo un trato diferenciado al resto • Aplicar marketing para conseguir clientes • Empoderar y participar a los trabajadores del futuro de la empresa

<u>Amenazas</u>	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> • Precios variantes. • Competencia de y descuentos injustificados de la competencia. • Convenios con entidades y entre empresarios para reducir el mercado y competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar alianzas y convenios con los proveedores. • Cotizar el mejor precio de los proveedores • Percibir la condición de tu producto o servicio como cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar formas de pago para los clientes.

II. Plan de mejora.

En la situación actual de la organización, los procesos de consultoría realizados están poco documentados y poco difundidos en las redes tecnológicas. En este panorama, de acuerdo con la percepción de los colaboradores, manifiestan que casi nunca y algunas veces la empresa se preocupa por implementar mejoras respecto a la calidad del servicio.

III. Viabilidad de la propuesta

Viabilidad administrativa

Hacia el inicio de la revisión, se celebró un intercambio con el supervisor principal de la organización y el jefe de RRHH. Aquí se presentó la tarea y se demostró el objetivo y el alcance de la revisión. Durante la reunión, se obtuvo la ayuda de la administración para realizar el examen y se acordó que, una vez finalizada la revisión, se presentarían los resultados y se evaluaría la ejecución de la propuesta de mejora resultante de la exploración.

Viabilidad funcional

Dado que las actividades incluyen un ajuste de la conducta, para proponer el plan de mejora, se ha considerado que las actividades se separen en tres fases. Para garantizar que el cambio se lleve a cabo de forma dinámica, que los trabajadores no sientan un cambio inesperado en sus tareas cotidianas y que puedan aclimatarse más fácilmente a los avances propuestos, se ha valorado un plazo total de un año.

La etapa principal consiste en sacar a la luz los problemas y normalizar los procesos, lo que permitirá sentar las bases para enviar el plan de mejora. Esto se completará en un plazo de cuatro meses. Luego, en ese momento, la etapa siguiente examinará el avance de la información las actividades y prácticas del consejo, y tendrá una duración prevista de medio año de trabajo. Por último, la tercera etapa es para la solidificación de la intención de mejora para garantizar su coherencia y mejora moderada.

Viabilidad económica

Entre las variables que debemos considerar para caracterizar la viabilidad económica, está el verificable o versus que debemos hacer sobre la circunstancia en curso, y el gasto y retorno financiero que tendremos en el corto y mediano plazo. Es vital pensar que, debido a la circunstancia en curso y a la ausencia de un ahorro destinado, el nivel de costes representativos se incrementará, ya que la expectativa de obtener nuevos conocimientos para nuevas estrategias es mayor.

Según nuestra disposición de fortalecer y hacer de una información el marco de la junta, a la luz del hecho de que los ciclos serían reordenados, incluyendo la documentación, el alistamiento y la re aceptación, la capacidad, la difusión, la

evaluación, entre otros. La propuesta de mejora tiene un gasto aproximado de S/. 5,000.00 en un año, que adicionalmente incorpora el costo de trabajo del administrador a cargo.

IV. Plan de ejecución

En general se percibe una buena disposición a enfrentar los cambios con respecto a servicio de calidad por parte de los colaboradores de la empresa, contexto de la investigación, esto permite entender que se pueden establecer estrategias claras para la implementación de un modelo de calidad del servicio orientado a fortalecer las ventas de las empresas.

V. INDICADORES PARA UNA BUENA GESTION

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de la Mype
Cumplimiento eficiente	Incapacidad para actualizar el letrero de precios de los productos y servicios ante una baja de precios.
Servicio eficiente	Falta de una atención con cordialidad y buena información al momento de ofrecer el servicio.
Expectativa de eficacia	Poco interés por brindar un servicio rápido y eficaz en el que se tiene que esperar al colaborador a que termine de hacer sus cosas.
Expectativa de eficiencia	La empresa no considera una buena atención en información de productos, ofertas y cordialidad como parte de su protocolo de atención.

VI. PROBLEMAS

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Cumplimiento eficiente	Incapacidad para actualizar el letrero de precios de los productos y servicios ante una baja de precios.	A los representantes les conviene mantener los precios altos hasta acabar el stock.
Servicio eficiente	Falta de una atención con cordialidad y buena información al momento de ofrecer el servicio.	El colaborador no tiene la información del producto ni el conocimiento de como brindar atención de calidad.
Expectativa de eficacia	Poco interés por brindar un servicio rápido y eficaz en el que se tiene que esperar al colaborador a que termine de hacer sus cosas.	No existe un protocolo de atención eficaz en el que se valore el tiempo de espera del cliente.
Expectativa de eficiencia	La empresa no considera una buena atención en información de productos, ofertas y cordialidad como parte de su protocolo de atención.	No hay un seguimiento posterior a la atención o un trato diferenciado de clientes habituales.

VII. Establecer soluciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Cumplimiento eficiente	Incapacidad para actualizar el letrero de precios de los productos y servicios ante una baja de precios.	Comprometer al representante a tomar medidas para actualizar el listado de precios.

Servicio eficiente	Falta de una atención con cordialidad y buena información al momento de ofrecer el servicio.	Capacitar al personal en atención de calidad y sobre el manejo e información de productos de grifo.
Expectativa de eficacia	Poco interés por brindar un servicio rápido y eficaz en el que se tiene que esperar al colaborador a que termine de hacer sus cosas.	Capacitar en mejorar el servicio y la atención del cliente considerando el tiempo como factor.
Expectativa de eficiencia	La empresa no considera una buena atención en información de productos, ofertas y cordialidad como parte de su protocolo de atención.	A los representantes pedir que se capacite respecto a la calidad del servicio para mantener a sus clientes satisfechos.

VIII. Recursos para la implantación de las estrategias

N°	Estrategia	Recursos Humano	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Tomar medidas para actualizar el listado de precios.	Administrador y área de recursos humanos	s/500 mensual	Local de la empresa, material equipos, tiempo	6 meses
2	Capacitación al personal en atención de calidad y sobre el manejo e información de productos de grifo.	Administrador Y alta dirección	s/1000 mensual	Local, materiales, tiempo	2 meses

3	Capacitación para mejorar el servicio y la atención del cliente considerando el tiempo como factor.	Administrador	s/1500 mensual	Encuesta, equipo, tiempo	3 meses
4	Capacitación respecto a la calidad del servicio para mantener a sus clientes satisfechos.	Administrador	s/1500 mensuales	Tiempo, equipo	6 meses

IX. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Tomar medidas para actualizar el listado de precios.	01-09-2022	30-10-2022	X	X	X	X	X											
2	Capacitación al personal en atención de calidad y sobre el manejo e información de productos de grifo.	01-09-2022	30-11-2022	X	X	X	X	X											
3	Capacitación para mejorar el servicio y la atención del cliente considerando el tiempo como factor.	01-10-2022	30-11-2022							X	X	X	X	X					
4	Capacitación respecto a la calidad del servicio para mantener a sus clientes satisfechos.	01-09-2022	30-12-2022				X	X			X	X			X	X		X	X

5.2 Análisis de resultados

En correspondencia al objetivo general: Describir la característica de la calidad del servicio como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022

Se observa que un 66,7% (6) de clientes encuetados afirman que muy pocas veces la empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes, el 77,8% (7) afirman que muy pocas veces la empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia, el 77,8% (7) afirman que muy pocas veces la empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad y el 88,9% (8) manifiestan que muy pocas veces la empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.

Resultado que tiene similitud con la de Gutiérrez, Vásquez & Vilca (2019). En su tesis publicada de título “*Influencia de la calidad de servicio en el posicionamiento de Plaza Vea Real Plaza Trujillo primer semestre 2018*”. Encontró en su resultado que el nivel de la calidad de servicio como del posicionamiento es alto. Concluyó que la calidad de servicio y el posicionamiento están muy relacionados; por lo tanto, discrepa con nuestra investigación que se encontró que muy pocas veces se pone en práctica la calidad del servicio.

Al respecto del servicio de calidad Quiñonez y Vega (2014) menciona que la calidad de servicio se le conceptualiza como la diferencia que existe entre la expectativa del usuario y las necesidades percibida en el servicio recibido.

En correspondencia a mi objetivo específico N°01: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad requerida en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022.

Se observa que un 66,7% (6) de clientes encuestados afirman que muy pocas veces la empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes, el 77,8% (7) afirman que muy pocas veces la empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia, el 77,8% (7) afirman que muy pocas veces la empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad y el 88,9% (8) manifiestan que muy pocas veces la empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.

Resultado que discrepa con la de Montalvo, Estrada & Mamani (2020). En su tesis publicada de título “*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado 2020*”. Que en su resultado muestra que el 65,1% de usuarios indican que la calidad del servicio que reciben es regular, el 45,4% de usuarios se encuentran parcialmente satisfechos. Concluyó que mientras exista una mejor calidad de servicio, los usuarios se sentirán más satisfechos. Por lo tanto, difiere al resultado encontrado hallado en Satipo.

Al respecto Quiñonez y Vega (2014) menciona que la calidad requerida. Se refiere a los servicios fundamentales que el cliente solicita al comunicar sus necesidades y que la organización puede conocer en la totalidad de sus términos para cumplirlas.

En correspondencia a mi objetivo específico N°02: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad esperada en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022

Se determina de los 9 representantes de grifos encuestados en el cual, el 77,8% (7) dijeron que algunas veces la empresa considera que en este estado de emergencia sanitaria se aplica mejoras en las normas empleadas en la calidad de servicio, el 55,6% (5) dijeron que la empresa lleva un adecuado control de su proceso de ventas y atención, El 77,8% (7) dijeron algunas veces la empresa busca la satisfacción de los clientes con la atención que ofrece y el 66,7% (6) manifiestan que muy pocas veces la empresa busca estrategias para conocer la aceptación de sus clientes y poder satisfacer sus necesidades.

EL resultado se discrepa con la de Lescano (2017). En su tesis publicada de título *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la microempresa comercial Lezcano, Distrito Comas, año 2017”*. Se encontró que un 60% de los encuestados algunas veces ponen en práctica la calidad del servicio en sus empresas, concluyó que la calidad de servicio se relaciona de manera positiva fuerte con la satisfacción del cliente de la microempresa comercial Lezcano. Por lo tanto, tiene similitud con nuestra investigación.

Al respecto Quiñonez y Vega (2014) menciona que la calidad esperada. Alude a aquellas características positivas que complementan los adscritos fundamentales que no son generalmente expresos, sin embargo, que el cliente desea y que en su mayoría tienen áreas de fortaleza para una parte. Se conocen como expectativas.

En correspondencia a mi objetivo específico N°03: Describir las características de la calidad del servicio en su dimensión calidad subyacente en las micro y pequeñas empresas rubro grifos del distrito de Satipo, 2022

Se determina de los 9 representantes de grifos encuestados en el cual, el 77,8% (7) consideran que algunas veces la empresa cumple con la expectativa del cliente respecto a la eficacia de su atención, el 77,8% (7) dijeron que algunas veces la empresa busca ofrecer productos de calidad que se compran por la confianza de su calidad de servicio, el 100% (9) dijeron que muy pocas veces la empresa aplica políticas de eficiencia en la atención de sus clientes y que un 66,7% (6) muy pocas veces busca la recomendación de sus clientes a través del buen servicio brindado.

El resultado se discrepa con la de Apac (2018). En su tesis publicada de título “*Calidad del Servicio y Satisfacción de Clientes en el supermercado plaza vea-huánuco 2018*”. Que en su resultado muestra que la expectativa que tienen los clientes supera el 90% en todos los aspectos, y la percepción en Plaza Vea en algunos elementos varía entre 80 y 90% según las tablas analizadas. Concluyó que calidad del servicio en su dimensión calidad subyacente se encuentra en un rango estable y utilizada.

Al respecto Quiñonez y Vega (2014) menciona que la calidad subyacente. Son las cualidades potenciales que el cliente no conoce, sin embargo, que, suponiendo que se las ofrecamos, estima decididamente, es decir las compra.

VI. CONCLUSIONES

En correspondencia al objetivo general: Se observa que muy pocas veces la empresa cuenta una adecuada calidad requerida para atender a sus clientes o consumidores, Algunas veces la empresa cuenta y proporciona una calidad esperada hacia sus clientes y algunas pocas veces la empresa pone en práctica ofrecer una atención con calidad subyacente como medio para ofrecer su calidad de servicio.

En correspondencia a mi objetivo específico N°01: Se observa que muy pocas veces la empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes, afirman que muy pocas veces la empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia, afirman que muy pocas veces la empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad y manifiestan que muy pocas veces la empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.

En correspondencia a mi objetivo específico N°02: Se determina de los 9 representantes de grifos encuestados que algunas veces la empresa considera que en este estado de emergencia sanitaria se aplica mejoras en las normas empleadas en la calidad de servicio, dijeron que la empresa lleva un adecuado control de su proceso de ventas y atención, dijeron algunas veces la empresa busca la satisfacción de los clientes con la atención que ofrece y manifiestan que muy pocas veces la empresa busca estrategias para conocer la aceptación de sus clientes y poder satisfacer sus necesidades.

En correspondencia a mi objetivo específico N°03: Se determina de los 9 representantes de grifos encuestados que algunas veces la empresa cumple con la

expectativa del cliente respecto a la eficacia de su atención, dijeron que algunas veces la empresa busca ofrecer productos de calidad que se compran por la confianza de su calidad de servicio, que muy pocas veces la empresa aplica políticas de eficiencia en la atención de sus clientes y muy pocas veces busca la recomendación de sus clientes a través del buen servicio brindado.

Según a los resultados obtenidos de la investigación se propuso un plan de mejora con la única finalidad de aplicar las estrategias de forma correcta y eficaz, para que ayude de cierta forma a superarse aún más, y llegar a la fidelización de nuevos clientes, con esto lograr el incremento de ingresos con una buena calidad de servicio.

RECOMENDACIONES

Recomendamos que el administrador invierta en capacitar a sus colaboradores para una buena calidad del servicio, esto llegara a reflejar en la mejora de su empresa y sus utilidades.

Tener personal comprometidos de buena conducta y moral de esta forma llegar a comprometerse con la empresa la mejora con las capacitaciones, esto llegara a dar buenos resultados tanto internamente y externamente de la empresa. Así mismo se llegará a mostrar en la satisfacción de los clientes

Aplicar un sistema que permita la facilidad de comunicarse con los clientes para tener la facilidad en promocionar los productos o exportarlos para la satisfacción de los clientes y el posicionamiento en el mercado laboral.

Capacitar a los trabajadores para el informar de manera eficaz sobre los productos, haciendo uso de la tecnología (impresiones, afiches, redes sociales) para informar al público general en una forma de atraerlos para generar nuevas ganancias para la empresa.

Poner más interés en la supervisión de la atención al cliente ya que hay muchas quejas por parte de los clientes, así mismo poder capacitarlos para la gestión de calidad, con esto se conseguirá que el marketing atraiga a los clientes ya que existirá una buena gestión de calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta Marín, J. D. (2011). Implementación de un Modelo de Gestión del Conocimiento en los procesos organizacionales: Caso DISAN SA.
- Aguilar Esteban, R., Guija Zavalaga, J., Polanco Reyna, M., & Rosales Huamanchumo, J. (2017). Calidad en el servicio en el sector cines en Lima.
- Alegre Izaguirre, J. M. (2019). Comunicación interna y efectividad organizacional de una empresa de repuestos, San Borja, 2019.
- Alvarado Figueroa, Y. K. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario por el Servicio de Gestión Ambiental de Trujillo en estado de emergencia sanitaria.
- Ambriz, G. S. (2009). El desarrollo organizacional: una estrategia de cambio para las instituciones documentales. In *Anales de documentación* (Vol. 12, pp. 235-254). Facultad de Comunicación y Documentación y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- Apac Llanos, D. (2018). Calidad del servicio y satisfacción de clientes en el Supermercado Plaza Vea-Huánuco 2018.
- Aranda, M. F., & González, G. B. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *ECA Sinergia*, 9(2), 80-90.
- Arguello Mendoza, P. (2017). Desarrollo de un modelo de gestión del conocimiento para las PYMES del sector textil de la ciudad de Riobamba.
- ARZATE, J. G. (2019). Gestión del conocimiento y eficiencia en proyectos. Caso empresa ROBUSPACK.
- Avalos, R. M. M., Chacchi, D. V. G., Yépez, N. L. M., & Hernández, E. J. V. (2021). Gestión del conocimiento y productividad de una empresa constructora del Perú: Knowledge and productivity management of a construction company in Peru. *South Florida Journal of Development*, 2(4), 5183-5194.

- Ávila, A; Cueva, C; Gonzales, J y Martínez, Z. (2019, 15 de septiembre). Diseños de Investigación. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php>.
- Bustamante, M. A., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2020). Desde las expectativas a la percepción de calidad de servicios en salud en Guayas, Ecuador. *Información tecnológica*, 31(1), 161-170.
- Campos Aliaga, D. I. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital de apoyo “Manuel Ángel Higa Arakaki”-Satipo, 2017.
- Castro, N; Guevara, G y Verdesoto, A. (2020, 3 de julio). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- El peruano. (2019, 8 de julio). Cuatro características de las mipymes peruanas. <https://elperuano.pe/noticia/81246-cuatro-caracteristicas-de-las-mipymes-peruanas>
- Espejo Loyola, D. F. (2018). Calidad de servicio en la atención odontológica de pacientes que acuden al Servicio de Estomatología de una institución pública y privada en la provincia de Lima, San Martín de Porres en el año 2017.
- Gallardo Diaz, A., & Mori Capurro, M. T. (2017). Nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente Premium Interbank tienda principal de Trujillo en el primer semestre del año 2016.
- Garza, M; López, J y Zavala, M. (2017, 24 de octubre). Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1872/1872512520003>.
- Güereca Hernández, L. P. (2006). Desarrollo de una metodología para la valoración en el análisis del ciclo de vida aplicada a la gestión integral de residuos municipales. Universitat Politècnica de Catalunya.
- Guerrero Cubides, S. M. (2013). Efectividad organizacional.

- Gutiérrez, G., Vásquez, K., & Vilca, M. (2019). Influencia de la calidad de servicio en el posicionamiento de Plaza Veá Real Plaza Trujillo primer semestre 2018. *SCIÉENDO*, 22(2), 109-114.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2010). *investigación*. México, DF: Mc Graw Hill.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Versión para Latinoamérica*.
- Lescano Guardamino, M. A. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la microempresa comercial lescano, Distrito Comas, año 2017*.
- Licareas Paitan, A. M., & Carhuacusma Beramendi, M. (2018). *gestión administrativa por competencias y la efectividad organizacional del personal en Essalud Huancavelica, año 2015*.
- Loreña Quinto, D. J. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant-hotel el Bambu del distrito de Pichanaki, 2019*.
- Manfredi, H. E. (2012). *La influencia de la gestión del conocimiento en la efectividad del liderazgo organizacional*.
- Montalvo, S., Estrada, E., & Mamani, H. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. Ciencia y Desarrollo*, 23(2), 21-26.
- More Espinoza N, M (2018) en su investigación “Gestión del conocimiento y cultura organizacional en la subgerencia de gestión del riesgo de desastres GORE Ica 2017”.
- Moscoso Agurto, I. D., & Macas Benites, F. A. *Gestión del conocimiento y efectividad organizacional en la municipalidad distrital de Papayal, Tumbes, 2018*.

- Nanfuñay Távara, S. M. (2019). Modelo de orientación basado en la calidad del servicio para incrementar el nivel de satisfacción del cliente en la Universidad César Vallejo de Chiclayo.
- Paez Samaniego, F. E. (2019). La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollerías del distrito de Satipo 2019.
- Quiñones, M. E. V., & de Vega, L. A. (2014). Calidad y servicio: conceptos y herramientas. Ecoe Ediciones.
- Quispe Alcarraz, E. (2021). Gestión del conocimiento e innovación organizacional en los docentes de la Universidad Nacional Federico Villarreal.
- Rivera Reyes, S. J. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador.
- Rocha Tamayo, J. A. (2020). La gestión del conocimiento y el impacto en el desempeño laboral: Propuesta metodológica para las industrias desarrolladoras de software de la ciudad de Guayaquil (Master's thesis).
- Roncal Capcha, N. M. Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro fial SRL Satipo, 2020.
- Saez Villanueva, N. M., & Aguirre Ruiz, J. (2019). Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017.
- Santa Cruz Malon, A., & Córdova Rodas, N. A. (2021). Gestión del conocimiento y efectividad organizacional en municipalidades de la provincia de San Martín, Perú.
- Santillan Ponce, M. T. (2021). Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021.

- Santos, C. A. T., Sócola, E. M. U., & Reyes, R. R. E. (2018). El marketing emocional y la fidelización del cliente. Análisis a partir de los componentes emocionales del Modelo Value Star en la banca por internet del BCP. *InnovaG*, (4), 54-66.
- Silva Farroñán, J. (2021). Plan de capacitación para mejorar la calidad de servicio de los asesores de crédito en “La Caja Metropolitana” agencia Chimbote-2019.
- SUNAT. (2019). Beneficios de ser formal.
<https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/beneficios-ser-formal>
- Tapia, L; Palomino, A; Yalda, L y Valenzuela, R. (2019,14 de enero). Pregunta, hipótesis y objetivos de una investigación clínica.<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300069>
- Tinitana, R. D. C. T., Gallardo, N. A., Mora, M. E. P., & Cueva, C. E. C. (2019). La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja–Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 5(1), 136-159.
- Torres, M; Paz, k y Salazar, F. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin03/URL_03_BAS01.pdf
- Tupayachi Gamión, P. I. (2021). Calidad de servicio y satisfacción de las usuarias víctimas de violencia familiar y sexual del Centro Emergencia Mujer Satipo 2019.
- Valdivieso Solari, G. A. (2019) Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019.
- Velasquez Pajuelo, I. C. (2018). Gestión del conocimiento y la efectividad organizacional en el centro de operaciones lima de la empresa Ecocentury SAC Chorrillos–2018.

Ventura, J. (2017, 12 de octubre). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s086434662017000400014&script=sci_arttext

&tlng=en

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

N°	Actividades	Año																
		2022																
		Mayo				Junio				Julio				Agosto				
		Semana				Semana				Semana				Semana				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Elaboración del Proyecto.	x																
2.	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación.		x	x	x	x												
3.	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación.					x												
4.	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor.						x											
5.	Mejora del marco teórico						x											
6.	Redacción de la revisión de literatura							x										
7.	Elaboración del consentimiento informado.							x										
8.	Ejecución de la metodología.								x									
9.	Resultados de la investigación								x	x								
10.	Conclusiones y recomendaciones.									x								
11.	Redacción del pre informe de Investigación.										x							
12.	Redacción del informe final.											x						
13.	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación.												x	x	x	x		
14.	Presentación de ponencia en eventos científicos.																	x
15.	Redacción de artículo científico.																	x

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (Estudiante)			
Categoría	Base	% o N	Total S/.
Suministros			
▪ Impresiones	-	-	-
▪ Fotocopias	-	-	-
▪ Empastado	S/.40.00	3	S/.120.00
▪ Papel bond A-4 (500 hojas)	S/.10.00	1	S/.10.00
Servicios			
▪ Uso de Turnitin	S/50.00	2	S/ 100.00
▪ Asesoría externa	S/900.00	4	S/ 3600.00
Sub total			S/.3830.00
Gastos de viaje			
▪ Pasajes para recolectar información	-	-	-
Subtotal		-	
TOTAL PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			S/.3830.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (Universidad)			
Categoría	Base	% o N	Total S/.
Servicios			
▪ Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/.30.00	4	S/.120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	S/.35.00	2	S/.70.00
▪ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/.40.00	4	S/.160.00
▪ Publicación de artículo en repositorio institucional	S/.50.00	1	S/.50.00
Subtotal		S/. 400.00	
Recurso Humano			
▪ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
Sub total			S/ 252.00
TOTAL PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			S/. 652.0

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos



INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

Estimado colaborador a continuación, le presentamos un cuestionario con 12 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

Marque con un x el puntaje se acomode a su criterio siendo 1 el más bajo y 5 el más alto como se detalla:

1, Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre

INSTRUMENTO

		CALIDAD DE SERVICIO					
DIMENSIÓN		PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Calidad requerida	1	La empresa tiene una atención eficiente para con sus clientes.					
	2	La empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia					
	3	La empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad					
	4	La empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.					
Calidad esperada	5	La empresa considera que en este estado de emergencia sanitaria se aplica mejoras en las normas empleadas en la calidad de servicio.					
	6	La empresa lleva un adecuado control de su proceso de ventas y atención.					
	7	La empresa busca la satisfacción de los clientes con la atención que ofrece.					
	8	La empresa busca estrategias para conocer la aceptación de sus clientes y poder satisfacer sus necesidades.					
Calidad subyacente	9	La empresa cumple con la expectativa del cliente respecto a la eficacia de su atención.					
	10	La empresa busca ofrecer productos de calidad que se compran por la confianza de su calidad de servicio					
	11	La empresa aplica políticas de eficiencia en la atención de sus clientes.					
	12	La empresa busca la recomendación de sus clientes a través del buen servicio brindado					

Anexo 4: Validación por juicio de expertos

VALIDACION POR JUICIOS DE EXPERTOS

I. NOMBRE DE LOS INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO

II. TESISISTA

GOMEZ PARRA RUDY JOHAN

III. DECISION

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos, por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADA:

SI

NO



Lic. Adm. MAGALY RITA BAZAN CASTILLO
DNI N° 47393092

.....

Lic. Adm. Magaly Rita Bazán Castillo
DNI N°47393092
CLAD N° 15130

VALIDACION POR JUICIOS DE EXPERTOS

I. NOMBRE DE LOS INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO

II. TESISISTA

GOMEZ PARRA RUDY JOHAN

III. DECISION

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos, por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADA:

SI

NO



.....
Mg. Administración Yuly Yolanda Morillo Campos
DNI N°33263862
CLAD N° 01359

Anexo 6: Hoja de tabulación

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 12 de 12 variables

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	var	var	var	var
1	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	3,00	2,00	1,00				
2	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	2,00	2,00				
3	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	2,00	2,00	3,00				
4	2,00	1,00	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00				
5	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00				
6	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00				
7	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00				
8	2,00	2,00	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00	3,00				
9	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00				
10																
11																
12																
13																
14																
15																
16																
17																
18																
19																
20																
21																
22																

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

34°C Mayorm. soleado 15:48 18/09/2022

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	VAR00001	Númérico	8	2	La empresa tiene una atención eficiente para con sus cli...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	VAR00002	Númérico	8	2	La empresa toma en cuenta el estado de emergencia sani...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	VAR00003	Númérico	8	2	La empresa considera la rápida atención como parte un s...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	VAR00004	Númérico	8	2	La empresa ofrece una atención con cordialidad en la me...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	VAR00005	Númérico	8	2	La empresa considera que en este estado de emergencia ...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	VAR00006	Númérico	8	2	La empresa lleva un adecuado control de su proceso de v...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	VAR00007	Númérico	8	2	La empresa busca la satisfacción de los clientes con la at...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	VAR00008	Númérico	8	2	La empresa busca estrategias para conocer la aceptación...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	VAR00009	Númérico	8	2	La empresa cumple con la expectativa del cliente respect...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	VAR00010	Númérico	8	2	La empresa busca ofrecer productos de calidad que se co...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	VAR00011	Númérico	8	2	La empresa aplica políticas de eficiencia en la atención d...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	VAR00012	Númérico	8	2	La empresa busca la recomendación de sus clientes a tra...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

34°C Mayorm. soleado 15:48 18/09/2022

Anexo 7: Figuras e interpretación

Figura 1

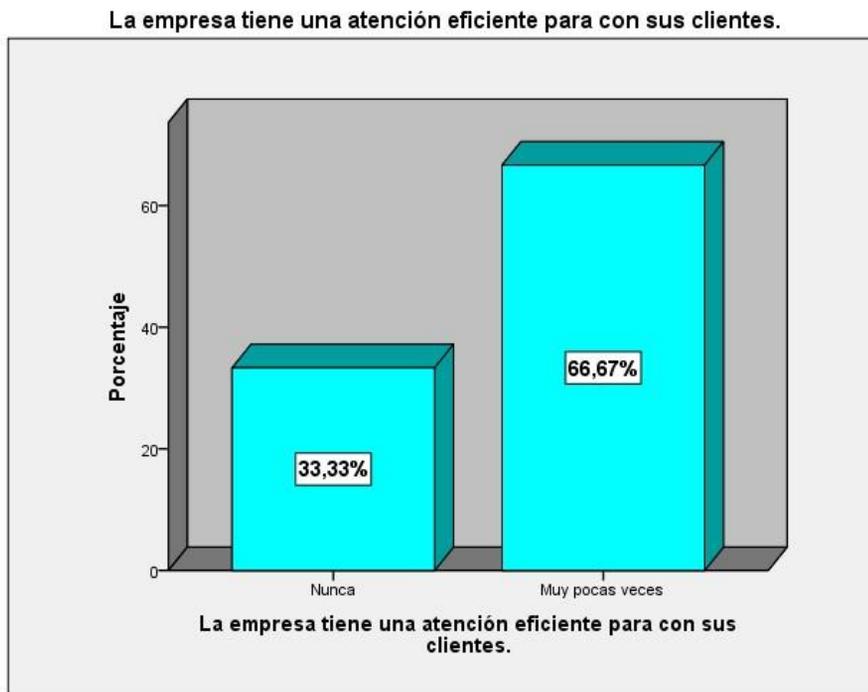


Figura 2

La empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio como grifo con eficacia

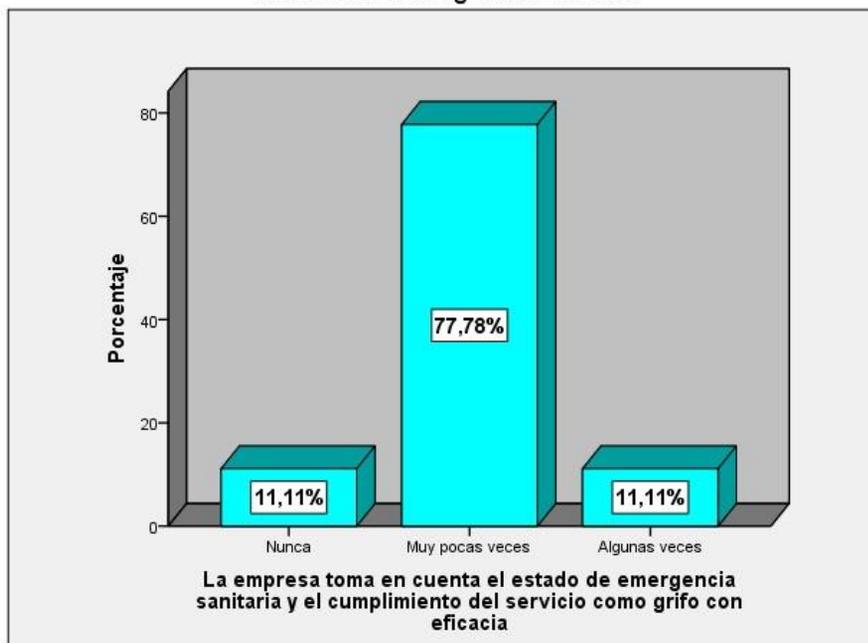


Figura 3

La empresa considera la rápida atención como parte un servicio de calidad

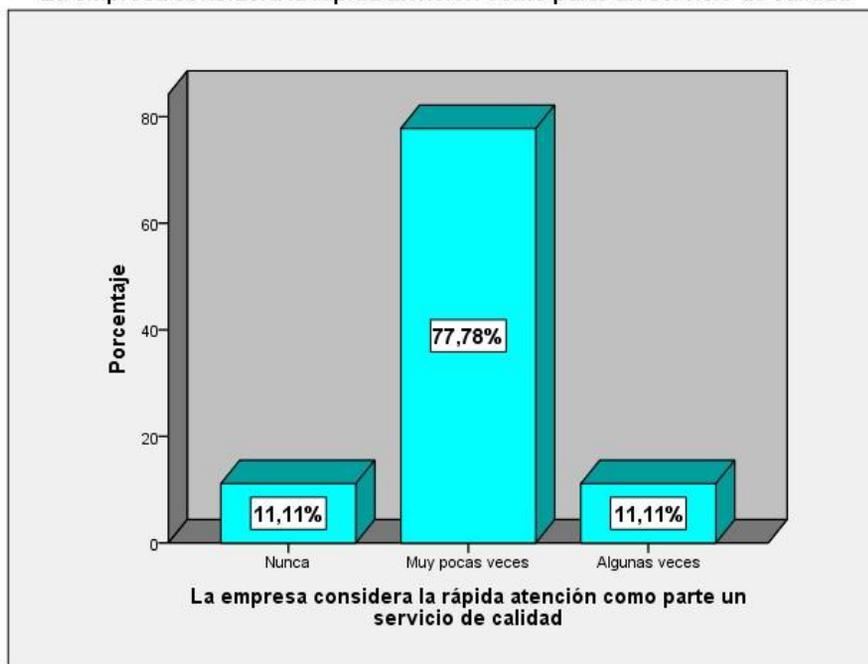


Figura 4

La empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.

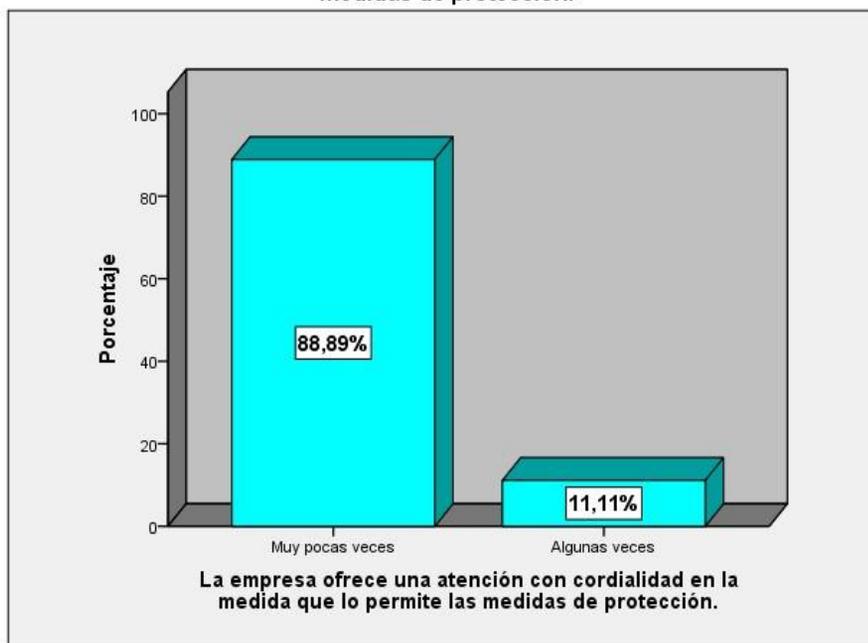


Figura 5

La empresa considera que en este estado de emergencia sanitaria se aplica mejoras en las normas empleadas en la calidad de servicio.

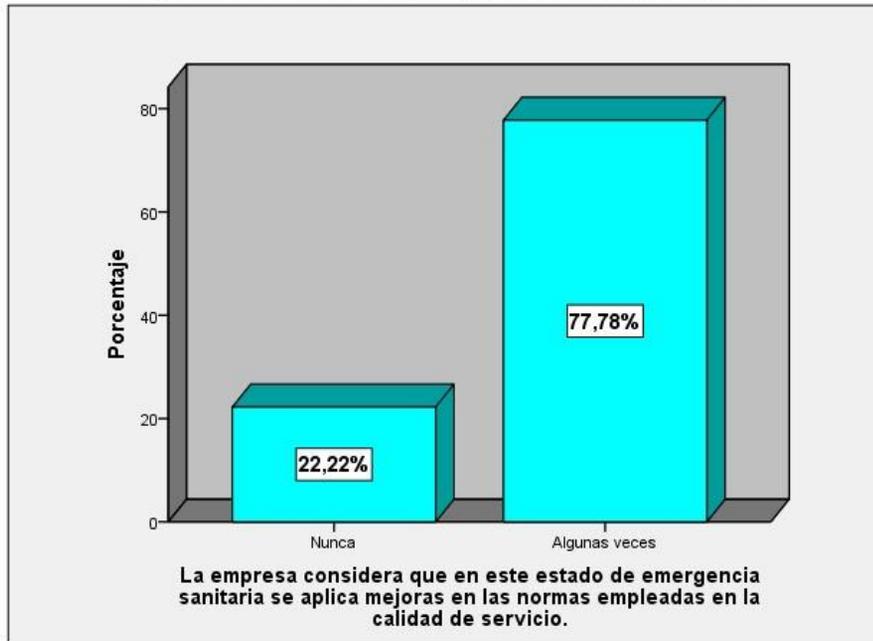


Figura 6

La empresa lleva un adecuado control de su proceso de ventas y atención.

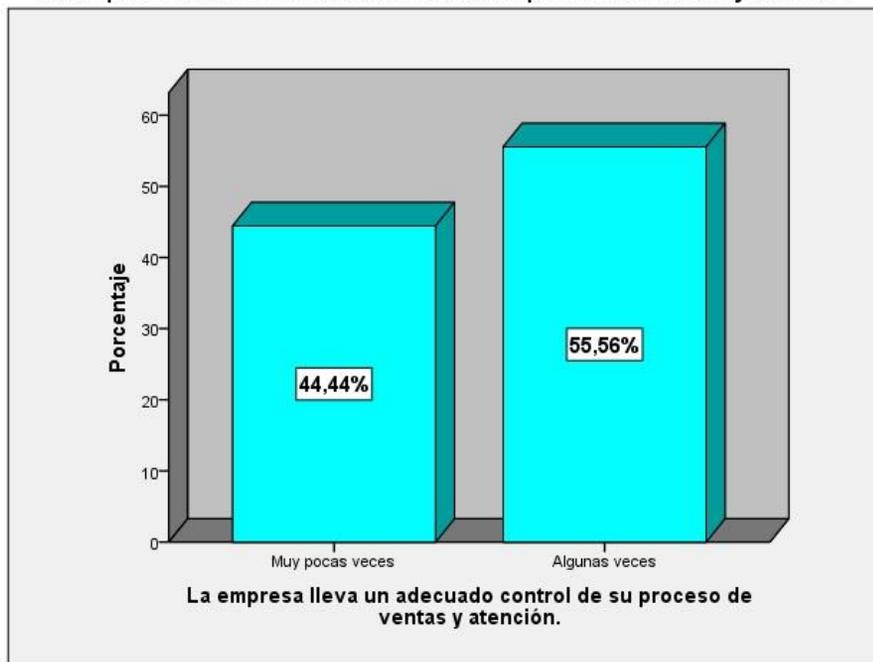


Figura 7

La empresa busca la satisfacción de los clientes con la atención que ofrece.

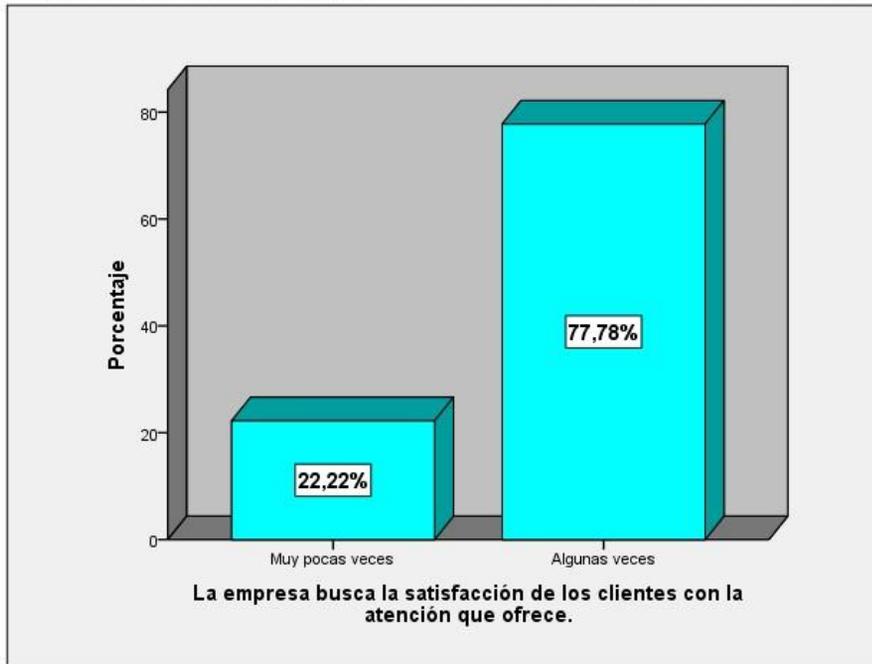


Figura 8

La empresa busca estrategias para conocer la aceptación de sus clientes y poder satisfacer sus necesidades.

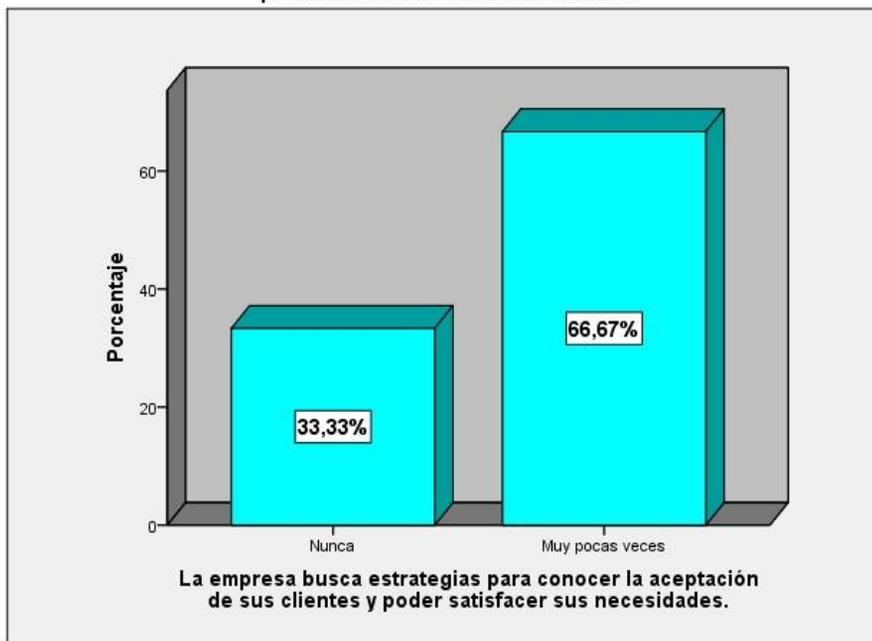


Figura 9

La empresa cumple con la expectativa del cliente respecto a la eficacia de su atención.

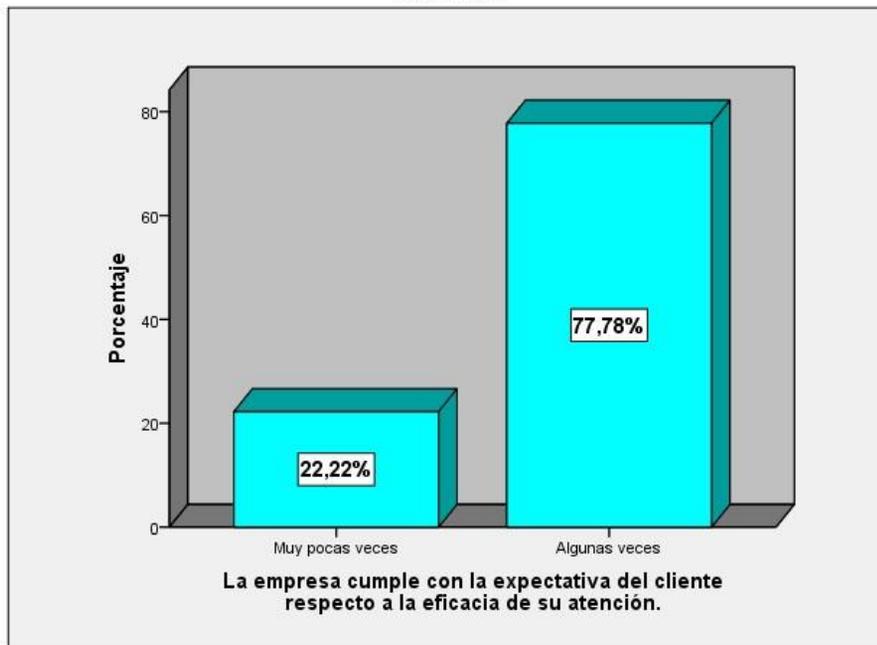


Figura 10

La empresa busca ofrecer productos de calidad que se compran por la confianza de su calidad de servicio

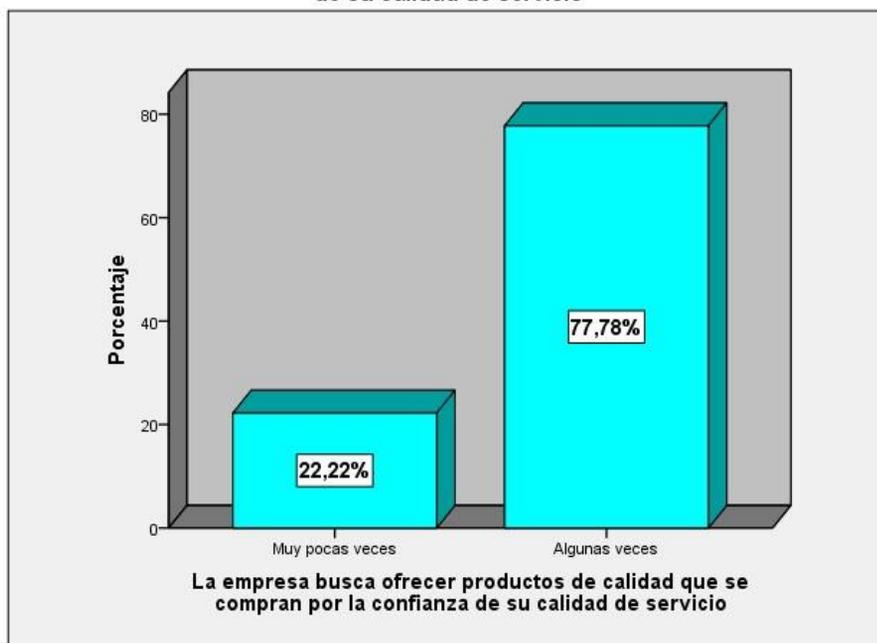


Figura 11

La empresa aplica políticas de eficiencia en la atención de sus clientes.

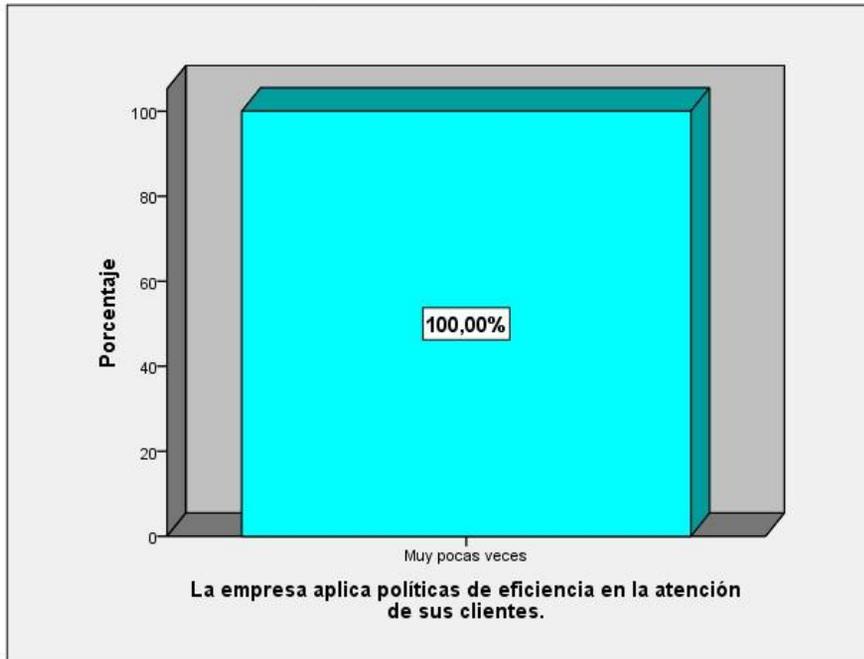


Figura 12

La empresa busca la recomendación de sus clientes a través del buen servicio brindado

