



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

FACULTAD CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE
SERVICIO DE DESINFECCIÓN EN LA
MICROEMPRESA SOLUCIONES INTEGRALES
EFECTIVAS DJ EIRL, AYACUCHO 2022**

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

AUTORA

CHUCHON HUAMANI, AYDA

ORCID: 0000-0003-4357-4461

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID:0000-0002-6399-5928

AYACUCHO – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Chuchón Huamaní, Ayda

ORCID: 0000-0003-4357-4461

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Estudiante de pregrado, Chimbote, Perú

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias e ingeniería.

Escuela profesional de Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Rosillo de Purizaga, María del Carmen

ORCID:0000-0003-2177-5676

Miembro

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Canchari Quispe, Alicia
ORCID 0000 0001 6176 191X
PRESIDENTE

Rosillo de Purizaga, María del Carmen
ORCID 0000-0003-2177-5676
MIEMBRO

Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID 0000-0002-7575-3571
MIEMBRO

Centurion Medina, Reinerio Zacarías
ORCID: 0000-0002-6399-5928
ASESOR

AGRADECIMIENTO

Agradecer a mi madre que me bendice desde el cielo,
y el apoyo incondicional de mi esposo y mis hijas.

A toda mi familia que es lo más valioso que Dios me
dio.

DEDICATORIA

A mi madre.

CONTENIDO

1. Carátula	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria	iv
5. Índice de contenido	vi
6. Índice de tablas y figuras.....	ix
7. Resumen y abstract.....	xii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	5
2.1. Antecedentes	5
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	5
2.1.2. Antecedentes nacionales	8
2.1.3. Antecedentes regionales y/o locales	12
2.2. Bases teóricas de la investigación	14
2.2.1 Innovación	14
2.2.2. Calidad de servicio.....	17
2.2.3. Teoría de la micro y pequeña empresa	20
2.3. Marco conceptual	21
III. Hipótesis.....	25

IV. Metodología	26
4.1 Diseño de investigación	26
4.2 Población y muestra	27
4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	29
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
4.5 Plan de análisis.....	31
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos	34
V. Resultados	36
5.1 Resultados	36
5.2 Análisis de resultados.....	44
VI. Conclusiones	56
VII. Recomendaciones	57
Referencias Bibliográficas	58
ANEXOS.....	62
Anexo 1. Cronograma	62
Anexo 2. Presupuesto.....	63
Anexo 3. Instrumento de recolección de datos (Variable Innovación)	64
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos (Variable calidad de servicio)	65
Anexo 5. Validación de instrumento.....	66
Anexo 6. Consentimiento informado	75

Anexo 7. Carta de autorización empresa.....	84
Anexo 8. Carta de aceptación empresa	85
Anexo 9. Figuras	86

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022.....	36
Tabla 2. Características de la calidad de servicio en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022.....	39
Tabla 3. Propuesta de mejora de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022.	42

NDICE DE FIGURAS

Figura 1. Predisposición para identificar las necesidades de los clientes.	86
Figura 2. Existe una comunicación clara con los clientes	86
Figura 3. Información que se intercambia con los clientes es puntual y concisa	87
Figura 4. Disposición de la empresa por brindar novedades al cliente.....	87
Figura 5. Diseño de productos de uso eficaz para los clientes.	88
Figura 6. Capacidad para responder dudas de los clientes.....	88
Figura 7. Conocimiento a detalle de los productos o servicios.	89
Figura 8. Disposición por brindar información confiable a los clientes.	89
Figura 9. La empresa mantiene confianza de los clientes por sus productos.	90
Figura 10. Se práctica la asertividad en el trato con los clientes.	90
Figura 11. El horario diseñado favorece a los clientes	91
Figura 12. Comprende que la innovación atrae al cliente.....	91
Figura 13. Se desempeña con iniciativa.....	92
Figura 14. Comprende la visión de la organización.	92
Figura 15. Está comprometido al logro de los objetivos y metas	93
Figura 16. Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa	93
Figura 17. Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa..	94
Figura 18. Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa	94
Figura 19. Registra data a diario provenientes de los procesos	95
Figura 20. Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad	95
Figura 21. Se compromete a la calidad de resultados	96

Figura 22. Al identificar resultados no deseables, se toma acción correctiva	96
Figura 23. Cumple con el nivel de desempeño esperado.....	97
Figura 24. Participa en las capacitaciones	97

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022. Como metodología, la investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo y de propuesta. La población para medir las variables fue finita, conformada por 18 trabajadores de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho. La muestra fue censal que tomó al 100,0% de la población determinada. Asimismo, la técnica utilizada fue la encuesta y dos instrumentos: para la variable innovación 12 preguntas y 12 preguntas para la variable calidad de servicio. Como resultados, la investigación determinó que el 50,0% de los colaboradores encuestados afirman que la innovación precede de la práctica de identificar las necesidades de los clientes; para tal efecto, afirman (55,6%) que se mantiene una comunicación clara con el cliente. En calidad de servicio, se determinó que el personal se muestra con iniciativa (61,1%); porque comprende la visión de la organización (50,0%) y está comprometido con el alcance de las metas y objetivos establecidos (50,0%). Como conclusiones, el personal de la microempresa en estudio mantiene la motivación para innovar como un aliado estratégico para mantenerse en el mercado y esta práctica se acompaña de una calidad de servicio que beneficia a sus clientes al cumplir sus expectativas.

Palabras clave: calidad, innovación, microempresa, servicio.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the characteristics of innovation to improve the quality of disinfection service in the microenterprise Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022. As methodology, the research was of non-experimental, transversal, descriptive and proposal design. The population to measure the variables was finite, made up of 18 workers of the microenterprise Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho. The sample was a census sample that took 100.0% of the determined population. Likewise, the technique used was the survey and two instruments: 12 questions for the innovation variable and 12 questions for the service quality variable. As results, the research determined that 50.0% of the employees surveyed affirm that innovation precedes the practice of identifying customer needs; to this effect, they affirm (55.6%) that clear communication is maintained with the customer. In terms of service quality, it was determined that the personnel show initiative (61.1%); because they understand the organization's vision (50.0%) and are committed to achieving the established goals and objectives (50.0%). As conclusions, the staff of the microenterprise under study maintains the motivation to innovate as a strategic ally to remain in the market and this practice is accompanied by a quality of service that benefits its customers by meeting their expectations.

Key words: innovation, microenterprise, quality, service.

I. INTRODUCCIÓN

La innovación ha acompañado al hombre desde su aparición en la tierra porque representó desde entonces en la luz para poder dar solución a los problemas que siempre son la constante en toda existencia, inclusive empresarial. En el actual contexto, de un mundo globalizado en el que gracias a las telecomunicaciones y transporte se intercambia mercancías en transacciones comerciales de bienes y servicios haciendo que el nivel de competencia no respete límites geográficos y mucho menos, límites de los países, (Evaristo, 2020). Ante este escenario, las empresas deben innovar constantemente para poder ser novedad en el mercado y satisfacer necesidades de sus clientes cada vez más cambiantes, solo así poder continuar en el mercado gracias a la innovación como habito que todo ser debe fomentar.

En nuestro país, la innovación nos ha acompañado desde nuestros antepasados, así tenemos al Imperio Incaico, peruanos que con su creatividad e innovación sobrepasaron la lógica con muchas de sus obras de ingeniería y que en la actualidad se ha menoscabado en nuestra población por la falta de motivación desde la educación y por las tendencias consumistas del mercado, situación que nos ha llevado a perder posición del mercado frente a otras naciones, (Dueñas, 2018).

Para el sector empresarial, en el cual se orienta la presenta investigación, la innovación representa una estrategia. Está en la capacidad de sus integrantes buscar que

la innovación sea un impulso continuo de todas sus actividades, para lo cual se requiere de motivación desde la parte directriz.

De acuerdo a una investigación periodística de Oppenheimer (2020), los países desarrollados se caracterizan por mayor investigación e innovación que parte desde la motivación en una mejor educación, soporte que les permite seguir liderando las economías; situación inversa en países subdesarrollados como los ubicados en centro américa y latino américa. Esta situación también tiene impacto en la empresa que se aprecian en indicadores de desempeño, productividad y costos.

A nivel local, Ayacucho, lugar donde se realizó la investigación, estudios realizados previamente a microempresas de distintos rubros se determinó que “se identificó como problemática: el hallazgo de la baja calificación del nivel de servicio y calidad de las empresas como resultado de una encuesta de satisfacción al cliente, resultados que no esperaban sus propietarios, quienes por el contrario no estimaban la importancia de esta herramienta,” (González & Huanca, 2020). Ante estos escenarios, se identifica una falta de innovación en el sector empresarial, en donde se tiene que entender que los emprendimientos necesitan de acoger nuevas estrategias como la innovación para mejorar la calidad de servicio y seguir en el mercado.

Sin embargo, existen empresas locales que están convencidas que la innovación y calidad de servicio son factores competitivos y motivan a buscar nuevas oportunidades y clientes, es el caso de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL de Ayacucho, que superó grandes obstáculos y problemas en la pandemia Covid-19 y que en esta investigación se planteó conocer que mecanismo vienen caracterizando el comportamiento de las variables innovación y calidad de servicio.

De acuerdo a lo expuesto, la problemática se resume en el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022? Como objetivo general, la investigación se planteó Determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022 y para dar alcance se plantearon los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022; Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022 y Elaborar la propuesta de mejora de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho,2022.

Como justificación de la investigación, el desarrollo de la presente tesis fue la importancia del estudio de dos estrategias que las empresas contemporáneas deben practicar para hacer frente a sus problemas comerciales y operativos: la innovación y calidad de servicio. Si bien no existe restricción alguna para desarrollarlas, sin embargo, recae en el estilo de trabajo, nivel de preparación y enfoque en el cliente del equipo humano que tiene la responsabilidad de cada empresa.

Como metodología, la investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo y de propuesta. La población para medir las variables fue finita, conformada por 18 trabajadores de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho. La muestra fue censal que tomó al 100,0% de la población determinada. Asimismo, la técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios:

uno de 12 preguntas para la variable innovación y otro de 12 preguntas para la variable calidad de servicio. Como resultados, la investigación determinó que el 50,0% de los colaboradores encuestados afirman que la innovación precede de la práctica de identificar las necesidades de los clientes; para tal efecto, afirman (55,6%) que se mantiene una comunicación clara con el cliente. En calidad de servicio, se determinó que el personal se muestra con iniciativa (61,1%); porque comprende la visión de la organización (50,0%) y está comprometido con el alcance de las metas y objetivos establecidos (50,0%). Como conclusiones, la empresa en estudio tiene la motivación para mantener a la innovación como un aliado y esta práctica le permite mantener una calidad de servicio que beneficia a sus clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Hernández y Valdez (2020) en su investigación *Innovación y cultura organizacional en empresas restauranteras de la ciudad de Oaxaca, México*. La investigación fue de tipo descriptiva, no experimental y propuesta, cuyo objetivo fue mejorar el tipo de innovación que resultan de los niveles de cultura organizacional en las empresas restauranteras de la ciudad de Oaxaca, México. El marco muestral estuvo constituido por más de 4,000 empresas, sólo se consideró 381. Concluye que con base en estudios previos en Oaxaca se ha determinado que la derrama económica depende fuertemente de la innovación aspecto tan importante para perpetuar la tradición en el destino como para mantener a sus clientes. La escasa innovación se ve afectada por una baja detección de innovaciones y la cultura organizacional es ocasionada por la baja responsabilidad corporativa, problemas de compromiso y ética, mala gestión, ineficiente planificación y liderazgo y baja capacitación por ello es importante enfocar este tipo de investigaciones a la mejora de estos aspectos. Tomando en consideración esto se hace la propuesta de un modelo de investigación que mejore los tipos de innovación que resultan de mejorar los niveles de cultura organizacional en las empresas restauranteras de la ciudad de Oaxaca, México.

Álvarez (2018) en su investigación *Innovación, gestión del conocimiento en mercados en desarrollo, Chile*. Tuvo por objetivo general: Ampliar el conocimiento de cómo actúa la innovación en productos y servicios, la innovación en procesos, y la

innovación estratégica son afectadas por la gestión del conocimiento en un contexto de mercados en desarrollo, en particular los mercados latinoamericanos. Se empleó la metodología descriptiva, escala nominal. La población encuestada es a 270 empresas con operaciones en Sudamérica y México. Los resultados que se presentan señalan que la innovación en procesos de negocios puede ser descrita como un constructo de al menos cuatro prácticas organizacionales, y que la gestión del conocimiento tiene un impacto positivo con significancia estadística en dicho constructo. Llegó a la conclusión: Los factores que influyen la innovación en empresas de mercados en desarrollo, particularmente, el impacto de la gestión del conocimiento de empresas. Es importante recalcar que existen estudios sobre innovación en mercados en desarrollo, pero enfocados en economías asiáticas y no en países latinoamericanos, la relación entre los tipos de innovación y la gestión del conocimiento en base a la clasificación de innovación radical e innovación incremental.

Marín (2018) en su investigación *Innovación y sostenibilidad de la influencia sobre el valor de marca de la tienda*, en la universidad de Valencia (España), siendo el objetivo general: Analizar las relaciones entre estas variables para contribuir al progreso del conocimiento sobre la innovación, la sostenibilidad y el valor de marca de la tienda en el contexto del comercio minorista de la gran distribución de alimentación. Se empleó la metodología tradicional. La población es de 510 consumidores con un muestreo no probabilístico como técnica la encuesta. Los resultados obtenidos del análisis permitieron contrastar las relaciones propuestas, confirmar el papel de la innovación como antecedente de las TIC, la innovación no es un elemento dinamizador de la sostenibilidad en el comercio minorista de la alimentación, comprender la relevancia de la innovación y la sostenibilidad en el logro de la notoriedad, imagen, la calidad

percibida y la lealtad. Llegó a la conclusión: El comercio minorista que haga un uso proactivo de la innovación combinado con el desarrollo de prácticas sostenibles, se verá beneficiado de la proyección al mercado de imágenes diferenciadas, mayores niveles de notoriedad y calidad percibida, e incrementos en la lealtad por parte de sus clientes, sentando de este modo las bases para la construcción de un valor de marca de tienda distintivo, que se configura en esencia de la lealtad y la imagen.

Rivera (2019) en su investigación *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes, Ecuador*. La investigación tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio ofrecido a través del Modelo Teórico Servqual a fin de identificar la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador, el estudio es de tipo descriptivo y se aplicó una encuesta a 180 clientes exportadores de Greenandes Ecuador S.A., Como resultado obtenido en la evaluación de la calidad de servicio de Greenandes Ecuador (Percepciones). La información se generó con los cuestionarios de percepciones y sus resultados son mostrados en % acompañado de su respectivo gráfico y su interpretación. Adicional en la encuesta se aplicó el cuestionario de Likert, bajo la siguiente escala donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo. Además, a los niveles intermedios se le ha colocado una etiqueta a fin de hacerlo más comprensibles al momento de su lectura. Se obtuvo como conclusiones: que p valor ($\text{sig.} = .000$) es menor que el nivel de significancia .05, por lo cual se aprueba la hipótesis planteada en este estudio, es decir que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador.

Cevallos (2018) en su investigación *Análisis de calidad del servicio de los locales que se dedican a la venta de computadoras en el centro de Manta, Ecuador*.

Tuvo como objetivo general diseñar estrategias para mejorar la calidad del servicio en los componentes de fiabilidad y capacidad de respuesta, en los locales de ventas de computadoras del centro de Manta, para lo cual se utilizó una metodología de investigación de tipo exploratorio, correlacional, descriptivo y explicativo, utilizando las técnicas más usuales que son el cuestionario y la escala de actitudes. Se obtuvo como resultado que las personas presentan inconformidad y sienten que el servicio fue regular debido a que las empresas cuando les promete algo no les cumple, también los empleados no concluyen con el servicio en el tiempo prometido, esto es un factor muy importante porque aquí es donde se genera un descontento y desconfianza en ellos clientes. Se concluye que las empresas necesitan mejorar la calidad de servicio invirtiendo en capacitaciones, invirtiendo en la contratación de un técnico en reparación de computadoras, de esta manera se abarca más clientes respondiendo a sus necesidades, generando confianza y brindando un servicio de calidad.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Cruz (2020) en su investigación *Innovación para la sostenibilidad y plan de mejora en el emprendimiento Ivanna Herrera salón & spa dedicado a brindar servicios de peluquería y estética, Chimbote 2020*. Cuyo objetivo principal fue Demostrar si la mejora en la innovación permite la sostenibilidad del emprendimiento Ivanna Herrera Salón & Spa dedicada a brindar servicios de peluquería y estética, Chimbote 2020. Como metodología la investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental/ transversal, se utilizó al emprendimiento como población y la muestra los integrantes de la sede de Chimbote, la técnica fue la encuesta e instrumento el cuestionario. Los resultados de las características del emprendedor fueron: el 100%

tiene entre 31 -35 años de edad, es de sexo femenino y poseen grado superior universitario. En base al emprendimiento el 100% indica que tiene más de dos años en el mercado, que el objetivo es la rentabilidad, tiene más de 6 trabajadores, considera que son especialistas en laceados y que no poseen capacidad para nuevos retos. El 100% considera a la innovación como inversión, concluye que el emprendimiento no es innovador, piensa que el factor importante es el uso de la tecnología, consideran que las ideas innovadoras permiten la sostenibilidad del emprendimiento, que si utilizan procesos de medición, que se

Ugarte (2020) en su investigación *Implementación de innovación tecnológica para mejorar la productividad en el proceso de corte de plantillas en el área de desarrollo del producto de la empresa Southern Textile Network*. Tuvo por objetivo general evaluar como la implementación tecnológica impacta la productividad de la empresa, afecta el costo de mano de obra y cómo influye en los tiempos empleados en el proceso de corte de plantillas. Como metodología la investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental/ transversal. Como conclusiones de la propuesta de implementación tecnológica se muestran favorables.

Navarro (2019) en su investigación *La innovación tecnológica en las empresas industriales de la región Cusco*. Tuvo como objetivo general, cómo se desarrolla la innovación tecnológica en las empresas industriales de la región Cusco. Como metodología la investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental/ transversal. Como conclusiones, los cambios o innovaciones han incidido mayormente en el incremento de la producción y las ventas. Otras innovaciones se han desarrollado en las áreas de personal, comercialización y almacenes. La limitada innovación realizada en las empresas del Cusco refleja el poco nivel de competitividad

que han alcanzado las organizaciones industriales locales.

Gómez (2021) en su investigación *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*. Tuvo por objetivo general, 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. Como metodología, la 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. Como resultados, se determinó 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. Como conclusiones, 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.

Morán (2020) en su investigación *Calidad de servicio y estrategias de marketing en las estaciones de servicio en la provincia de Sullana 2020*. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la calidad de servicio y estrategias de marketing en las estaciones de servicio en la provincia de Sullana 2020; con el cual da respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las principales características de la

calidad de servicio y estrategias de marketing en las estaciones de servicio en la provincia de Sullana 2020? Como metodología, la investigación fue de nivel descriptiva, tipo cuantitativa, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, conformado de 25 preguntas cerradas, la población en la variable calidad de servicio es 68 clientes y para estrategias de marketing 33 colaboradores. Como resultados son: el 60,4% consideró que las estaciones de servicio siempre tienen herramientas tecnológicas, el 63,64% consideró que su empresa siempre presenta la estrategia de CRM para campañas offline. Como conclusiones, las dimensiones de calidad de servicio son que tienen herramientas tecnológicas; asimismo han implementados letreros más visibles para ubicar fácilmente los productos; por lo tanto, los clientes se sienten satisfechos con la calidad de servicio, y los beneficios que brinda el marketing es que tiene un indicador que le permite conocer cuál es el impacto de su marca en las relaciones con tus clientes y cuan rentable es su estrategia.

Peña (2019) en su investigación *Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro multiservicios: “caso servicios múltiples GALNEY” – en el distrito de Tumbes, año 2019*. Tuvo como objetivo general Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro multiservicios: “Caso Servicios Múltiples Galney” – en el distrito de Tumbes, año 2019. Como metodología, la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de una (01) empresa y con una muestra de 68 clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos. Como resultados, se determinó que los clientes consideran que existe un involucramiento por parte de los trabajadores en este caso sus miembros de la

familia quienes atienden, sea en el servicio que los clientes soliciten, proporcionalmente medio es el nivel de calidad de servicio frente a el cumplimiento de los objetivos empresariales, el ambiente se torna en ocasiones negativo, en donde los clientes perciben muchas veces discusiones entre los trabajadores, es por ello que su nivel de calidad es mediano, ofrecen un buen servicio en fotocopiado y titeos pero cabe indicar que si se logra la satisfacción de cliente. Como conclusiones, se aprecia limitada orientación respecto a los servicios ofrecidos en la empresa, frente a ellos por ser la única empresa en la localidad próxima, los clientes por necesidad acuden a ella.

2.1.3. Antecedentes regionales y/o locales

Tiocona (2018) en su investigación *Gestión de la Innovación Empresarial y su Relación con la Fidelización de los Clientes en las Microempresas de Centros Comerciales, Tacna 2018*. Tuvo por objetivo general Determinar la relación entre la gestión de la innovación empresarial y la fidelización de clientes de las microempresas de los centros comerciales de Tacna 2018. Como metodología, se utilizó un diseño correlacional – cuantitativo, está orientado a la determinación del grado de relación existente entre las dos variables de estudio en una misma muestra del grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados empleando un cuestionario estructurado, aplicado a los microempresarios de los centros comerciales de Tacna en el año 2018. Como resultados, se determinó la relación entre la gestión de la innovación empresarial y la fidelización de clientes si es significativa. Asimismo, la gestión de la innovación empresarial en el 2018 fue moderada, en cuanto la fidelización de clientes en el año 2018 fue de forma moderada. Como conclusiones, la relación entre la gestión de la innovación empresarial y la fidelización de clientes de las microempresas de

centros comerciales de Tacna, 2018 si es significativa, la investigación nos comprueba que existe una correlación entre las variables, desde la percepción obtenida mediante los microempresarios de los centros comerciales de Tacna, con un nivel de confianza del 95% de confianza.

Falcón (2019) en su investigación *Gestión administrativa y la efectividad de los servicios brindados al cliente, en tienda comercial Rivera rubro electrodomésticos en el distrito, provincia y región de Huánuco-2018*. Tuvo como objetivo general determinar en qué medida la gestión administrativa contribuye en la efectividad de los servicios brindados al cliente, en tienda Comercial Rivera, rubros electrodomésticos en el Distrito, Provincia y Región Huánuco – 2018, para lo cual se utilizó una metodología de tipo cuantitativa y de nivel descriptivo explicativo. Según los resultados obtenidos se llegó a las conclusiones que la tienda Comercial Rivera rubro electrodomésticos en el Distrito, Provincia y Región Huánuco, es moderna y perfecta en la aplicación de los electrodomésticos por lo que es importante para que el cliente este respaldado por la compra del producto. Además, que la gente está de acuerdo servicio percibido por parte del personal del área de electrodomésticos por lo que el personal tiene que ser capacitado para una buena atención.

Bartra (2019) en su investigación *Calidad de servicio y la fidelización de los clientes en la tienda comercial mini market “Silvia” del distrito de Juanjuí - San Martín – 2019*. Tuvo como objetivo general determinar la calidad de servicio influye en la fidelización de los clientes en la tienda comercial “Mini Market Silvia” del Distrito de Juanjuí - San Martín – 2019. La investigación es de tipo no experimental y diseño transversal, descriptivo- correlacional, no experimental. La población es de 480 y la muestra es de 214 usuarios mensuales. Las técnicas para la realización de la

investigación fueron la encuesta y la entrevista y el instrumento fue cuestionario y guía de entrevista. Como resultado se ha determinado en base a 214 la población encuestada y ha señalado el 32.71% Siempre, el 28.04% Casi siempre, y el 39.25% No opina. Según la pregunta, en la tienda comercial “Mini Market Silvia” del Distrito de Juanjuí existe expectativas en la compra por nuevos productos, por lo que no opinan y mantienen una medida con la respuesta.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Innovación

Definición. La innovación es crear algo nuevo o nueva forma de hacer las cosas. La innovación está acompañada de la creatividad para hacer nuevos planteamientos, y es gracias a esta capacidad que la humanidad ha ido progresando y superando las problemáticas que tuvo que enfrentar hasta la actualidad. (Ponti y Ferrás, 2018)

Importancia. En el aspecto empresarial, la innovación tiene gran relevancia, sea cual fuere su tamaño, las empresas deben recurrir a la innovación para mantenerse vigentes, de lo contrario el propio dinamismo del mercado marcado por la competencia, romperá el posicionamiento de la empresa en el mercado. (Sivula, 2018)

Dimensiones e indicadores de la variable. Para un mejor estudio de la variable Innovación se toman las siguientes dimensiones e indicadores, respectivamente:

Satisfacción. Es la expectativa que se busca lograr con una acción de la innovación. A nivel empresarial, la innovación es la estrategia para brindar satisfacción al cliente, proporcionando nuevas propuestas. (Sáinz de Vicuña, 2020)

Indicadores:

- **Predisposición:** Este indicador mide la actitud del individuo u organización por mejorar para brindar un mejor producto o servicio. (Colina y Albites, 2020)

- **Comunicación:** Este indicador mide la intención por mantener un estrecho vínculo de intercambio de información para mantener la satisfacción. (Colina y Albites, 2020)

- **Clientes informados:** Este indicador mide el resultado deseado y que es el cumplimiento de las expectativas del cliente. (Colina y Albites, 2020)

Efectividad. Es el resultado que mide a las acciones de innovación frente a la problemática que logra atender. En las empresas, la efectividad puede estar relacionada a inversión y estrategia, donde se busca resultados positivos. (Sáinz de Vicuña, 2020)

Indicadores:

- **Servicio rápido,** es un atributo muy valorado por el cliente, el cual debe ser monitoreado para mantener una buena percepción del mismo. (Colina y Albites, 2020)

- **Capacidad,** es la dotación que se dispone para cumplir con los atributos de

valor del cliente. (Colina y Albites, 2020)

- **Trato amable**, es el indicador de que existe una predisposición por satisfacer al cliente en las acciones a mejorar un proceso. (Colina y Albites, 2020)

Confianza. La innovación también es sinónimo de confianza si en su proceso tiene la esencia de ser inédito ante cualquier cuestionamiento. La innovación es el argumento para ciertas prácticas de mercadeo, (Sáinz de Vicuña, 2020).

Indicadores:

- **Conocimiento**, es la garantía de que existe una convicción para realizar algo mejor, nuevo. (Colina y Albites, 2020)
- **Información**, es el instrumento para generar confianza y convicción de que se buscar brindar una satisfacción o cumplimiento. (Colina y Albites, 2020)
- **Veracidad**, está relacionado a la confianza, y es también el instrumento y evidencia para generarla. (Colina y Albites, 2020)

Empatía. La innovación se relaciona con la empatía porque puede transmitir exactitud y bienestar al cliente, cuando lo innovador lograr satisfacer frustraciones o ansiadas expectativas prolongadas en espera en el tiempo. (Baranda, 2018)

Indicadores:

- **Atención personalizada**, este indicador mide a través de la vocación de servicio, la individualización por dar solución o atención a alguna problemática. (Colina y Albites, 2020)
- **Asertividad**, dentro de la dimensión empatía es un factor relevante porque es considerada una habilidad comunicativa de la persona que es capaz de exponer su punto de vista y sostenerlo considerando la opinión de las otras personas con las que interactúa. (Baranda, 2018)
- **Horario de atención**, representa el orden cronológico que se define para brindar el espacio de atención de forma estandarizada al cliente.

2.2.2. Calidad de servicio

Definición. Calidad de servicio se define como el resultado de la percepción del cliente frente a las expectativas que tiene respecto al servicio adicionales a la calidad del producto que adquiere. El servicio, constituye el soporte que la empresa puede optar para que el cliente o consumidor pueda alcanzar una positiva experiencia de compra y que constituya un elemento diferencial frente a la competencia. (Rojas et al., 2020)

Dimensiones e indicadores de la variable. Para un mejor estudio de la variable Calidad de servicios se toman las siguientes dimensiones e indicadores, respectivamente:

Liderazgo. La calidad de servicio puede representar una estrategia de liderazgo para una empresa que, bajo una visión y compromiso con su cliente, consolida una iniciativa de nuevos servicios que los satisfecerá. (Silva et al., 2021)

Indicadores:

- **Iniciativa:** En el liderazgo, la iniciativa es un indicador que mide la actitud para llevar adelante los proyectos de mejora. (Silva et al., 2021)
- **Visión,** es la definición de adonde se desea llegar. En términos de calidad de servicio, la visión es la satisfacción del cliente. (Silva et al., 2021)
- **Compromiso,** es el indicador que mide el nivel de responsabilidad por lograr la calidad en el servicio al cliente. (Silva et al., 2021)

Mejora continua. La mejora continua representa en calidad de servicio, la filosofía de trabajo que permite que el equipo humano que integra la empresa, alcanzar mejores resultados para los clientes. (Rojas et al., 2020)

Indicadores:

- **Funcionalidad,** es el resultado de un trabajo de mejora de un proceso que se desea pasar de una situación actual a una situación futura. (Silva et al., 2021)
- **Estrategia,** es el indicador que identifica el uso de mecanismo para lograr la satisfacción del cliente en términos de calidad de servicio. (Silva et al., 2021)

- **Misión**, es la responsabilidad por cumplir con convicción la función otorgada.
(Silva et al., 2021)

Enfoque en procesos. La calidad de servicio no es un proceso eventual. Está constituido por una serie de procesos como el registro de datos, monitoreo y calidad de resultados para ser parte de un proceso de análisis que busca identificar oportunidades de mejora. (Rojas et al., 2020)

Indicadores:

- **Registro de datos**, es el indicador de cumplimiento del recojo de información.
(Silva et al., 2021)
- **Monitoreo**, es la acción de aseguramiento que el proceso o la misión se logre.
(Silva et al., 2021)
- **Calidad de resultados**, este indicador busca el aseguramiento de que las acciones tomadas, brindarán los resultados esperados. (Silva et al., 2021)

Toma de decisiones. En calidad de servicio, se presentan situaciones problemáticas que pueden tener distintos orígenes, repercusiones y costos, siendo la capacidad de toma de decisiones para identificar el mejor camino en favor de la empresa y sus clientes. (Rojas, et al., 2020)

Indicadores:

- **Acción correctiva**, es la retroalimentación de una acción para asegurar el impacto esperado. (Silva et al., 2021)
- **Nivel de desempeño**, es el monitoreo de los actores o responsables de asegurar la calidad de servicio. (Silva et al., 2021)
- **Capacitación**, es el plan de adiestramiento que asegura que los responsables realicen los procesos o acciones dentro de estándares establecidos. (Silva et al., 2021)

2.2.3. Teoría de la micro y pequeña empresa

La micro y pequeña empresa es la unidad económica más importante para muchas economías a nivel mundial porque representa la libertad de las personas en generar emprendimientos y obtener rentas, satisfacer sus necesidades, crear trabajo, producir para otros destinos y contribuir con el PBI del país.

La situación económica mundial y la alta competencia son características de los mercados internacionales y nacionales que de una u otra forma afectan el ritmo de las micro y pequeñas empresas obligándolas a enfrentar entornos cambiantes y complejos que terminan en muchos casos por colocar en riesgo su permanencia en el mercado. (Mora, et al., 2020)

Importancia. Es reconocido, que las micro y pequeñas empresas son impulsoras del desarrollo económico y a su vez creadores de riqueza, que dependen en gran manera

de las decisiones de sus propietarios en relación al conocimiento del mercado, ventajas competitivas y la capacidad de riesgo en capital invertido.

Aquí dentro de las necesidades que se han identificado es la necesidad de capital humano calificado, tecnología, finanzas, y activos, sin embargo, la mejor capacidad que mantienen es la desarrollarse y crecer en el mercado con perseverancia y sentido común para atender con éxito los cambios del mercado.

Características de las micro y pequeñas empresas. En el mercado, se definen por tamaño, capacidad y dirección:

Microempresas. Dirigidas por sus dueños; existen lazos fuertes y afectivos entre sus socios; número limitado de socios.

Pequeñas y medianas empresas. Cuentan con menor número de socios y/o son dirigidas por sus dueños o gerente; mantienen conocimiento previo del mercado, existe importante inversión y alineación a metas, valores y expectativas. En cuanto al número de socios, aparecen los acuerdos, estructuras y reuniones de acuerdos.

2.3. Marco conceptual

Terminología para la variable innovación

- Innovación

Se define como la aplicación de nuevas ideas hacia “algo nuevo” sin precedente.

Para Álvarez (2018), es la introducción de algo nuevo.

- ***Innovación de productos y servicios***

Es la perspectiva empresarial de motivar el mercado con la introducción de producto y/o servicios disruptivos que marcan el interés porque crean la necesidad y su respectiva satisfacción. (Álvarez, 2018)

- ***Innovación en procesos***

La innovación en procesos constituye una estrategia empresarial enfocada en remodelar los mercados para beneficio del cliente y garantizar el desarrollo empresarial. (Álvarez, 2018)

- ***Estrategia de entrada al mercado***

La innovación se convierte en una estrategia de entrada al mercado, si se plantean nuevas oportunidades (gestión de nuevos productos) en alineación a la velocidad del desarrollo tecnológico.

- ***Disrupción empresarial***

Es la iniciativa que busca anticiparse o generar contexto de negocios y mantener un nivel de ventaja frente a la competencia. Las acciones disruptivas no solo están relacionados a los cambios tecnológicos, también pueden ser sociales, costumbre. (Kotter, 2019)

Terminología para la variable calidad de servicio

- ***Apariencia del personal***

Es un factor evaluable en calidad de servicio. Está orientado en el personal que ejecuta el servicio y puede tener distintas aristas como presentación, resolución de problemas, trato, etc. (Niebles, 2020)

- ***Calidad de servicio***

Se define como el enfoque de satisfacción al cliente, que se basa en cumplir con las expectativas que espera recibir el cliente por el producto o servicio adquirido. (Silva et al., 2021).

- ***Elementos tangibles***

Son los elementos físicos que están a disposición del cliente o son medios para atenderlos. (Niebles, 2020)

- ***Resolución de problemas***

Es la capacidad del personal encargado de tratar con el cliente directamente para resolver con efectividad de sus dudas, reclamos o necesidad de información. (Niebles, 2020)

- ***Realización del servicio***

Son las condiciones de cómo se espera se realice la atención al cliente, en relación a las expectativas de valor. (Niebles, 2020)

- *Servicio*

Se define como la disposición para realizar un trabajo, actividad u beneficios orientados a generar satisfacción a un cliente. (Duque, 2018)

III. HIPÓTESIS

No se formuló hipótesis para esta investigación porque se trató de una investigación descriptiva. Las investigaciones descriptivas como cita Pino (2018) son aquellas en las cuales solo se limitan a describir el comportamiento de las variables, (p.271).

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

El diseño que se siguió para la investigación fue no experimental, transversal, descriptivo y de propuesta. Para Pino (2018), los diseños metodológicos representan las estrategias para tratar científicamente una investigación.

No experimental

La investigación tuvo un carácter no experimental porque se basó en conceptos, variables, sucesos, que se dan sin la intervención directa del investigador. Para Hernández et al., (2014), una investigación es no experimental cuando no se manipula las variables, solo se observa el estado existente de la investigación no existe control en las variables ni se influyen en ellas.

Transversal o transeccional

Tuvo un diseño transversal porque recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo determinado.

Para Hernández et al., (2014), una investigación es transversal cuando la recolección de datos se realiza en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Descriptivo

La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir el comportamiento y principales características de las variables capacitación y calidad de servicio.

Según Sánchez (2019) las investigaciones de nivel descriptivo detallan situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, (p.155).

De propuesta

En la investigación se elaboró una propuesta de mejora respecto a los resultados encontrados en la investigación de las variables innovación y calidad de servicio en la microempresa en estudio. Para Hernández et al., (2014) una propuesta de mejora está orientada a establecer e identificar detalles, características y perfiles de personas o grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

4.2 Población y muestra

Población

La población para medir las variables fue finita, conformada por los 18 trabajadores de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022. Para Pino (2018) la población compone todos los elementos disponibles para estudiar.

Muestra

La muestra fue de tipo censal, no probabilística que tomó al 100,0% de trabajadores de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022. Según Pino (2018) para el investigador le resulta más fácil examinar a todos los

sujetos por la proximidad geográfica, porque la población de este estudio es pequeña y a fin de tener informes certeros sobre el tema de estudio.

4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición
Innovación	Está enfocado en la entrega de satisfacción a los clientes obteniendo una utilidad. Además de brindar satisfacción a los clientes tiene dos objetivos, atraer nuevos clientes brindando un valor superior sin descuidar la satisfacción de los clientes ya existentes. (Pat, 2017)	La variable innovación se medirá a través de sus indicadores enfocados en la satisfacción del cliente como: satisfacción, efectividad, confianza y empatía.	Satisfacción	Disposición	1.-¿Tiene disposición para prestar ayuda a los clientes?	Trabajadores	Ordinal (Likert)
				Comunicación	2.-¿La comunicación dirigida a los clientes es clara?		
				Información puntual	3.-¿La información que se brinda a los clientes es puntual y concisa?		
			Efectividad	Clientes informados	4.- ¿Existe constancia de la empresa para mantener informados a sus clientes?		
				Servicio rápido	5.- ¿Se brinda a los clientes un servicio rápido y eficiente?		
				Capacidad	6.- ¿Existe la capacidad para responder las dudas de los clientes?		
			Confianza	Conocimiento	7.- ¿Se evidencia conocimiento de todos los detalles de la función que ejercen?		
				Información	8.- ¿Es confiable la información brindada a los clientes?		
				Veracidad	9.- ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?		
			Empatía	Asertividad	10.- ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?		
				Horario de atención	11.- ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?		
				Comprensión	12.- ¿Existe entendimiento de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?		

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
Calidad de servicio	Representa una serie de actividades que una empresa debe seguir, involucra tanto su estructura como su organización considerando sus responsabilidades, procedimientos, operaciones y los recursos imprescindibles para su funcionalidad adecuada. (Flores, 2020).	La variable calidad de servicio se medirá a través de sus dimensiones: liderazgo, mejora continua, enfoque en los procesos y toma de decisiones, enfocados en satisfacer al cliente.	Liderazgo	Iniciativa	1. ¿Se desempeña con iniciativa?	Trabajadores	Ordinal (Likert)
				Visión	2. ¿Comprende la visión de la organización?		
				Compromiso	3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas		
			Mejora continua	Funcionalidad	4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?		
				Estrategia	5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?		
				Misión, visión	6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?		
			Enfoque en procesos	Registro de datos	7. ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?		
				Monitoreo	8.- ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?		
				Calidad de resultados	9.- ¿Se compromete a la calidad de resultados?		
			Toma de decisiones	Acción correctiva	10.- ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?		
				Nivel de desempeño	11.- ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?		
				Capacitación	12.- ¿Participa en las capacitaciones?		

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Se utilizó la técnica de encuesta. La encuesta es una técnica de recolectar información que consiste en la elección de una serie de datos que las personas deben responder sobre la base de un cuestionario

Según Sánchez (2019), las encuestas permiten obtener información intangible; es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente, (p.94).

Instrumentos

En la presente investigación el instrumento estuvo dirigido a los trabajadores y estuvo conformado por 24 preguntas de acuerdo a las variables y dimensiones de las variables innovación y calidad de servicio. Como tipo de respuesta se utilizó la escala de medición Likert.

Sánchez (2019) define que un instrumento está conformado por un cuestionario. A su vez, el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir del estudio.

4.5 Plan de análisis

En la presente investigación, el plan de análisis consistió en procesar los datos obtenidos de la muestra poblacional producto del trabajo de campo y tiene como finalidad generar resultados, a partir de los cuales se realizará el análisis para establecer conclusiones y recomendaciones. Pino (2018) explica que el plan de análisis consiste

en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objetivo de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realiza el correspondiente análisis.

4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general			
¿Cuáles son las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022?	Determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.	No se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.	Variable 1	Diseño de la investigación No experimental, transversal, descriptivo, de propuesta.
Problemas específicos	Objetivos específicos		Innovación	Población Población finita, conformada por 18 trabajadores de la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, distrito de Ayacucho, provincia de Huamanga, Departamento de Ayacucho.
1. ¿Cómo se identifican las características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022?	1. Identificar las características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.			Muestra: Censal, no probabilística. Toma al 100,0% de la población.
2. ¿Cómo se describen las características de la calidad en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022?	2. Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.		Variable 2	Técnicas: Encuesta Instrumento: Dos cuestionarios de 12 preguntas cada uno.
3. ¿Cómo es la propuesta de mejora de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022?	3. Elaborar la propuesta de mejora de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.		Calidad de servicio	Plan de análisis: Aplicación de los programas de Microsoft (Word, Excel, PPT), Pdf, Turnitin bajo el correspondiente análisis descriptivo.

4.7 Principios éticos

El desarrollo de la investigación estuvo alineado en los principios consignados en el Código de ética para la investigación versión 004, aprobado por acuerdo de Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021.

Libre participación y derecho para estar informado. - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consientan el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Beneficencia no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados.

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

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

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

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Objetivo específico 1: Características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.

Tabla 1.

Características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección.

	n	%
Disposición para identificar las necesidades de los clientes		
Siempre	9	50.00
Casi siempre	6	33.33
Algunas veces	3	16.67
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Existe una comunicación clara con los clientes		
Siempre	10	55.56
Casi siempre	4	22.22
Algunas veces	4	22.22
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Información que se intercambia con los clientes es puntual y concisa		
Siempre	13	72.22
Casi siempre	3	16.67
Algunas veces	2	11.11
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Disposición de la empresa por brindar novedades al cliente.		
Siempre	12	66.67
Casi siempre	4	22.22
Algunas veces	2	11.11
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00

(Continúa)

Tabla 1.*Características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección.*

	n	%
Diseño por productos de uso eficaz para los clientes		
Siempre	7	38.89
Casi siempre	2	11.11
Algunas veces	9	50.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Capacidad de los empleados para responder dudas de los clientes		
Siempre	12	66.67
Casi siempre	4	22.22
Algunas veces	2	11.11
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Conocimiento de todo detalle de los productos o servicios		
Siempre	12	66.67
Casi siempre	2	11.11
Algunas veces	4	22.22
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Disposición por brindar información confiable a los clientes		
Siempre	9	50.00
Casi siempre	6	33.33
Algunas veces	3	16.67
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00

(Continúa)

Tabla 1.*Características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección.*

	n	%
La empresa mantiene confianza de los clientes por sus productos		
Siempre	13	72.22
Casi siempre	3	16.67
Algunas veces	2	11.11
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Se da práctica de la asertividad en el tratamiento con los clientes		
Siempre	4	22.22
Casi siempre	4	22.22
Algunas veces	10	55.56
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
La empresa promueve la creatividad en sus colaboradores		
Siempre	12	66.67
Casi siempre	2	11.11
Algunas veces	4	22.22
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Comprende que la innovación atrae al cliente		
Siempre	10	55.56
Casi siempre	3	16.67
Algunas veces	5	27.78
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00

Nota: Resultados de aplicación de cuestionario a los trabajadores.

Objetivo específico 2: Características de la calidad de servicio en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.

Tabla 2.

Características de la calidad de servicio en la microempresa de servicio de desinfección.

	n	%
Se desempeña con iniciativa		
Siempre	11	61.11
Casi siempre	5	27.78
Algunas veces	2	11.11
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Comprende la visión de la organización		
Siempre	9	50.00
Casi siempre	3	16.67
Algunas veces	6	33.33
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Está comprometido al logro de los objetivos y metas		
Siempre	3	16.67
Casi siempre	9	50.00
Algunas veces	6	33.33
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa		
Siempre	9	50.00
Casi siempre	3	16.67
Algunas veces	6	33.33
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00

Tabla 2.

Características de la calidad de servicio en la microempresa de servicio de desinfección.

	n	%
Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa		
Siempre	2	11.11
Casi siempre	5	27.78
Algunas veces	10	55.56
Casi nunca	1	5.56
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa		
Siempre	6	33.33
Casi siempre	2	11.11
Algunas veces	10	55.56
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Registra data a diario provenientes de los procesos		
Siempre	10	55.56
Casi siempre	6	33.33
Algunas veces	2	11.11
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad		
Siempre	4	22.22
Casi siempre	4	22.22
Algunas veces	9	50.00
Casi nunca	1	5.56
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00

(Continúa)

Tabla 2.*Características de la calidad en la microempresa de servicio de desinfección.*

	n	%
Se compromete en calidad de resultados		
Siempre	3	16.67
Casi siempre	9	50.00
Algunas veces	6	33.33
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva		
Siempre	10	55.56
Casi siempre	5	27.78
Algunas veces	3	16.67
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Cumple con el nivel de desempeño esperado		
Siempre	3	16.67
Casi siempre	12	66.67
Algunas veces	3	16.67
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00
Participa en las capacitaciones		
Siempre	15	83.33
Casi siempre	1	5.56
Algunas veces	2	11.11
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	18	100.00

Nota: Resultados de aplicación de cuestionario a los trabajadores.

Objetivo específico 3: Propuesta de mejora de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022

Tabla 3.

Propuesta de mejora de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencia del problema	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
<i>Capacidad/ Efectividad</i>	- Algunos productos o servicios no tienen percepción de eficacia para los clientes.	- Falta de capacitación de los trabajadores para explicar bondades de productos.	- <i>Perdida de contratos</i> - <i>Cliente insatisfecho</i>	- Plan de capacitación para colaboradores - Encuestas de satisfacción al cliente. - Aprovechar oportunidades de mejora.	- Gerencia y administración.	S/. 6,000.00
<i>Información/ Confianza</i>	- Personal no brinda información confiable a los clientes	- Falta de proceso de inducción - Bajo nivel de servicio - Falta de supervisión	- Pérdida de imagen de empresa. - Pérdida de ventas.	- Plan de capacitación - Seleccionar monitor para mejorar el desempeño.	- Gerencia y administración	S/. 7,000.00

Asertividad/ Empatía	- No se práctica asertividad en el tratamiento con los clientes.	- Personal no adecuadamente seleccionado.	- Pérdida de imagen de empresa. Pérdida de ventas.	- Mejorar proceso de selección e inducción de personal. - Prepara cartillas de instrucción. - Monitorear nivel de servicio.	- Administración y el personal de la empresa	S/.8,000.00
Estrategia / Mejora continua	- Carencia de propuestas de mejora para cumplir los objetivos de la empresa. - No se realizan acciones para conocer percepción de los clientes.	- Bajo nivel de conocimiento en gestión de clientes.	- Poco crecimiento en clientes potenciales. - Insatisfacción de clientes.	- Generar círculos de mejora con participación de trabajadores. - Analizar los procesos que afectan la calidad de servicio e implementar plan de acción.	- Administración y el personal de la empresa	S/.4,000.00

5.2 Análisis de resultados

Según el objetivo específico 1: Identificar las características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022, en los resultados obtenidos que se muestran en la Tabla 1 se determina que el 50,0% de los colaboradores encuestados afirman que la innovación precede de la práctica de identificar las necesidades de los clientes; para tal efecto, afirman (55,6%) que se mantiene una comunicación clara con el cliente, estos resultados tienen similitud con la investigación de Álvarez (2018) que afirma que la innovación representa el mecanismo de enfoque en el cliente y cuya práctica coloca a la empresa en desarrollo constante (competitividad); uno de los mecanismos es que existe un intercambio de información (72,2%) que es puntual y beneficiosa; esto se respalda en el interés de la empresa por una disposición de siempre brindar novedades al cliente (66,7%). Como resultado, el 50,0% refiere que con cierta frecuencia los servicios diseñados son de uso eficaz para el cliente; existe personal capaz de absolver dudas (66,7%). Asimismo, se determina que existe disposición del personal por resolver dudas al cliente (50,0%). Sin embargo, se halla que se debe mejorar el asertividad en los trabajadores (55,5%); para tal fin, la empresa promueve la creatividad de sus trabajadores (66,7%) porque los colaboradores han comprendido que este factor atrae al cliente (55,5%).

Según el objetivo específico 2: Describir las características de la calidad en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022, los resultados que se muestran en la tabla 2, determinan que el personal se muestra con iniciativa (61,1%); porque comprende la visión de la

organización (50,0%) y está comprometido con el alcance de las metas y objetivos establecidos (50,0%). Estos resultados tienen similitud con la investigación de Cevallos (2018) que sostiene que las empresas para obtener indicadores positivos de calidad de servicio deben capacitar a sus colaboradores para generar un alto nivel de desempeño que redundará en la confianza de los clientes. Consecuentemente en la investigación, se determinó que el análisis de los procesos realizado por los colaboradores es constante (50,0%). Con cierta frecuencia propone mejoras (50,0%) y están alineados a la misión y objetivos de la empresa y es por ello que se registra la data de todas sus operaciones para identificar alguna oportunidad de mejora. Este resultado contrasta con la investigación de Del Cid (2018) que determina en su investigación que las malas prácticas de atención como no fijarse en los detalles como por ejemplo la temperatura baños, parque de vehículos, también redundan en la calidad de servicio esperada y la consecuente pérdida de imagen de la empresa. En la investigación se toma acción al identificar alguna desviación casi siempre (66,7%) permitiendo cumplir con desempeño esperado. Estos resultados tienen similitud con la investigación de Rivera (2019) que afirma que todos los esfuerzos por brindar una calidad de servicio van a reforzar la experiencia del cliente y por consiguiente va a experimentar satisfacción lo que podría generar fidelización de cliente hacia la empresa.

Según el objetivo específico 3: Elaborar la propuesta de mejora de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección en la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022, en la investigación se identificó una serie de aspectos que pueden ser objeto de mejora, los cuales se

consignan en el plan de mejora propuesto. Tiene similitud con la conclusión de Sandoval (2021) que recomienda elaborar un plan de mejora pertinente según los resultados obtenidos.

PLAN DE MEJORA DE LA MICROEMPRESA SOLUCIONES INTEGRALES EFECTIVAS DJ E.I.R.L. AYACUCHO 2022

1. Datos generales

Razón social : SOLUCIONES INTEGRALES EFECTIVAS DJ
E.I.R.L.

RUC : 20703094587

Fundada : 31 de julio de 2020

Gerente general : Juan Gamboa Vila

Rubro : Proyectos de ingeniería, saneamiento e
infraestructura.

2. Misión

Brindar a nuestros clientes soluciones en sus necesidades relacionadas a obras de construcción, ingeniería, saneamiento e infraestructura a cargo de un equipo profesional de alto desempeño, con respeto y confianza.

3. Visión

Ser la mejor empresa en el rubro en la región Ayacucho. Con la aplicación de buenas prácticas empresariales lograr la satisfacción de sus clientes al más bajo costo y con respeto a la comunidad y al medio ambiente y las leyes peruanas.

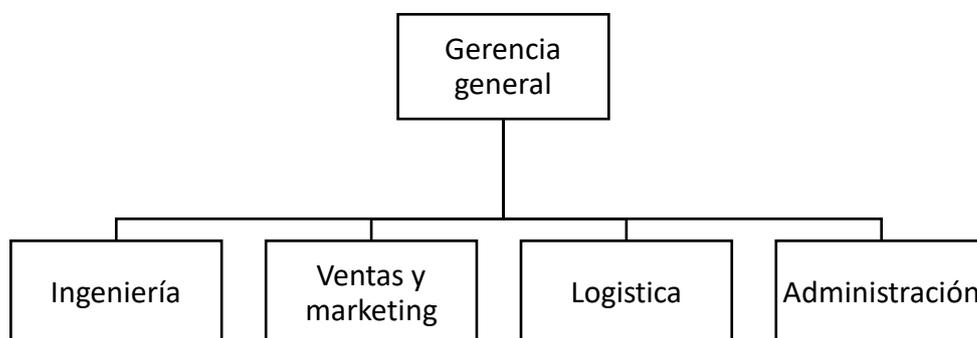
4. Objetivos

1.-Acompañar a nuestros clientes en la realización de sus proyectos y brindando solución técnica a sus consultas.

2.-mejorar permanentemente nuestros servicios con innovación y calidad de servicio a disposición de nuestros clientes.

5. Organigrama

SOLUCIONES INTEGRALES EFECTIVAS DJ E.I.R.L.



6. Problemas

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema
Capacidad/ Efectividad	- Algunos productos o servicios no tienen percepción de eficacia para los clientes.	- Falta de capacitación de los trabajadores para explicar bondades de productos.
Información/ Confianza	- Personal no brinda información confiable a los clientes	- Falta de proceso de inducción. - Bajo nivel de servicio - Falta de supervisión
Asertividad/ Empatía	- No se práctica asertividad en el tratamiento con los clientes.	- Personal no adecuadamente seleccionado.
Estrategia / Mejora continua -	- Carencia de propuestas de mejora para cumplir los objetivos de la empresa. - No se realizan acciones para conocer percepción de los clientes.	- Bajo nivel de conocimiento en gestión de clientes.

7. Establecer soluciones

Indicadores	Problemas encontrados	Acciones de mejora
Capacidad/ Efectividad -	- Algunos productos o servicios no tienen percepción de eficacia para los clientes.	- Plan de capacitación para colaboradores - Encuestas de satisfacción al cliente. - Aprovechar oportunidades de mejora.
Información/ - Confianza	- Personal no brinda información confiable a los clientes	- Plan de capacitación - Seleccionar monitor para mejorar el desempeño.
Asertividad/ - Empatía	- No se práctica asertividad en el tratamiento con los clientes.	- Mejorar proceso de selección e inducción de personal. - Preparar cartillas de instrucción. - Monitorear nivel de servicio.
Estrategia / Mejora continua -	- Carencia de propuestas de mejora para cumplir los objetivos de la empresa. - No se realizan acciones para conocer percepción de los clientes.	- Generar círculos de mejora con participación de trabajadores. - Analizar los procesos que afectan la calidad de servicio e implementar plan de acción.

8. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
- Plan de capacitación para colaboradores.	Gerencia/ Administrador/ Personal.	S/.4,000.00	- Internet - Proyector - Instructor	Anual
- Encuestas de satisfacción al cliente.	Gerencia/ Administrador/ Personal.	S/.1000.00	- Equipo de computo	Trimestral
- Aprovechar oportunidades de mejora.	Gerencia/ Administrador/ Personal.	S/.1000.00		Mensual
- Plan de capacitación	Gerencia Administración	S/.4000.00	- Internet - Proyector - Instructor	Anual
- Seleccionar monitor para mejorar el desempeño.	Gerencia/ Administrador/ Personal.	S/.3000.00	- Equipo de computo	Trimestral
- Mejorar proceso de selección e inducción de personal.	Gerencia/ Administrador	S/.4000.00	- Internet - Proyector - Instructor - Equipo de computo	Trimestral
- Prepara cartillas de instrucción.	Administrador	S/.2000.00		Trimestral
- Monitorear nivel de servicio.	Administrador/ personal	S/.2000.00		Trimestral

<p>-Generar círculos de mejora con participación de trabajadores.</p>	<p>Administrador/ Personal.</p>	<p>S/. 4,000.00</p>	<p>- Instructor</p>	<p>Trimestral</p>
<p>- Analizar los procesos que afectan la calidad de servicio e implementar plan de acción.</p>				

9. Cronograma de actividades

	Estrategias	Inicio	Término	Abril 2023				Mayo 2023				Junio 2023				
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	- Plan de capacitación para colaboradores. - Encuestas de satisfacción al cliente. Aprovechar oportunidades de mejora.	01/04/2023	30/06/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	- Plan de capacitación Seleccionar monitor para mejorar el desempeño.	01/04/2023	30/06/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	- Mejorar proceso de selección e inducción de personal. - Prepara cartillas de instrucción. - Monitorear nivel de servicio.	01/04/2023	30/06/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	-Generar círculos de mejora con participación de trabajadores.	01/04/2023	30/06/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

	<p>- Analizar los procesos que afectan la calidad de servicio e implementar plan de acción.</p>														
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

10. Presupuesto del plan de mejora

Estrategia	Indicadores	Meta	Responsable	Enero				Febrero				Marzo				Presupuesto S/.
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<ul style="list-style-type: none"> - Plan de capacitación para colaboradores. - Encuestas de satisfacción al cliente. - Aprovechar oportunidades de mejora. 	Capacidad/ Efectividad	100,0%	Gerencia/ Administrador/ Personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.6000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Plan de capacitación - Seleccionar monitor para mejorar el desempeño. 	Información/ Confianza	100,0%	Gerencia/ Administrador/ Personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.7000.00
<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar proceso de selección e inducción de personal. - Prepara cartillas de instrucción. - Monitorear nivel de servicio. 	Asertividad/ Empatía	100,0%	Gerencia/ Administrador/ Personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.8000.00

<p>-Generar círculos de mejora con participación de trabajadores.</p> <p>- Analizar los procesos que afectan la calidad de servicio e implementar plan de acción.</p>	<p>Estrategia / Mejora continua</p>	<p>100,0%</p>	<p>Gerencia/ Administrador/ Personal.</p>	<p>X</p>	<p>S/.4000.00</p>													
---	---	---------------	---	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-------------------

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que la innovación es una práctica bien entendida en la empresa en estudio. Representa la estrategia competitiva utilizada para generar novedad de los servicios dirigidos al cliente, tomando en cuenta para ello el factor de comprensión o lectura de sus necesidades. Sin embargo, se debe reforzar la confiabilidad (garantía) de los servicios que se comercializan como, por ejemplo, la efectividad de propósito (desinfección), para lo cual los clientes adquieren.

Se concluye que la calidad de servicio en la empresa en estudio necesita desarrollar aspectos claves como por ejemplo la actitud de servicio al cliente de parte de los trabajadores. El servicio que brindan a sus clientes es limitado, porque no comprenden la misión y visión de la empresa. Se determinó que el personal necesita ser capacitado en el conocimiento de los servicios de la empresa para brindar correcta referencia al cliente y enfocar su desempeño en la satisfacción del cliente.

Como conclusión final, la empresa en estudio tiene la motivación para seguir innovando como aliado estratégico, pero necesita que su equipo de trabajo mejore en acciones coherentes de calidad de servicio al cliente como soporte y beneficio para la empresa y sus clientes.

VII. RECOMENDACIONES

- Analizar los procesos internos que afectan la calidad de servicio e implementar plan de acción de mejora asignando responsables y plazos.
- Afianzar el conocimiento de los servicios de la empresa, para que el personal brinde adecuada información a los clientes, elaborando cartillas de instrucción que garantice la objetividad de la información.
- Calendarizar proceso de encuestas de satisfacción al cliente. Esta herramienta ayudará a identificar oportunidades de mejora para la satisfacción al cliente.
- Mejorar proceso de selección e inducción de personal, que garantice el personal idóneo con actitud de servicio al cliente.
- Generar círculos o equipos de mejora continua cuya participación contribuirá en mejorar los procesos y la gestión de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, V. J. (2018). *Innovación, gestión del conocimiento en mercados en desarrollo*. (Tesis de posgrado). Universidad de Chile. Santiago. Obtenido en: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/165775>
- Baranda, P. M. (5 de mayo del 2018). *Innovación y tipos de innovación.*: <https://www.gestiopolis.com/innovacion-y-tipos-de-innovacion/>
- Colina, F.; Albites, J. (2020). *Aprendizaje e innovación: retos en las organizaciones del siglo XXI. Desde el Sur, 12(1)*, 167-176. <https://dx.doi.org/10.21142/des-1201-2020-0011>
- Código de Ética Uladech v004 de 2021. Código de ética para la investigación versión 004 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021(Perú).
- Escobar, R. A. (2019). *Gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano almirante Miguel Grau, Piura 2019*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura. Obtenido en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15700>
- Evaristo, L. (2020). *La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en el local en el distrito de Huaraz, 2018*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/19272>

- Gonzales, L.; Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Tecnológica del Perú.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gómez (2021) en su investigación, *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 inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/29857>
- Hernández (2014). *Metodología de la investigación*. En F. Sampieri, Quinta Edición. Editorial.
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- INEI (2019). *Demografía Empresarial en el Perú*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografi_empresarial_nov2019.pdf
- Kotter, J. (2019). *Acelerar*. Conecta.
- Ley N° 30056. (9 de octubre del 2016). Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa.
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboralespecial-de-la-micro-y-pequena-empresa>

- López, E. (2019). Las MYPE del Perú.
<https://www.regionpiura.gob.pe/noticias/17636Marín>,
- Grandez, A. (2018). *Innovación y sostenibilidad: Influencia sobre el valor de marca de la tienda*. (Tesis doctoral). Universidad de Valencia. España.
<http://roderic.uv.es/handle/10550/66973>
- Peña (2019) en su investigación, *Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro multiservicios: “caso servicios múltiples GALNEY” –en el distrito de Tumbes, año 2019*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/14826>
- Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación. Elaboración de diseños para contrastar hipótesis*. Editorial San Marcos.
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., Hernández, H. (2020). *Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. Información tecnológica, 31(4), 221-232*. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Sánchez, F. (2019). *Tesis. Desarrollo metodológico de la investigación*. Normas Jurídicas Ediciones.
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., Delgado, J. (2021). *La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México*. Ciencia UAT [revista en la Internet]. 2021 Jun [citado 2023 Feb 26] ; 15(2): 85-101.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-

78582021000100085&lng=es.

Epub 14-Abr-

2021. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>.

Tiocona, M. (2018). *Gestión de la Innovación Empresarial y su Relación con la Fidelización de los Clientes en las Microempresas de Centros Comerciales, Tacna 2018*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Privada de Tacna. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3143901>

Torres, R. (2019). *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la Sanduchería y Pastelería “le croissant” del Cantón Samborondón*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38775>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma

N°	ACTIVIDADES	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
		2022				2023				2023				2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X	X	X	X	X											
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación					X	X	X									
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación							X	X								
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor								X								
5	Mejora del marco teórico								X	X							
6	Redacción de la revisión de literatura								X	X							
7	Elaboración de consentimiento informado (*)									X							
8	Ejecución de la metodología									X	X						
9	Resultados de la investigación										X	X					
10	Conclusiones y recomendaciones											X	X				
11	Redacción del preinforme de investigación												X	X			
12	Redacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
· Papel bond A-4 (paquete de 500 hojas)	16	1	16.00
· Lapiceros (docena)	17	1	17.00
· Lápices (docena)	14	1	14.00
· Fotocopias	0.2	310	62.00
· USB	30	1	30.00
Servicios			
· Internet (horas)	1	100	100.00
· Uso de Turnitin	100	1	100.00
· Taller co-curricular / Taller de titulación	3000	1	3000.00
Sub total			3,339.00
Gastos de viaje			
Movilidad (ida y vuelta)	10	12	120.00
Alimentación	15	12	180.00
Sub total			300.00
Total de presupuesto desembolsable			3,639.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University)	40	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			4,291.00

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos (Variable Innovación)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema: La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que usted considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

INNOVACIÓN

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Satisfacción	1. ¿Tiene predisposición para prestar ayuda a los clientes?	1	2	3	4	5
	2. ¿La comunicación dirigida a los clientes es clara?	1	2	3	4	5
	3. ¿La información que se brinda a los clientes es puntual y concisa?	1	2	3	4	5
Efectividad	4. ¿Existe constancia de la empresa para mantener informados a sus clientes?	1	2	3	4	5
	5. ¿Se brinda a los clientes un servicio rápido y eficiente?	1	2	3	4	5
	6. ¿Existe la capacidad para responder las dudas de los clientes?	1	2	3	4	5
Confianza	7. ¿Se evidencia conocimiento de todos los detalles de la función que ejercen?	1	2	3	4	5
	8. ¿Es confiable la información brindada a los clientes?	1	2	3	4	5
	9. ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?	1	2	3	4	5
Empatía	10. ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?	1	2	3	4	5
	11. ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?	1	2	3	4	5
	12. ¿Existe entendimiento de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?	1	2	3	4	5

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos (Variable calidad de servicio)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Liderazgo	1. ¿Se desempeña con iniciativa?	1	2	3	4	5
	2. ¿Comprende la visión de la organización?	1	2	3	4	5
	3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas	1	2	3	4	5
	4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	1	2	3	4	5
Mejora continua	5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	5
	6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	1	2	3	4	5
	7. ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?	1	2	3	4	5
Enfoque en procesos	8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	1	2	3	4	5
	9. ¿Se compromete a la calidad de resultados?	1	2	3	4	5
	10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	1	2	3	4	5
Toma de decisiones	11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	1	2	3	4	5
	12. ¿Participa en las capacitaciones?	1	2	3	4	5

Anexo 5. Validación de instrumento

Experto 1

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Valdiviezo Saravia, Crysber Moisés
- 1.2. Grado Académico: Magister en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional de Ucayali
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente, Investigador
- 1.6. Denominación del instrumento: Innovación y calidad de servicio
- 1.7. Autor del instrumento: Ayda Chuchon Huamani
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Items correspondientes a la variable 1: Innovación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: SATISFACCIÓN							
1. ¿Percibe predisposición de los empleados en prestar ayuda a los clientes?	X		X		X		
2. ¿La comunicación es clara de los empleados con los clientes?	X		X		X		
3. ¿La información es puntual y concisa que ofrecen los empleados a los clientes?	X		X		X		
Dimensión 2: EFECTIVIDAD							
4. ¿Se percibe constancia de la empresa en mantener informados a sus clientes?	X		X		X		
5. ¿Se percibe un servicio rápido y eficiente de los empleados?	X		X		X		


 Dr. Valdiviezo Saravia, Crysber Moisés
 Docente - Investigador

6. ¿Existe capacidad de los empleados para responder las dudas de los clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: CONFIANZA							
7. ¿Se evidencia conocimiento de los empleados de todos los detalles de la función que ejercen?	X		X		X		
8. ¿Es confiable la información brindada de los empleados a los clientes?	X		X		X		
9. ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?	X		X		X		
Dimensión 4: EMPATIA							
10. ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?	X		X		X		
11. ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?	X		X		X		
12. ¿Existe comprensión de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?	X		X		X		

Ítems correspondientes a la variable 2: Calidad de servicio

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: LIDERAZGO							
1. ¿Se desempeña con iniciativa?	X		X		X		
2. ¿Comprende la visión de la organización?	X		X		X		
3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	X		X		X		
4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: MEJORA CONTINUA							
5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	X		X		X		
6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	X		X		X		

7. ¿Registra datos a diario provenientes de los procesos?	X		X		X		
Dimensión 3: ENFOQUE EN PROCESOS							
8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	X		X		X		
9. ¿Se compromete en calidad de resultados?	X		X		X		
10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	X		X		X		
Dimensión 4: TOMA DE DECISIONES							
11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	X		X		X		
12. ¿Participa en las capacitaciones?	X		X		X		

Otras observaciones generales: *Instrumento aplicable.*


ANA Crystel M. Valdivia Ferrera
Docente Tutor Investigador

Firma

Colegiatura: *11274*

Experto 2

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Kevin Mori Arancibia
- 1.2. Grado Académico: Magister en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Organismo de evaluación y fiscalización ambiental - OEFA
- 1.5. Cargo que desempeña: Administrador de oficina
- 1.6. Denominación del instrumento: Innovación y calidad de servicio
- 1.7. Autor del instrumento: Ayda Chuchon Huamani
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable 1: Innovación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: SATISFACCIÓN							
1. ¿Percibe predisposición de los empleados en prestar ayuda a los clientes?	X		X		X		
2. ¿La comunicación es clara de los empleados con los clientes?	X		X		X		
3. ¿La información es puntual y concisa que ofrecen los empleados a los clientes?	X		X		X		
Dimensión 2: EFECTIVIDAD							
4. ¿Se percibe constancia de la empresa en mantener informados a sus clientes?	X		X		X		
5. ¿Se percibe un servicio rápido y eficiente de los empleados?	X		X		X		

6. ¿Existe capacidad de los empleados para responder las dudas de los clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: CONFIANZA							
7. ¿Se evidencia conocimiento de los empleados de todos los detalles de la función que ejercen?	X		X		X		
8. ¿Es confiable la información brindada de los empleados a los clientes?	X		X		X		
9. ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?	X		X		X		
Dimensión 4: EMPATÍA							
10. ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?	X		X		X		
11. ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?	X		X		X		
12. ¿Existe comprensión de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?	X		X		X		

Ítems correspondientes a la variable 2: Calidad de servicio

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: LIDERAZGO							
1. ¿Se desempeña con iniciativa?	X		X		X		
2. ¿Comprende la visión de la organización?	X		X		X		
3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	X		X		X		
4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: MEJORA CONTINUA							
5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	X		X		X		
6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	X		X		X		

7. ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?	X						
Dimensión 3: ENFOQUE EN PROCESOS							
8. ¿Sigues los sistemas de monitoreo para la calidad?	X		X		X		
9. ¿Se compromete en calidad de resultados?	X		X		X		
10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	X		X		X		
Dimensión 4: TOMA DE DECISIONES							
11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	X		X		X		
12. ¿Participa en las capacitaciones?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

Handwritten signature: Kevin Mori Arancibia
 Professional stamp: Lic. Mg. Kevin Mori Arancibia, CLAD, Reg. Único de Colegiatura N° 2158

 Firma

Colegiatura:

Experto 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Ortiz Garcia, Sergio Oswaldo.
- 1.2. Grado Académico: Doctor en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Hospital III - Essalud
- 1.5. Cargo que desempeña: Jefe de Medicina complementaria
- 1.6. Denominación del instrumento: Innovación y calidad de servicio
- 1.7. Autor del instrumento: Ayda Chuchon Huamani
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable 1: Innovación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: SATISFACCIÓN							
1. ¿Percibe predisposición de los empleados en prestar ayuda a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2. ¿La comunicación es clara de los empleados con los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3. ¿La información es puntual y concisa que ofrecen los empleados a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Dimensión 2: EFECTIVIDAD							
4. ¿Se percibe constancia de la empresa en mantener informados a sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
5. ¿Se percibe un servicio rápido y eficiente de los empleados?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

6. ¿Existe capacidad de los empleados para responder las dudas de los clientes?	X		X		X		
Dimensión 3: CONFIANZA							
7. ¿Se evidencia conocimiento de los empleados de todos los detalles de la función que ejercen?	X		X		X		
8. ¿Es confiable la información brindada de los empleados a los clientes?	X		X		X		
9. ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?	X		X		X		
Dimensión 4: EMPATIA							
10. ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?	X		X		X		
11. ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?	X		X		X		
12. ¿Existe comprensión de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?	X		X		X		

Ítems correspondientes a la variable 2: Calidad de servicio

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: LIDERAZGO							
1. ¿Se desempeña con iniciativa?							
2. ¿Comprende la visión de la organización?	X		X		X		
3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	X		X		X		
4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: MEJORA CONTINUA							
5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	X		X		X		
6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	X		X		X		

7. ¿Registra datos diarios provenientes de los procesos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dimensión 3: ENFOQUE EN PROCESOS							
8. ¿Sigues los sistemas de monitoreo para la calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ¿Se compromete en calidad de resultados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ¿Al identificar resultados no deseados, toma acción correctiva?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dimensión 4: TOMA DE DECISIONES							
11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ¿Participa en las capacitaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Otras observaciones generales: Instrumentos válidos y aplicables.

Firma

Colegiatura:

Anexo 6. Consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: *La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022* y es dirigido por la Srta. Ayda Chuchón Huamaní investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo aydachuchon2@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:

Carlos Flores Palomino

Fecha:

25/01/2023

Correo electrónico:

jcflorosp45@gmail.com

Firma del participante:

Carlos Flores Palomino

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Ayda Chuchón Huamaní

Instrumento de recolección de datos (Variable Innovación)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema: La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que usted considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviere los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

INNOVACIÓN

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Satisfacción	1. ¿Percibe predisposición de los empleados en prestar ayuda a los clientes?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	4	5
	2. ¿La comunicación es clara de los empleados con los clientes?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/> 4	5
	3. ¿La información es puntual y concisa que ofrecen los empleados a los clientes?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	4	5
Efectividad	4. ¿Se percibe constancia de la empresa en mantener informados a sus clientes?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/> 4	5
	5. ¿Se percibe un servicio rápido y eficiente de los empleados?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	4	5
	6. ¿Existe capacidad de los empleados para responder las dudas de los clientes?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/> 4	5
Confianza	7. ¿Se evidencia conocimiento de los empleados de todos los detalles de la función que ejercen?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	4	5
	8. ¿Es confiable la información brindada de los empleados a los clientes?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	4	5
	9. ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?	1	<input checked="" type="checkbox"/> 2	3	4	5
Empatía	10. ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	4	5
	11. ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	4	5
	12. ¿Existe comprensión de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?	1	2	3	4	5

Instrumento de recolección de datos (Variable calidad de servicio)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarían en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Liderazgo	1. ¿Se desempeña con iniciativa?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
	2. ¿Comprendo la visión de la organización?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
	3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
	4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
Mejora continua	5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
	6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
	7. ¿Registra datos a diario provenientes de los procesos?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
Enfoque en procesos	8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
	9. ¿Se compromete en calidad de resultados?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
	10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5	
Toma de decisiones	11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	
	12. ¿Participa en las capacitaciones?	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5	

Consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: *La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022* y es dirigido por la Sra. Ayda Chuchón Huamani investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo aydachuchon2@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Faisal Cacho Robles

Fecha: 25/01/2023

Correo electrónico: fcacho@outlook.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]

Instrumento de recolección de datos (Variable calidad de servicio)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Liderazgo	1. ¿Se desempeña con iniciativa?	1	2	3	4	5
	2. ¿Comprende la visión de la organización?	1	2	3	4	5
	3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	1	2	3	4	5
	4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	1	2	3	4	5
Mejora continua	5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	5
	6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	1	2	3	4	5
	7. ¿Registra datos a diario provenientes de los procesos?	1	2	3	4	5
Enfoque en procesos	8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	1	2	3	4	5
	9. ¿Se compromete en calidad de resultados?	1	2	3	4	5
	10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	1	2	3	4	5
Toma de decisiones	11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	1	2	3	4	5
	12. ¿Participa en las capacitaciones?	1	2	3	4	5

Instrumento de recolección de datos (Variable Innovación)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema: La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que usted considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

INNOVACIÓN

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Satisfacción	1. ¿Percibe predisposición de los empleados en prestar ayuda a los clientes?	1	2	3	4	5
	2. ¿La comunicación es clara de los empleados con los clientes?	1	2	3	4	5
	3. ¿La información es puntual y concisa que ofrecen los empleados a los clientes?	1	2	3	4	5
Efectividad	4. ¿Se percibe constancia de la empresa en mantener informados a sus clientes?	1	2	3	4	5
	5. ¿Se percibe un servicio rápido y eficiente de los empleados?	1	2	3	4	5
	6. ¿Existe capacidad de los empleados para responder las dudas de los clientes?	1	2	3	4	5
Confianza	7. ¿Se evidencia conocimiento de los empleados de todos los detalles de la función que ejercen?	1	2	3	4	5
	8. ¿Es confiable la información brindada de los empleados a los clientes?	1	2	3	4	5
	9. ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?	1	2	3	4	5
Empatía	10. ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?	1	2	3	4	5
	11. ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?	1	2	3	4	5
	12. ¿Existe comprensión de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?	1	2	3	4	5

Consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: *La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022* y es dirigido por la Srta. Ayda Chuchón Humani investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es determinar las características de la innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo aydachuchon2@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Berta Ochoa Valejos

Fecha: 25/01/2023

Correo electrónico: ochoavalejos2@gmail.com

Firma del participante: B.O.V.

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Ayda Chuchón

Instrumento de recolección de datos (Variable Innovación)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema: La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que usted considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

INNOVACIÓN

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Satisfacción	1. ¿Percibe predisposición de los empleados en prestar ayuda a los clientes?	1	2	3	4	5
	2. ¿La comunicación es clara de los empleados con los clientes?	1	2	3	4	5
	3. ¿La información es puntual y concisa que ofrecen los empleados a los clientes?	1	2	3	4	5
Efectividad	4. ¿Se percibe constancia de la empresa en mantener informados a sus clientes?	1	2	3	4	5
	5. ¿Se percibe un servicio rápido y eficiente de los empleados?	1	2	3	4	5
	6. ¿Existe capacidad de los empleados para responder las dudas de los clientes?	1	2	3	4	5
Confianza	7. ¿Se evidencia conocimiento de los empleados de todos los detalles de la función que ejercen?	1	2	3	4	5
	8. ¿Es confiable la información brindada de los empleados a los clientes?	1	2	3	4	5
	9. ¿Hay veracidad de la publicidad brindada por los empleados hacia los clientes?	1	2	3	4	5
Empatía	10. ¿Existe asertividad de los empleados hacia los clientes?	1	2	3	4	5
	11. ¿Es adecuado el horario de atención del servicio al cliente?	1	2	3	4	5
	12. ¿Existe comprensión de los empleados hacia las necesidades específicas que presentan los clientes?	1	2	3	4	5

Instrumento de recolección de datos (Variable calidad de servicio)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

Liderazgo	1. ¿Se desempeña con iniciativa?	1	2	3	4	5
	2. ¿Comprende la visión de la organización?	1	2	3	4	5
	3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	1	2	3	4	5
	4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	1	2	3	4	5
Mejora continua	5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	5
	6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	1	2	3	4	5
	7. ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?	1	2	3	4	5
Enfoque en procesos	8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	1	2	3	4	5
	9. ¿Se compromete en calidad de resultados?	1	2	3	4	5
	10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	1	2	3	4	5
Toma de decisiones	11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	1	2	3	4	5
	12. ¿Participa en las capacitaciones?	1	2	3	4	5

Anexo 7. Carta de autorización empresa



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Carta Nro.001-12-2022-ULADECH CATÓLICA

Pucallpa, 28 de diciembre de 2022

Señor:
ING. JUAN GAMBOA VILA
GERENTE GENERAL
SOLUCIONES INTEGRALES EFECTIVAS DJ EIRL, AYACUCHO.
Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo, asimismo presentarme: soy Ayda Chuchón Huamani identificada con DNI 40731039 alumna de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote con código de matrícula 2211070006, con la finalidad de solicitar autorización para ejecutar la investigación titulada: *La innovación para mejorar la calidad de servicio de desinfección de la microempresa Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho, 2022*, que tendrá una duración de 4 meses (Diciembre 2022- Marzo 2023). Por este motivo, mucho agradeceré me brinde atención a la presente a fin de ejecutar satisfactoriamente la investigación, la misma que redundará en beneficio de su organización.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Ayda Chuchón Huamani

DNI: 40731039

Anexo 8. Carta de aceptación empresa

SOLUCIONES INTEGRALES EFECTIVAS DJ EIRL

Ayacucho, 29 de diciembre del 2022

Señorita:
Ayda Chuchón Huamani
Presente.-

Asunto: Aceptación de título de proyecto de investigación de tesis respecto a mi representada.

Referencia: Carta N°001 -001-12-2022-ULADECH CATÓLICA

De mi consideración:

Por medio del presente le expreso mi saludo y al mismo tiempo informarle que, en relación al documento de la referencia, nuestra aceptación de su tema de investigación relacionada a mi representada. Para tal efecto, quedo a su disposición para la información que necesite.

Esperando su atención, me despido de usted.

Atentamente,



SIEDJ
GERENTE GENERAL
DNI 47493320
Ing. Juan Gamboa Vila

Anexo 9. Figuras

Variable 1: Innovación

Características de la innovación en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.

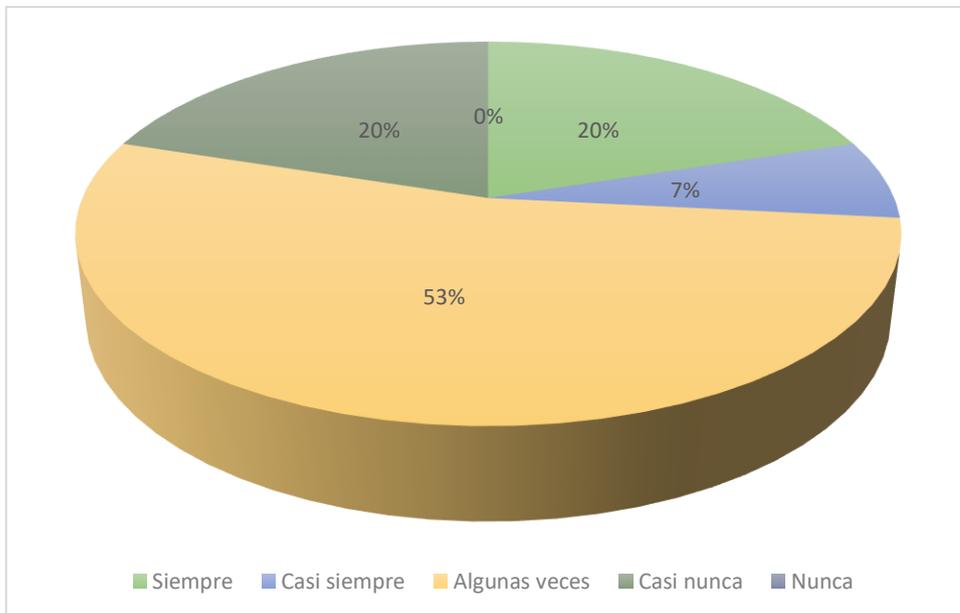


Figura 1. Predisposición para identificar las necesidades de los clientes.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

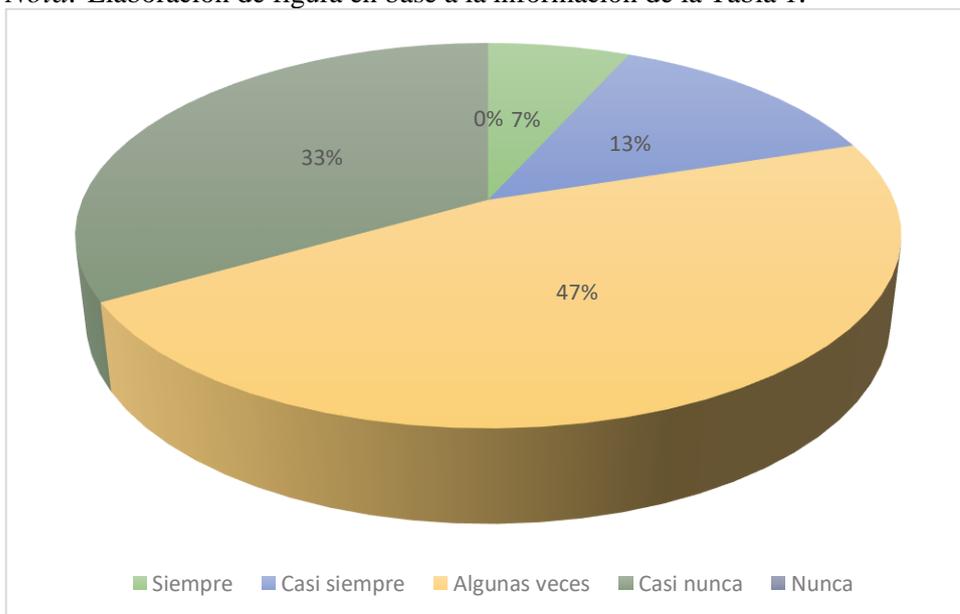


Figura 2. Existe una comunicación clara con los clientes

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

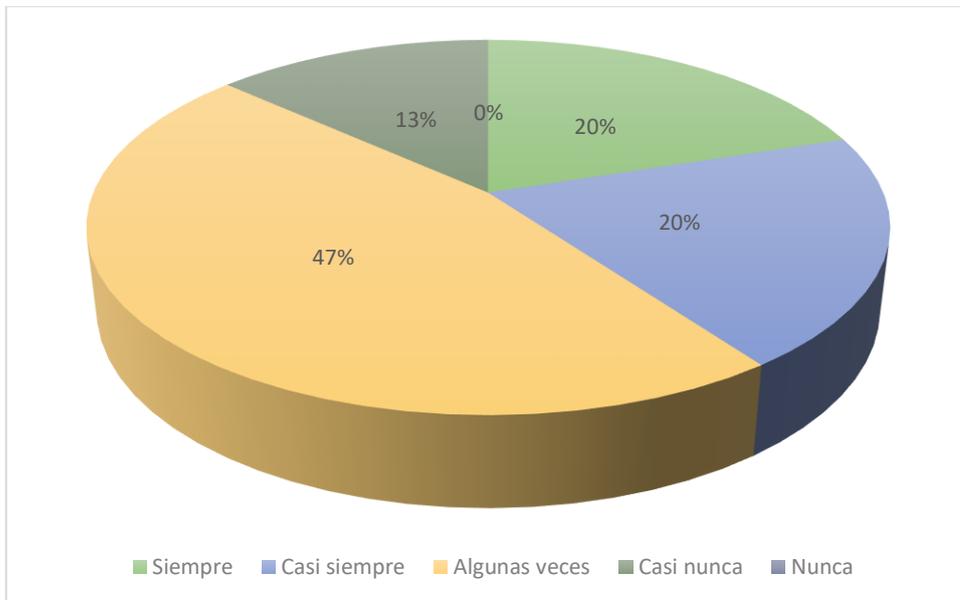


Figura 3. Información que se intercambia con los clientes es puntual y concisa

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

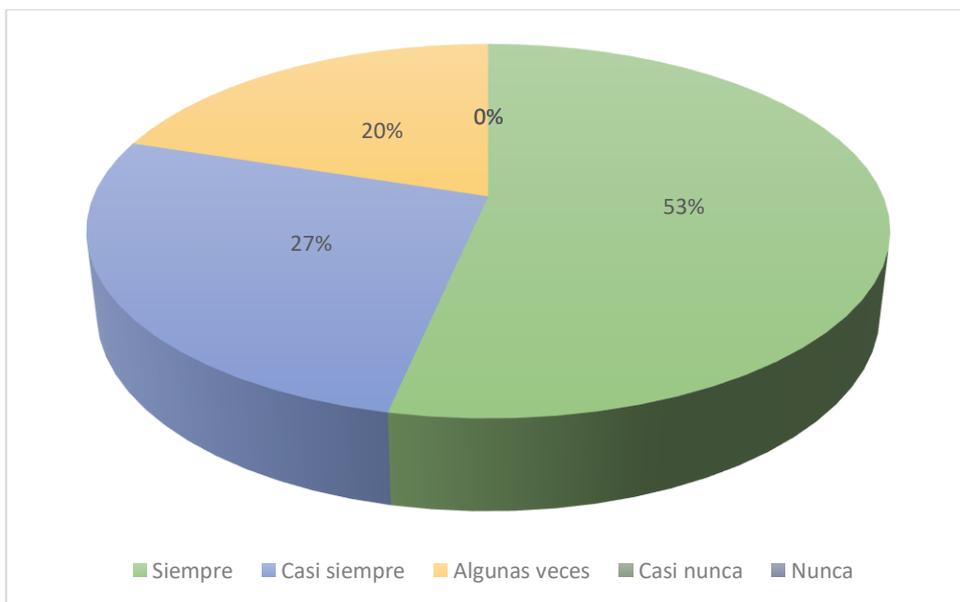


Figura 4. Disposición de la empresa por brindar novedades al cliente.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

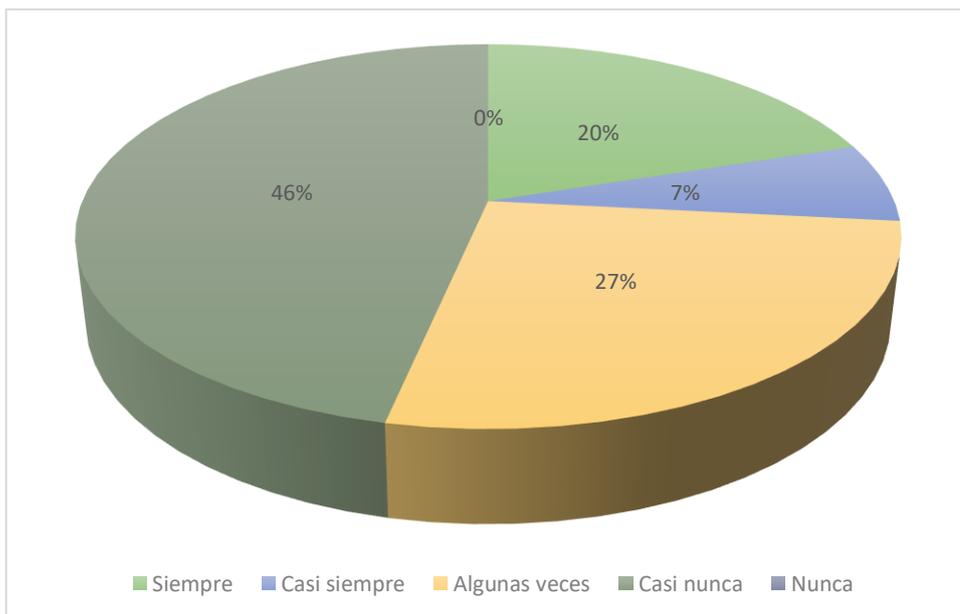


Figura 5. Diseño de productos de uso eficaz para los clientes.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

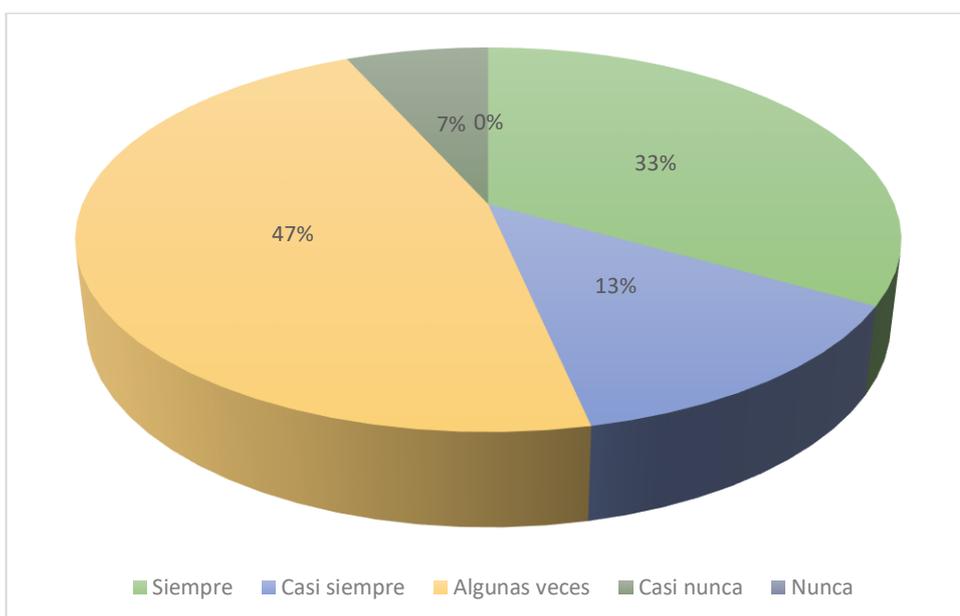


Figura 6. Capacidad para responder dudas de los clientes

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

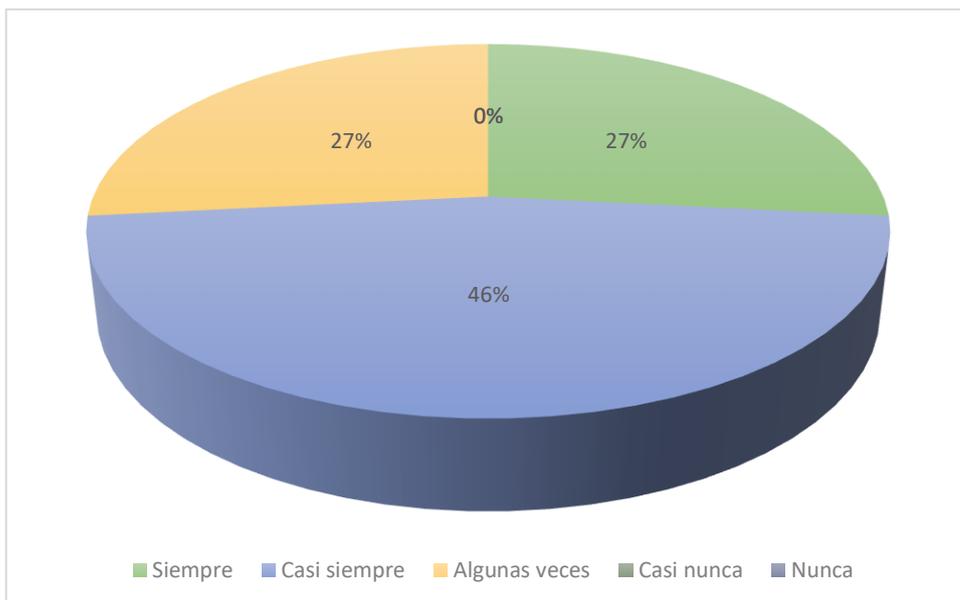


Figura 7. Conocimiento a detalle de los productos o servicios.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

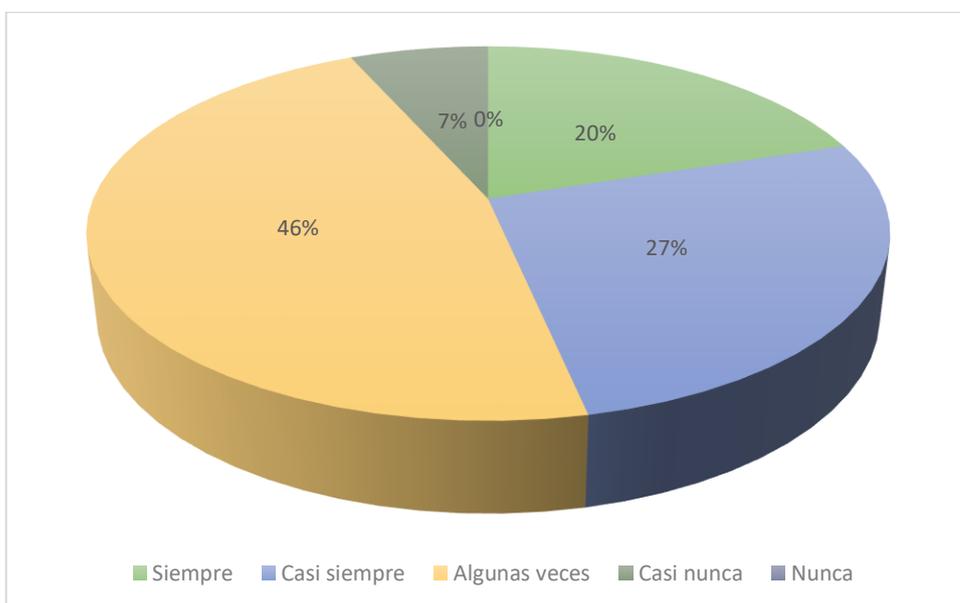


Figura 8. Disposición por brindar información confiable a los clientes.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

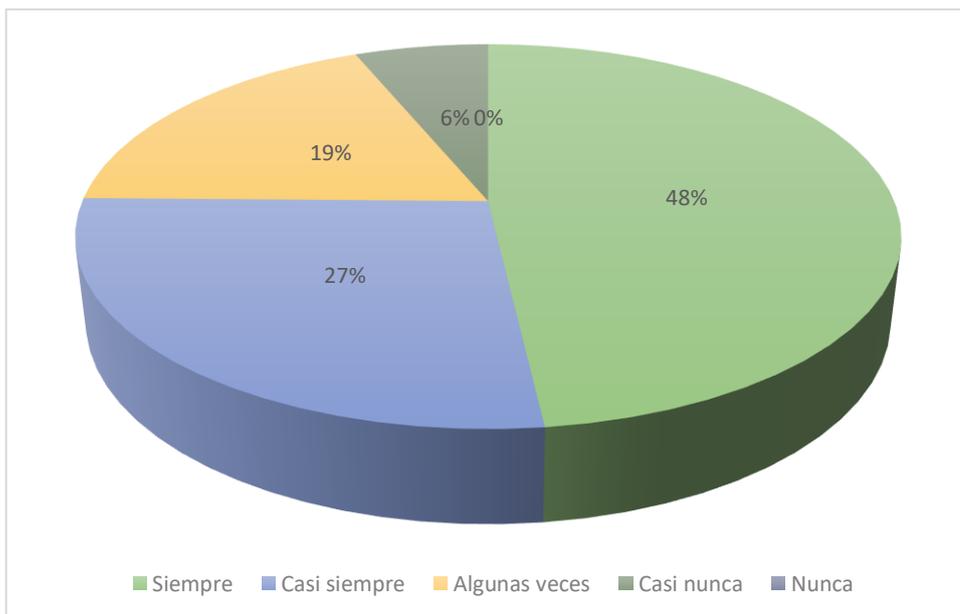


Figura 9. La empresa mantiene confianza de los clientes por sus productos.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

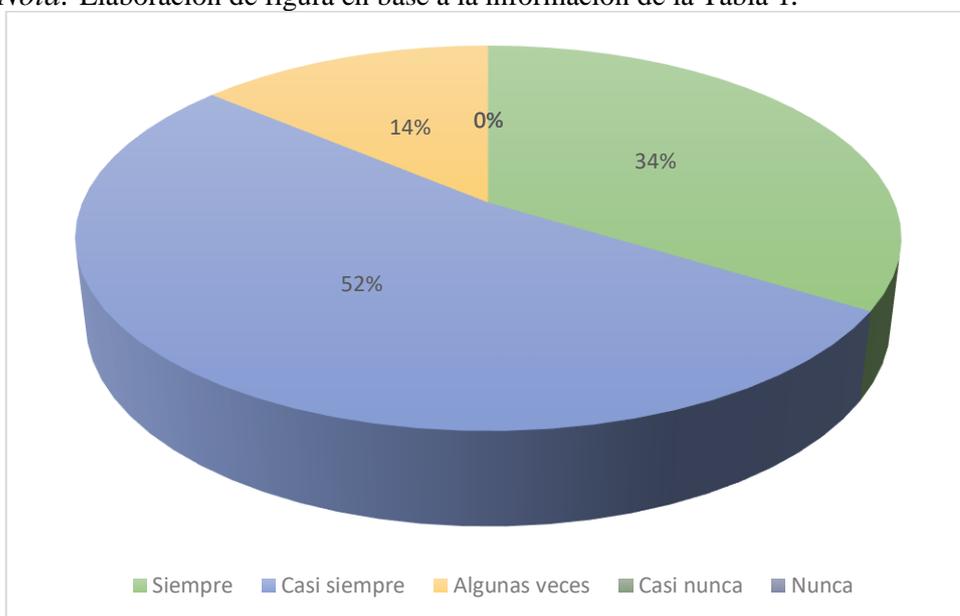


Figura 10. Se práctica la asertividad en el trato con los clientes.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

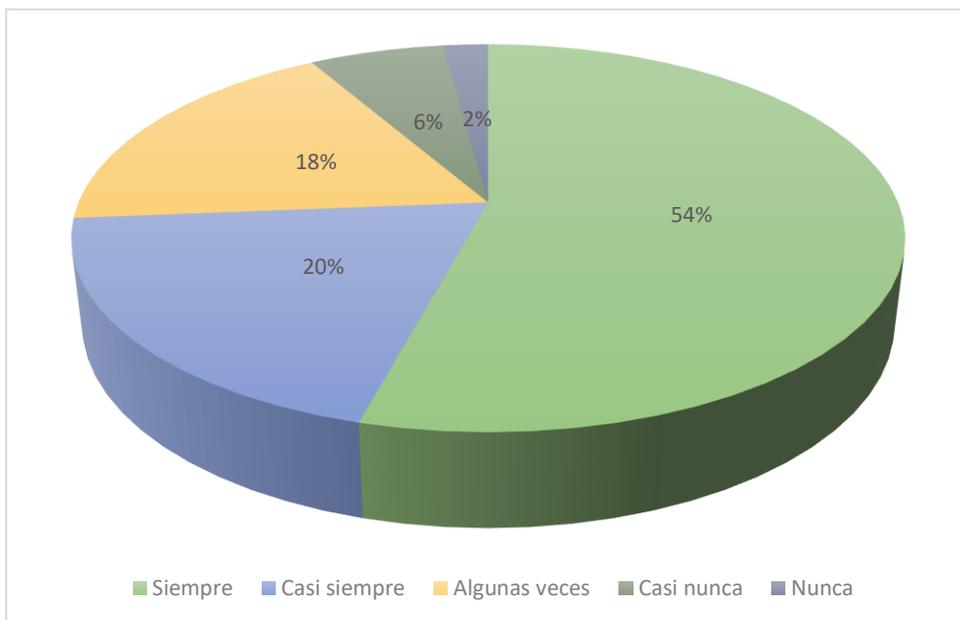


Figura 11. El horario diseñado favorece a los clientes

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

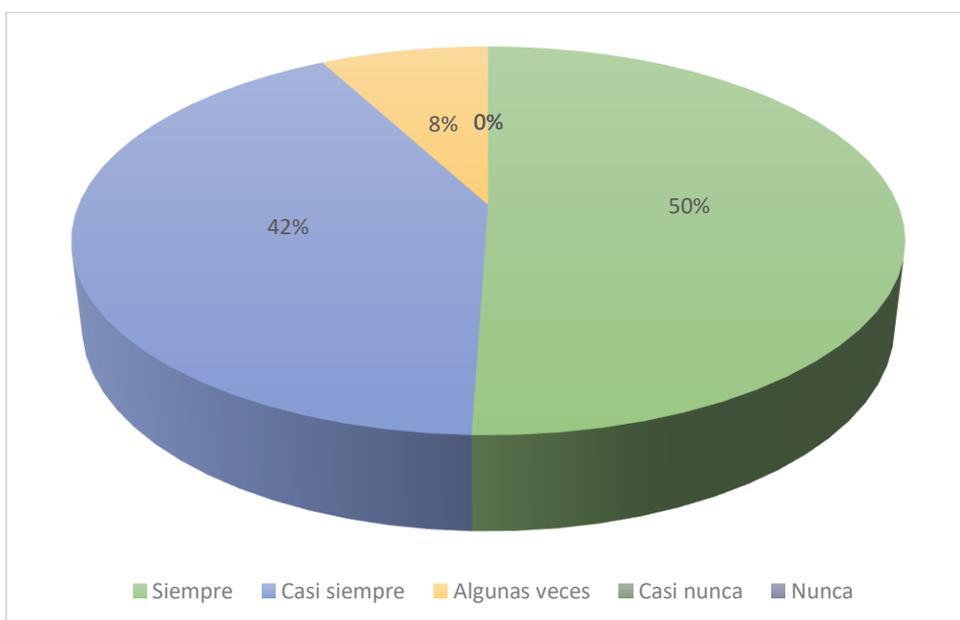


Figura 12. Comprende que la innovación atrae al cliente.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

Variable 1: Calidad de Servicio

Características de la calidad de servicio en la microempresa de servicio de desinfección Soluciones Integrales Efectivas DJ EIRL, Ayacucho 2022.

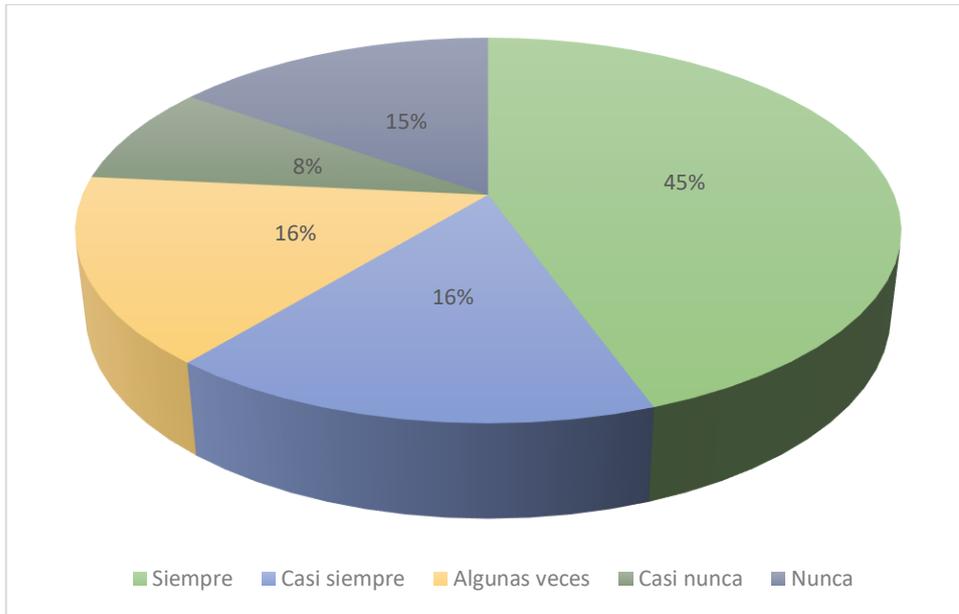


Figura 13. Se desempeña con iniciativa.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

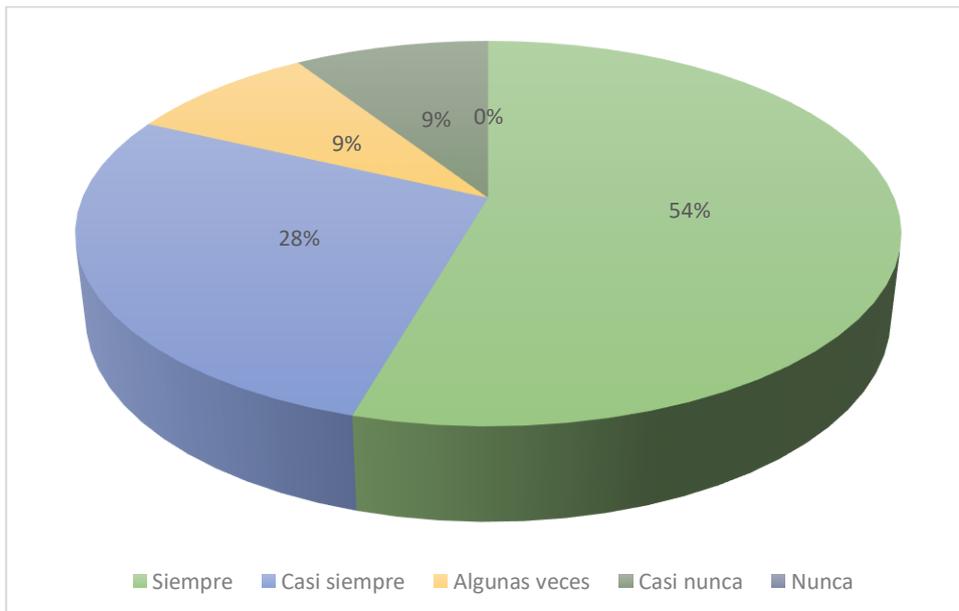


Figura 14. Comprende la visión de la organización.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

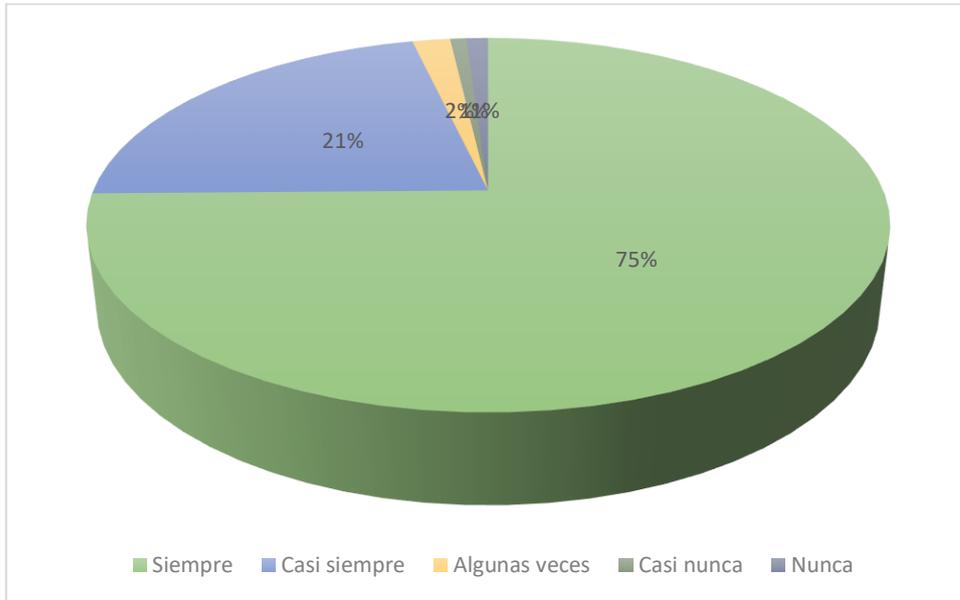


Figura 15. Está comprometido al logro de los objetivos y metas

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

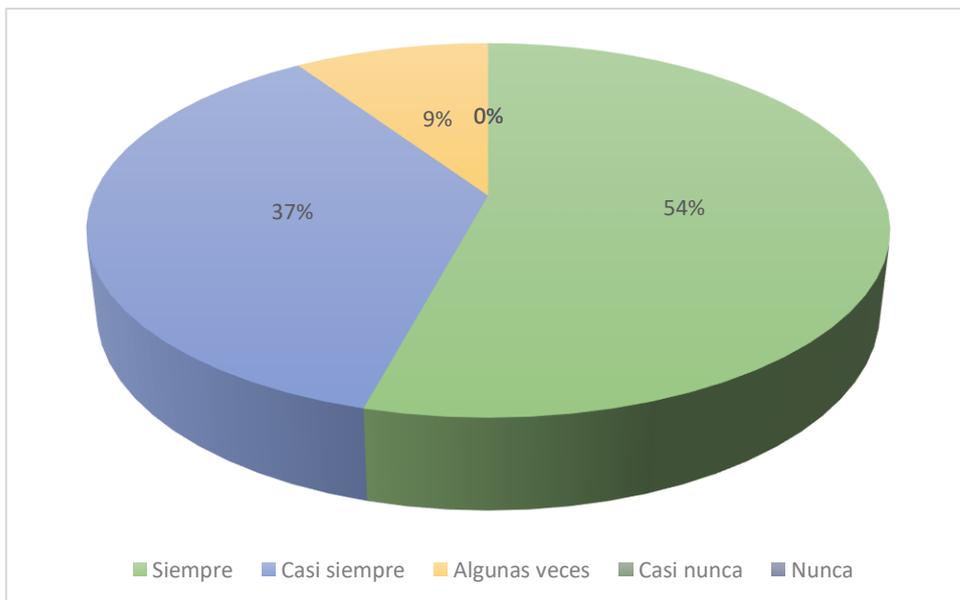


Figura 16. Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

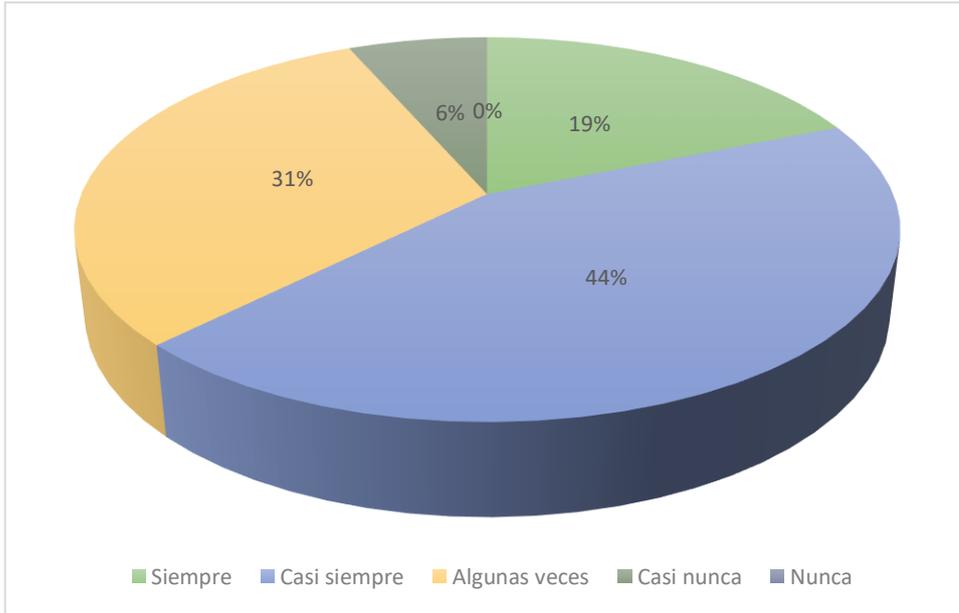


Figura 17. Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa.

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

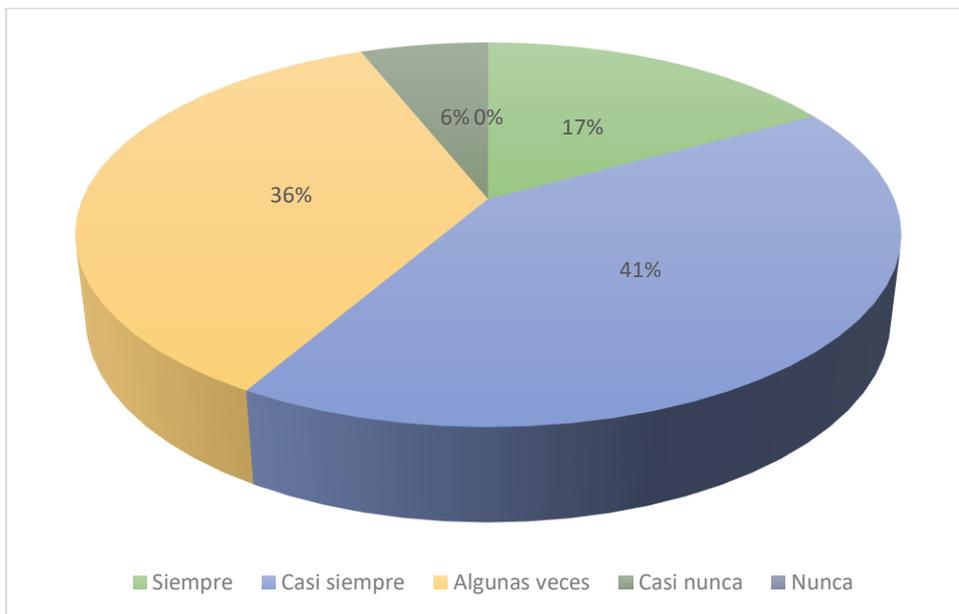


Figura 18. Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

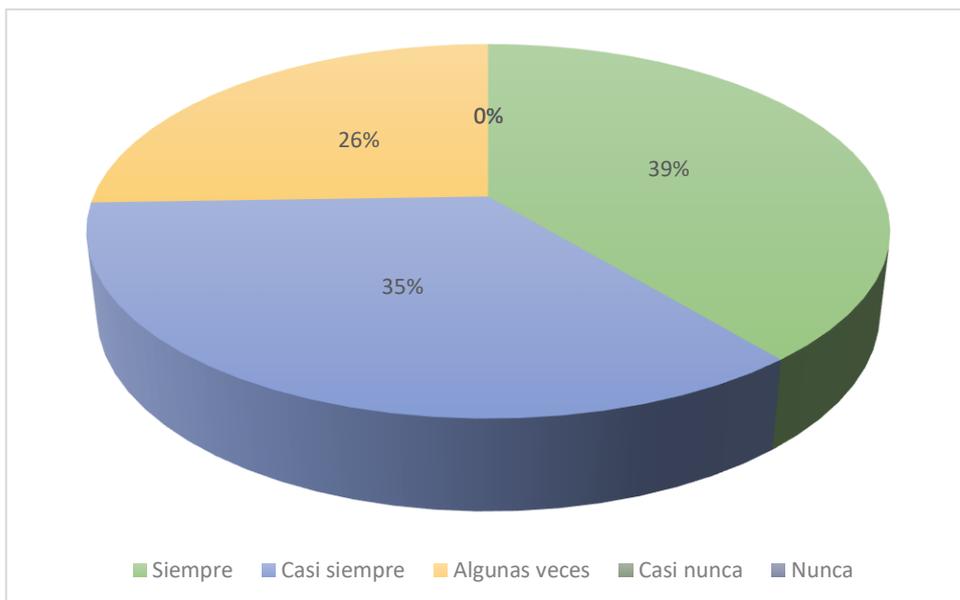


Figura 19. Registra data a diario provenientes de los procesos

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

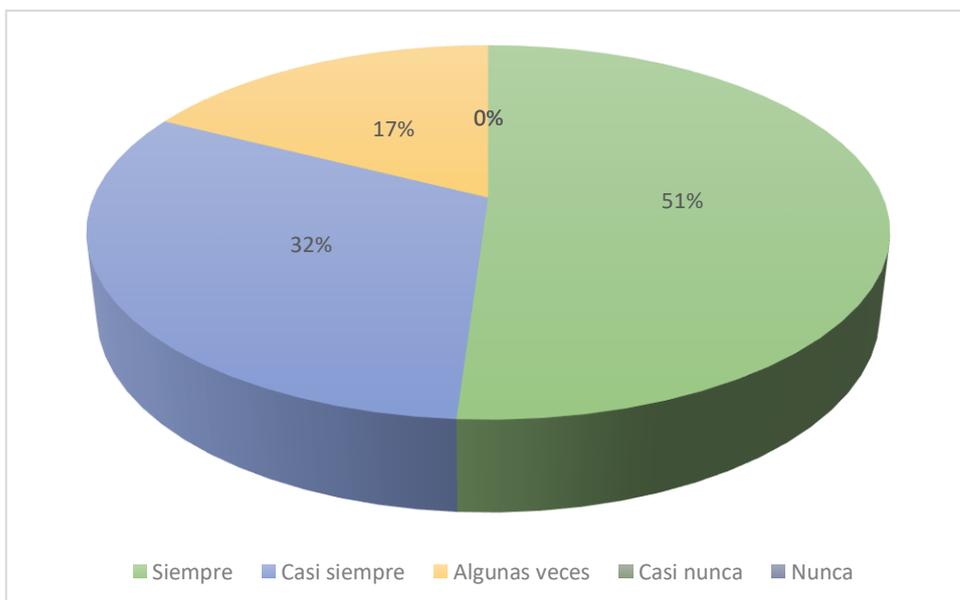


Figura 20. Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

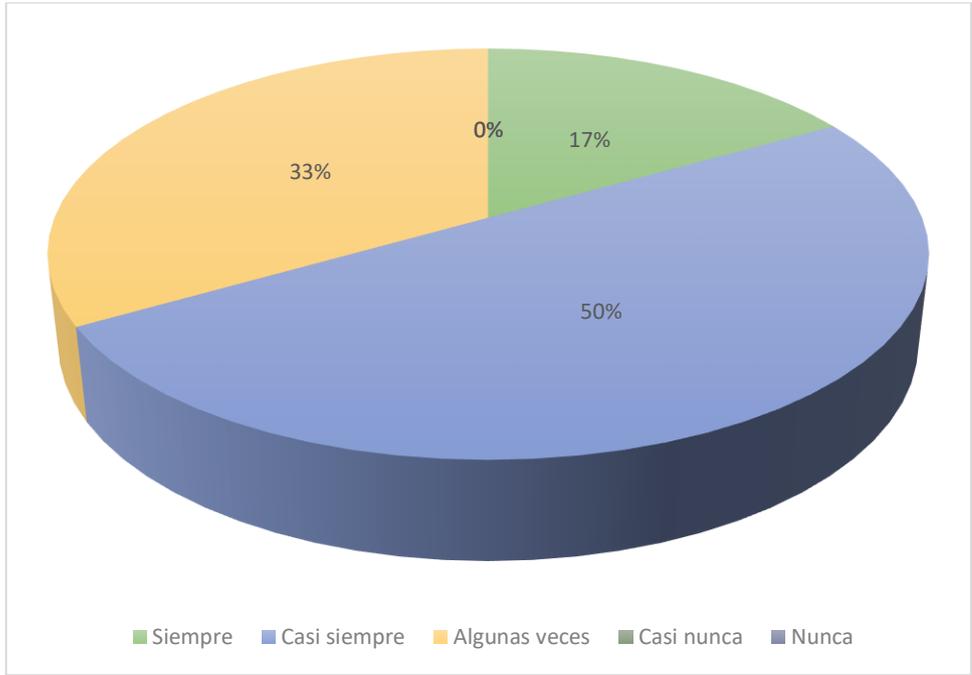


Figura 21. Se compromete a la calidad de resultados

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

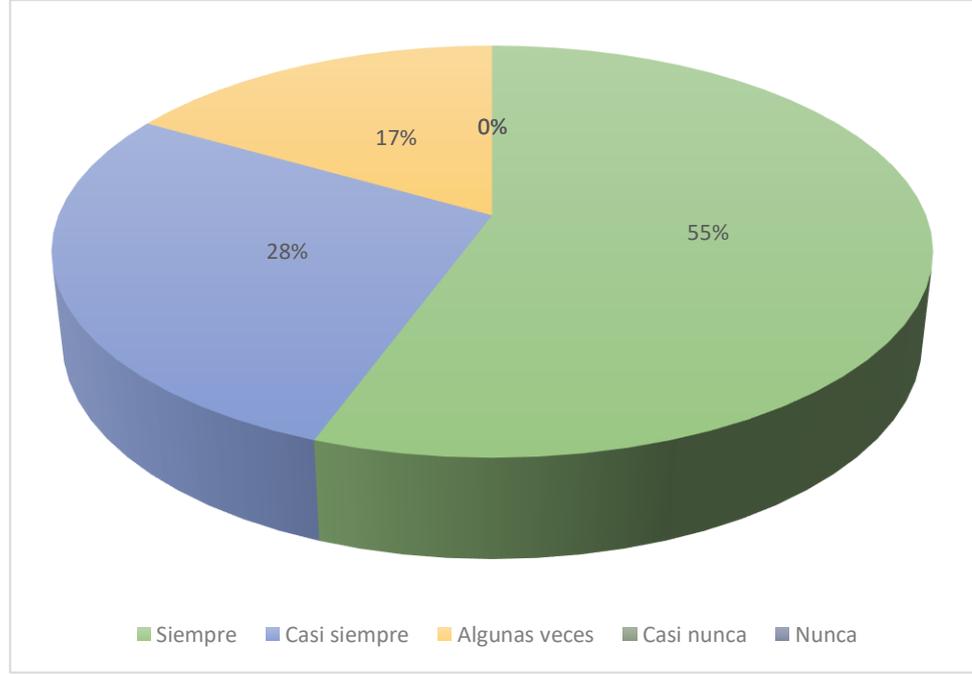


Figura 22. Al identificar resultados no deseables, se toma acción correctiva

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

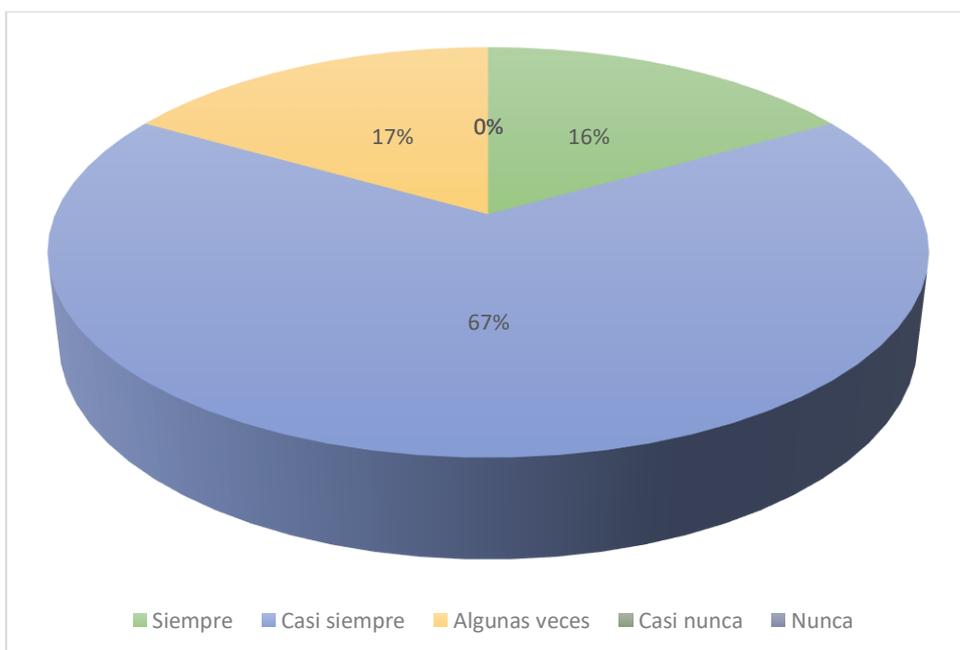


Figura 23. Cumple con el nivel de desempeño esperado

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

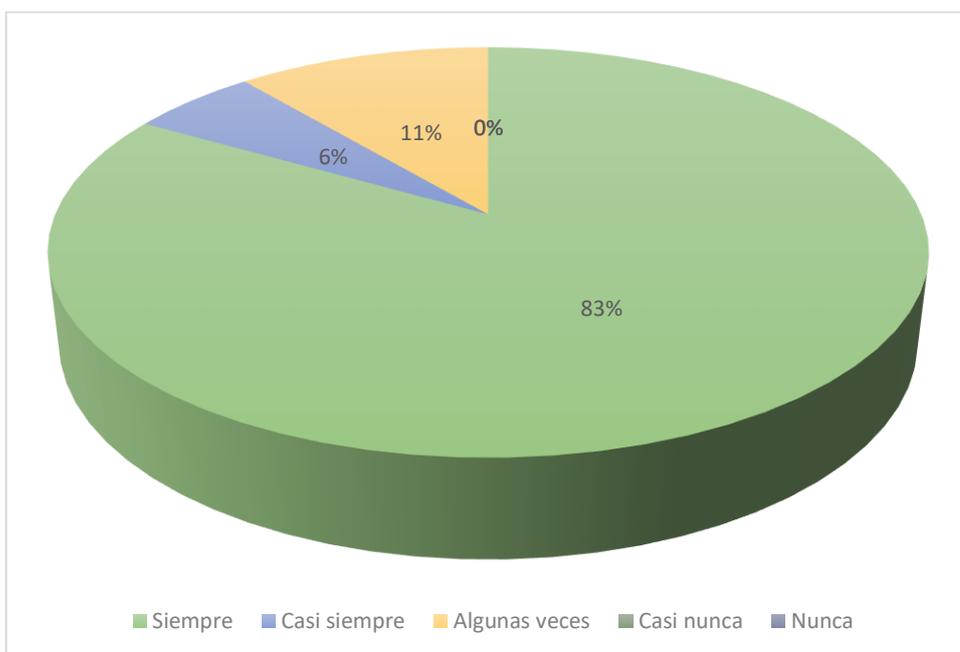


Figura 24. Participa en las capacitaciones

Nota: Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

8%

2

Submitted to Universidad Catolica Los
Angeles de Chimbote

Trabajo del estudiante

5%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Apagado