



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR  
COMERCIAL, RUBRO VENTA DE ARTÍCULOS DE  
LIMPIEZA, DISTRITO DE SATIPO, AÑO 2017**

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

**AUTORA:**

**B.R. OLIVIA FELICITAS RIVAS QUISPE**

**ASESOR:**

**MBA. CRYSBER M. VALDIVIEZO SARAVIA**

**PUCALLPA – PERÚ**

**2018**

## **FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

-----

**Mgtr. Sergio O. Ortíz García**

**Secretario**

-----

**Mgtr. José Luis Meza Salinas**

**Miembro**

-----

**Dr. Geider Grandes García**

**Presidente**

-----

**MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia**

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de corazón primeramente a DIOS, por darme la vida, por haberme permitido llegar al final de este esfuerzo y por la hermosa oportunidad en el mejor momento de mi vida.

Mi gratitud a todos los que creyeron en mí, a todos los que me apoyaron, a mis padres, mis hermanos, mis amigos, a mis familiares, a mi profesor por su orientación y a esta institución.

A todos de una u otra forma han colocado un granito de arena para el logro de esta tesis, agradezco de forma sincera su valiosa colaboración.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis no hubiera sido posible sin la hermosa sensación de llevar en mi vientre al ser más querido y esperado; sin la bendición de Dios, ni los constantes consejos de mis padres, ni mucho menos sin el constante cariño de mi esposo. Este esfuerzo lo dedico a ellos y gracias por permitirme ser cada día mejor.

## RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación ha sido determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Comercial, Rubro Venta de Artículos de Limpieza, distrito de Satipo, año 2017. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental-transversal, correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas a los microempresarios, obteniéndose como resultados: Respecto al Propietario: Edad, destaca que la mayoría están en el rango de 40 a 49 años (61,5%); predomina el género femenino (53,8%); en formación destaca grado “Universitario” (92,3%). Respecto a la empresa: el 100.0% si cumple con los requisitos de su formalización; se destaca el interés de financiarse a través del “Sistema bancario” (38,5%), pero también “posición en el mercado” y “credibilidad y confianza” a sus clientes. Las mypes tienen de “6 a más trabajadores” (92,3%); y el registro en planilla es “parcial” (61,5%). Respecto a la gestión y atención al cliente: el 46,2% considera que la gestión de la mype es “Regular”; y 30,8% “buena”; exhiben su misión y visión (69,2%); el 61,5% gestiona considerando un plan de seguridad. El 76,9% capacita a su personal para brindar orientación y servicio de calidad; 69,2% tiene establecido el servicio de post venta y el 100.0% de las mypes se enfoca en cumplir con la promesa de servicio. Finalmente, la gestión tiene como prioridad: la “Rentabilidad” 53,8%; “Calidad de servicio” 30,8%; “Posicionamiento” 15,4%.

**Palabras clave:** Gestión de calidad, atención en el cliente, comercio, artículos de limpieza.

## **ABSTRACT**

The main objective of the present investigation has been to determine the Quality Management under the focus of Customer Service in the mypes of the Commercial Sector, Sales of Cleaning Items, district of Satipo, year 2017. It was developed under the research methodology of the descriptive type, not experimental-transversal, correlational. A structured questionnaire of 16 questions was applied to the microentrepreneurs, obtaining as results: Regarding the Owner: Age, highlights that the majority are in the range of 40 to 49 years (61.5%); female gender predominates (53.8%); in training, the "University" degree stands out (92.3%). Regarding the company: 100.0% if it meets the requirements of its formalization; the interest of financing through the "Banking System" (38.5%) stands out, but also "market position" and "credibility and trust" to its customers. The mypes have "6 to more workers" (92.3%); and the payroll record is "partial" (61.5%). Regarding the management and customer service: 46.2% consider that the management of the mype is "Regular"; and 30.8% "good"; they exhibit their mission and vision (69.2%); 61.5% manage considering a security plan. 76.9% train their staff to provide quality guidance and service; 69.2% have established the after sales service and 100.0% of the mypes focuses on fulfilling the promise of service. Finally, management has as a priority: "Profitability" 53.8%; "Quality of service" 30.8%; "Positioning" 15.4%.

**Key words:** Quality management, customer service, trade, cleaning supplies.

# ÍNDICE GENERAL

<i>TITULO DE LA TESIS</i> .....	<i>i</i>
<i>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i> .....	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i> .....	<i>iv</i>
<i>RESUMEN</i> .....	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>vi</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i> .....	<i>vii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i> .....	<i>ix</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i> .....	<i>x</i>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1 Planteamiento de la Investigación</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1.1 Caracterización del Problema</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1.2 Enunciado del Problema</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2 Objetivos de la Investigación</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2.1 Objetivo General</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>15</b>
<b>1.3 Justificación de la Investigación</b> .....	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1 Antecedentes</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.1 Antecedentes Internacionales</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.2 Antecedentes Nacionales</b> .....	<b>17</b>
<b>2.2 Bases Teóricas de la Investigación</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2.1 Calidad</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2.2 Calidad en el Servicio</b> .....	<b>19</b>
<b>2.2.3 Modelos de Calidad del Servicio</b> .....	<b>21</b>
<b>2.2.4 Tipos de Clientes</b> .....	<b>23</b>
<b>2.3. Marco Conceptual</b> .....	<b>24</b>
<b>2.3.1 Glosario de términos</b> .....	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO III. HIPÓTESIS</b> .....	<b>28</b>
<b>3.1 Hipótesis General</b> .....	<b>28</b>

3.2	Hipótesis Específicas .....	28
<b>CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>29</b>
4.1	Diseño de Investigación .....	29
4.1.1	Tipo de investigación .....	29
4.1.2	Nivel de investigación .....	29
4.2	Población y muestra .....	29
4.2.1	Población .....	29
4.2.2	Muestra .....	29
4.3	Definición y Operacionalización de variables e indicadores .....	31
4.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	32
4.4.1	Técnicas .....	32
4.4.2	Instrumentos .....	32
4.5	Plan de análisis de datos .....	32
4.6	Matriz de Consistencia .....	33
4.7	Principios Éticos .....	36
<b>CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>37</b>
5.1	Resultados .....	37
A:	Perfil del Propietario .....	37
B.	De la Empresa .....	40
C.	Calidad de Gestión .....	44
5.2	Análisis de Resultados .....	53
<b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>56</b>
6.1	Conclusiones de la investigación .....	56
6.2	Recomendaciones .....	57
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>		<b>58</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>59</b>
1.	Cronograma de Actividades .....	59
2.	Presupuesto General .....	60
3.	Instrumentos de recolección de datos .....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	31
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	33
Tabla 3: Edad del propietario de la empresa.....	37
Tabla 4: Sexo del propietario.....	38
Tabla 5: Grado de instrucción del propietario.....	39
Tabla 6: ¿Su empresa cumple con los requisitos de formalización?.....	40
Tabla 7: ¿Qué beneficios brinda estar dentro de la formalización?.....	41
Tabla 8: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	42
Tabla 9: ¿Cumple con los derechos laborales de su personal?.....	43
Tabla 10: ¿Cuál es el nivel de calidad de la gestión? ....	44
Tabla 11: ¿Exhibe la misión y visión de su organización? .....	45
Tabla 12: ¿La empresa se gestiona considerando un plan de seguridad?.....	46
Tabla 13: ¿Los productos son clasificados facilitando la orientación del cliente? .....	47
Tabla 14: ¿Capacita al personal para brindar orientación y servicio de calidad?.....	48
Tabla 15: ¿Tiene establecido el servicio de post venta?.....	49
Tabla 16: ¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio?.....	50
Tabla 17: ¿La gestión tiene como prioridad:?.....	51
Tabla 18: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?.....	52
Tabla 19: Cronograma de Actividades.....	59
Tabla 20: Presupuesto General.....	60

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad del propietario de la empresa.....	37
Figura 2: Sexo del propietario.....	38
Figura 3: Grado de instrucción del propietario.....	39
Figura 4: ¿Su empresa cumple con los requisitos de formalización? .....	40
Figura 5: ¿Qué beneficios brinda estar dentro de la formalización? .....	41
Figura 6: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa? .....	42
Figura 7: ¿Cumple con los derechos laborales de su personal?.....	43
Figura 8: ¿Cuál es el nivel de calidad de la gestión? .....	44
Figura 9: ¿Exhibe la misión y visión de su organización? .....	45
Figura 10: ¿La empresa se gestiona considerando un plan de seguridad? .....	46
Figura 11: ¿Los productos son clasificados facilitando la orientación del cliente?....	47
Figura 12: ¿Capacita al personal para brindar orientación y servicio de calidad? .....	48
Figura 13: ¿Tiene establecido el servicio de post venta? .....	49
Figura 14: ¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio? .....	50
Figura 15: ¿La gestión tiene como prioridad? .....	51
Figura 16: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente? .....	52

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

Los artículos de limpieza juegan un papel esencial en la vida diaria, sea en: el hogar, la escuela, el trabajo y medio ambiente. Así, mediante su uso se controla o elimina de manera segura los gérmenes y otros contaminantes e impide la propagación de enfermedades infecciosas y alérgenos de control, tales como el polvo y el moho; lo que contribuye a preservar la salud. Los artículos de limpieza también nos permiten cuidar nuestro entorno y la limpieza profesional industrial en las empresas, contribuyen a la eficacia de las tareas de limpieza propiamente y mantenimiento.

Es importante tener claro que las personas necesitan interactuar en espacios limpios y no en ambientes contaminados donde la probable presencia de bacterias y gérmenes generados por una inadecuada higiene pueden afectar la salud de las personas, el desempeño y la convivencia.

Los artículos de limpieza son productos químicos, en una variedad para el hogar y la industria, que van desde detergentes para la ropa, lejías, ceras para el piso y hasta los productos especializados.

El informe final de investigación se enfocó en analizar la gestión de las mypes que genera el rubro de la limpieza y al que se exige mejores productos, pero sobre todo servicio, que rebase la expectativa del cliente y genere una ventaja frente a la competencia.

## **1.1 Planteamiento de la Investigación**

Se plantea la presente investigación, en el sentido que deseamos tener empresas eficientes, rentables y sobre todo brinden un buen servicio de calidad al cliente, desde información sobre uso y precauciones de los productos que comercializan hasta un servicio posterior a la venta de los mismos.

Vivimos en un planeta que sufre el avance vertiginoso de la humanidad, una humanidad que tiene entre sus integrantes intereses particulares que no menoscaban en cuidados al ciclo natural de renovación de los recursos naturales y generan contaminación indiscriminada que afecta la vida y salud de todo ser vivo.

En este contexto, caben las iniciativas de mypes en el rubro de venta de artículos de limpieza que proveen de productos para consumidores finales como son las familias y también para el sector industrial donde la limpieza e higiene han adquirido importancia relevante a fin de evitar y/o mitigar la contaminación con sustancias o desechos tóxicos al medio ambiente.

Sin embargo, la falta de conocimiento en gerencia con prácticas de calidad y atención al cliente, impiden que el empresariado tenga la visión para conducir su empresa con políticas definidas de calidad, seguridad y servicio que responda a una participación responsable en la comunidad que son superpuestas por el interés de alcanzar prioritariamente rentabilidad.

### **1.1.1 Caracterización del Problema**

Hemos citado como problemática de la investigación, el hecho de que las mypes de sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo priorizan más el logro de rentabilidad, fin que no representa un objetivo equivoco,

sino que esperamos empresas más conscientes y responsables con su participación en la comunidad y medio ambiente, esperando participen e involucrarse en reducir o evitar la contaminación que puedan producir a raíz de un uso desinformado o indiscriminado de los productos de limpieza que al fin y al cabo son productos químicos e impactar en la salud de los consumidores o al medio ambiente que nos rodea.

Satipo, ubicada en la selva central de nuestro país, se práctica la agricultura y también tiene un gran potencial turístico que se viene construyendo, para lo cual se necesita del empresariado privado para su impulso; empresariado que debe gestionar la dirección de sus empresas con calidad, suficiente herramienta para que las mypes se conduzcan con eficiencia, responsabilidad, seguridad y respeto a las normas de prevención y cuidado de la salud pública.

### **1.1.2 Enunciado del Problema**

¿Las mypes del sector comercial, rubro artículos de limpieza del distrito de Satipo, no brindan información suficiente respecto al uso de los productos que comercializa, porque no tiene interés en brindar un servicio al cliente?

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Investigar las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, respecto a la gestión del negocio y la aplicación de un plan de atención al cliente.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar el nivel de conocimiento de gerencia de los propietarios de las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo.
- Investigar las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, respecto a la aplicación de técnicas de gestión de calidad.
- Determinar si las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, se administra enfocado en la satisfacción del cliente.

### **1.3 Justificación de la Investigación**

El presente informe es de gran importancia para el distrito de Satipo, el rubro de venta de artículos de limpieza ya está posicionado en el mercado porque responde como solución para las familias que tiene entre sus preocupaciones mantener el hogar limpio para proteger la salud y por otro lado, al sector empresarial, que por exigencias emanadas por la autoridad de salud, deben garantizar la salubridad de sus productos y servicios adquiriendo regularmente productos de limpieza, en consecuencia las mypes en estudio deben estar preparadas para responder profesionalmente con información acerca del uso correcto de los productos que comercializan, adheriendo a su gestión la filosofía de la mejora continua, calidad y atención al cliente como estrategias generadora de rentabilidad.

## **CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

Constituyen documentación esencial en una investigación, que prueba la existencia y revisión de estudios preliminares en la búsqueda de elementos que puedan contribuir en el desarrollo del presente proyecto.

#### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

**Agudelo L. (2009).** En la presentación de Plan de Negocios para la Fabricación y Comercialización de Productos de Aseo Industrial a la Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas carrera de Administración de Empresas Bogotá D. C. que analiza el Mercado compuesto por 82 empresas con el objetivo de identificar atributos que valoran los clientes y que no son atendidos para crear un factor diferenciador entre los que destacan: concentración de sus componentes químicos, Ofrecer entrenamiento a los empleados, Brindar charlas que permitan tener un contacto más personal; finalmente concluye que estos atributos son de carácter humano, lo cual son características que va más allá de ofrecer un producto, para brindar una educación en diferentes perspectiva a los miembros involucrados con los productos.

**Arévalo L.; Casa J. (2011);** en la tesis “Proyecto para la prestación de Servicios de limpieza en hogares del sector norte de la ciudad de Quito”, para optar el título Ingeniero en Gerencia y Liderazgo, Universidad Politécnica Salesiana-Quito, con el objetivo de “estructurar un sistema de prestación de Servicios de limpieza para los hogares del Sector Norte de la ciudad de Quito, permitiendo facilitar las labores

domiciliarias de dicha población”. Como metodología, la investigación fue del tipo exploratoria, y descriptiva; llegándose a las siguientes conclusiones: viabilidad del Proyecto con una TIR del 50% y la selección adecuada del personal para evitar la posibilidad de hurtos en los domicilios donde presten sus servicios.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

**Ley 26842 (1997)**, “Ley General de Salud” del 15 de julio 1997, publicado en el portal del Ministerio de Salud del Perú, en su capítulo V: “De los alimentos y bebidas, productos cosméticos y similares, insumos, instrumental y equipo de uso médico-quirúrgico u odontológico, productos sanitarios y productos de higiene personal y doméstica”, dicta la normatividad a tener en cuenta en la fabricación y comercialización de productos o artículos de limpieza.

**Vergara A. (2017)**, en su artículo sobre “Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en el canal de ventanilla en una agencia bancaria,” presentado a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). El estudio se centró en el proceso de atención en las ventanillas bancarias, el cual busca reducir el tiempo de espera y brindar una mejor atención a los clientes, así de esta manera mejorar los índices de satisfacción de los mismos y poder convertirse en el banco con los clientes más satisfechos del mercado. Para el estudiar la problemática, se recopiló información de los años 2014 a 2016 de los tiempos de espera y tiempos de atención de cada cliente, apoyándose en la metodología de Gestión por Procesos. En conclusión, se logró reducir los tiempos de espera, impactando en la reducción de costos y mejora del servicio.

## 2.2 Bases Teóricas de la Investigación

### 2.2.1 Calidad

Consultando varias fuentes, encontramos innumerables conceptos de Calidad pero como toda estrategia de las ciencias administrativas, nace de su práctica militar, así la industria del ejercito de Estados Unidos durante la segunda guerra mundial ya aplicaba conceptos como: control de la calidad, prevención de defectos, control estadístico de proceso, ingeniería de confiabilidad, análisis de costo de la calidad, cero defectos, entre otros tantos, que hasta ahora siguen novedosos. El impacto, fue producir grandes cantidades de instrumentos y artículos militares a bajo costo.

Interesante también resulta la experiencia de calidad en Japón; donde la participación de E. Deming (EE.UU.), implanta la filosofía de su maestro Schewart en Japón, logrando que los productos japoneses se introduzcan a los mercados internacionales, alcanzando niveles insospechados en sus exportaciones.

Entre las estrategias utilizadas por los japoneses están:

- Compromiso de la alta dirección para llevar a cabo los cambios necesarios.
- Implementación de las técnicas en todos los niveles y funciones de la empresa.
- Mejora continua de la calidad.
- Introducción de los círculos de calidad.

En Estados Unidos, también para poder garantizar la calidad a los clientes surgen asociaciones como ISO (*International Organization for Standardization*) como una manera de hacer que la calidad se tornara objetivamente verificable.

Para complementar la idea de calidad, la tarea de las organizaciones es enfocarse en el cliente, entre sus metas deben aparecer:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Eliminar o reducir al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso de producción.
- Satisfacción del cliente, interno y externo.

Entonces, hoy la calidad representa un proceso de mejora continua en el cual todas las áreas y niveles de la empresa se encuentran involucrados en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades del cliente o incluso anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.

### **2.2.2 Calidad en el Servicio**

Este concepto se resume en las percepciones de calidad que están basados en las necesidades individuales, experiencias pasadas, recomendaciones y comunicaciones. Estas percepciones resultan de la comparación de las expectativas de los consumidores con el desempeño actual del servicio; además no se evalúa solamente el resultado sino todo el proceso que estuvo involucrado en la entrega misma del servicio. Entonces, calidad en el servicio queda en un concepto subjetivo ya que cada consumidor tiene una percepción diferente de acuerdo a su experiencia y a sus expectativas.

De acuerdo con Parasuraman (1985) y otros investigadores la calidad percibida del servicio es un juicio que engloba varias cosas, ellos afirman que dicha percepción es el resultado de la comparación de expectativas con opiniones sobre el desempeño,

y que la calidad en el servicio se relaciona con la satisfacción pero no es equivalente.

La calidad que una empresa brinda a sus clientes puede medirse de acuerdo a los lineamientos establecidos internamente o incluso puede cumplir con estándares internacionales. Por ejemplo: Una empresa certificada bajo la norma ISO 9001 garantiza a sus clientes que ha implementado un sistema para asegurar que cualquier producto o servicio que ofrezca cumplirá con normas internacionales de calidad. Sin embargo, dichos controles no garantizan que los clientes perciban un determinado nivel de calidad en el servicio y éste nivel no se puede verificar hasta que el servicio ha sido brindado al cliente.

Para el cliente, evaluar la calidad en el servicio significa:

- El tiempo de esperar a ser atendido.
- Disponibilidad en horarios convenientes.
- Tiempo que toma resolver un asunto o problema.
- Acceso al servicio mediante múltiples canales.
- Información que brinda la empresa.

Según Gronroos (1994), hay tres dimensiones en la calidad del servicio:

- **Calidad técnica.** Involucra a lo que el cliente está recibiendo del proveedor. Esto puede ser medido por parte del cliente en una manera objetiva.
- **Calidad funcional.** Involucra la manera en que el servicio es entregado. Esto se refiere a la interacción psicológica entre el comprador y el proveedor. Es percibida en una manera bastante subjetiva y pueden influir elementos como: actitud y comportamiento de los empleados, acercamiento del personal

de servicio, accesibilidad al servicio, apariencia del personal, relación entre los empleados y relación entre los empleados y el cliente.

- **Imagen corporativa.** Es la dimensión de la calidad que resulta de cómo los clientes perciben a la empresa y se espera que sea construida principalmente por la dimensión técnica de la calidad ya que afecta la percepción del servicio por parte del cliente.

En conclusión, la calidad en el servicio se ha convertido en un factor estratégico para las empresas para diferenciar sus productos y servicios de los de la competencia.

### **2.2.3 Modelos de Calidad del Servicio**

Modelo es una representación simplificada de la realidad, que toma en consideración aquellos elementos básicos capaces por sí solos de explicar convenientemente el comportamiento de la misma.

#### **Modelo de Zeithaml, Parasuraman y Berry - SERVQUAL**

Este modelo surge como resultado de un estudio realizado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, en relación a la calidad del servicio a finales de la década de los 80's. En dicho estudio los autores descubren que los principios de control de calidad que son muy exitosos para el área de manufactura, no son los adecuados para evaluar la calidad en los servicios.

Los datos que llevaron a la creación de este modelo, fueron recabados mediante 12 entrevistas a grupos de enfoque, tres de cada uno de los siguientes sectores de servicio dentro de Estados Unidos: bancario, tarjetas de crédito, seguridad y reparación de productos y mantenimiento. Estos grupos de enfoque fueron

escogidos de forma que se tuviera diversidad geográfica, es decir, se seleccionaron de diferentes regiones del país. Así mismo, seis de los doce grupos estuvieron formados solo por mujeres y el resto formado por sólo hombres. Respecto a la edad también estuvieron seleccionados de forma que se abarcará un rango de edad adecuado para recabar los diferentes puntos de vista.

De dichas entrevistas se obtuvo información diversas, entre lo que destaca que la percepción de la calidad en un servicio está relacionadas con el cumplimiento de las expectativas y que hay factores que afectan a las expectativas con la comunicación boca a boca, entre otros.

En este contexto los autores definen la calidad en el servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” y definen a los factores que influyen en las expectativas como:

- Lo que los usuarios escuchan de los otros usuarios (comunicación boca a oído o boca a boca); por ejemplo, de recomendaciones de vecinos o amigos.
- Las necesidades personales de los clientes que, hasta cierto punto, pueden condicionar sus expectativas. Por ejemplo, en los límites de crédito algunos deseaban que les ampliarán el monto, otros querían que se los restringieran.
- La extensión de las experiencias que se han tenido con el uso de un servicio puede influir en el nivel de las expectativas del cliente. Por ejemplo, en el caso de corredores de bolsa importan más sus conocimientos técnicos y efectividad que su apariencia personal.
- La comunicación externa de los proveedores del servicio juega un papel clave en la conformación de las expectativas del cliente.

Así mismo, se plantea la necesidad de evaluar la calidad del servicio mediante una etapa cualitativa y una etapa cuantitativa. En la primera, se identifican los factores que influyen en las expectativas de los clientes. En la segunda, se tiene el SERVQUAL que es un instrumento para medir de forma cuantitativa las expectativas y percepciones del cliente.

El SERVQUAL consta de dos secciones: la primera sección hace referencia a las expectativas y contiene 22 enunciados para determinar las expectativas de los clientes de forma general referentes al servicio; la segunda, contiene 22 enunciados para medir las percepciones del cliente respecto al servicio de una compañía específicamente.

Todo el análisis estadístico que fue necesario para desarrollar el SERVQUAL reveló que hay una correlación considerable entre los elementos de las diez dimensiones del modelo mencionadas previamente, de manera tal que el SERVQUAL sólo cuenta con cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

#### **2.2.4 Tipos de Clientes**

Destacan:

1. **Último o final:** El que compra para su personal satisfacción, el destructor o utilizador del producto.
2. **Industrial:** El que compra para transformar, montar o consumir en sus procesos de fabricación.
3. **Comercial:** El que compra para volver a vender.

4. **Institucional:** El que es colectivo (hospitales, colegios, comunidades religiosas, fuerzas armadas, etc.).
5. **Exterior:** El comprador ubicado en otro país, sea del tipo que sea.

## 2.3. Marco Conceptual

### 2.3.1 Glosario de términos

- **Ambientador líquido.** – Descripción: Elimina olores desagradables, desodoriza y refresca dejando una suave fragancia duradera.
- **Higiene:** Es el conjunto de normas y practicas tendientes a la satisfacción más conveniente de las necesidades humanas.
- **Limpieza:** Es la ausencia de suciedad. El objetivo es disminuir o exterminar los microorganismos en la piel y en los muebles, es decir en objetos animados e inanimados. Evitando también olores desagradables.
- **Desechos:** O basura, sustancia o mezcla de ellas, en estado sólido, líquido o gaseoso, para la cual, o las cuales, no se encuentra un uso posterior, y debe emplearse un plan de eliminación o depósito final, y debe emplearse un plan de eliminación o depósito final. Pueden ser peligrosos y no peligrosos. Subproductos residuales que quedan o sobran, provenientes de procesos naturales o actividades sociales, entre ellos figuran los desechos orgánicos, resultantes naturales y directos de plantas, animales o seres humanos y los desechos provenientes de actividades sociales (domésticas e industriales).

- **Desinfección:** Exterminio efectivo de todos los organismos capaces de ocasionar enfermedades infecciosas mediante un proceso químico o físico. La cloración es el método de desinfección más comúnmente empleado en estos tratamientos.
- **Blanqueador.** – Descripción: Producto para la desinfección, desodorización y blanqueo. Se utiliza en Pisos no tratados con ceras, baldosas, cerámica, ropa blanca, fibras naturales, baños, cocinas, tinas, lavaderos, equipos en acero inoxidable
- **Cera Polimérica.** – Descripción: Película de brillo duradero resistente a las pisadas y al mantenimiento diario. Cera polietilénica antideslizante.
- **Jabón líquido multiusos** – Descripción: De uso en todo tipo de superficies lavables
- Removedor de ceras o industrial.
- **Sellador para pisos.** – Descripción: Sellador especial para tráfico pesado.
  - Waype Industrial
  - Cera al Agua en Galón y Bidón (calidad comercial)
  - Cera Amarilla/Roja en pasta (calidad comercial)
  - Cera para muebles
  - Detergente Industrial
  - Puliton
  - Escobas Baja Policía.
  - Escobas Paja Negra.
  - Escobas de Fibra Sintética, Clorinda.
  - Escobillones

- Jaladores de Agua
- Escobilla de Mano
- Trapeadores con resorte
- Trapeadores para fregona
- Fregona
- Recogedor Galvanizado
- Recogedor Plástico
- Bolsas de Basura chica (20×30)
- Bolsas de Basura mediana (26×40)
- Bolsas de Basura 140lt
- Guantes para lavar doméstico
- Guantes de Hilo
- Guantes de Hilo con PVC
- Secador de tela
- Isopo para WC
- Desatorador de Jebe
- Cinta de Embalaje
- Stretch Film
- Insecticidas
- Franela
- Felpa
- Trapo Industrial Cosido, Blanco
- Trapo Industrial Cosido, Color
- Trapo Especial Crema

- Trapo Especial Blanco sin Costura
- Trapo Especial Color sin Costura
- Trapo Blanco en Bloques
- Trapo Especial lavado
- Trapo 2×1 de Colores
- Trapo 2×1 Blanco
- Waipe Industrial
- Waipe Cardado Blanco
- Waipe Crespito
- Waipe Cardado Matizado
- Waipe Paño Fino
- Algodón

## **CAPÍTULO III. HIPÓTESIS**

### **3.1 Hipótesis General**

La gestión de calidad es guía para que las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza en el distrito de Satipo, se desempeñen dentro de un marco de respecto y contribución a aspectos de responsabilidad ambiental y salud pública, mediante la práctica de estándares de calidad y seguridad. brindando asimismo apropiado soporte informativo a sus clientes finales.

### **3.2 Hipótesis Específicas**

- Mejorar el nivel de conocimiento en gerencia a propietarios de las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo contribuirá a una mejor dirección empresarial.
- El conocimiento de normatividad en medio ambiente y seguridad pública de los gestores de las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, permitirá una operación y gestión responsable en aspectos de seguridad y mitigación de impacto ambiental.
- Enfocarse en metas de satisfacción al cliente, contribuirá a que las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, logren la percepción de satisfacción en sus clientes.

## CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 Diseño de Investigación

El informe final es de diseño no experimental – transversal – descriptivo-correlacional.

#### 4.1.1 Tipo de investigación

Es cuantitativa.

#### 4.1.2 Nivel de investigación

Nivel descriptivo.

### 4.2 Población y muestra

#### 4.2.1 Población

La población en estudio está conformada por las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo. El número de estas mypes que compone la población es de 13 y resultó a la consulta de los registros de la oficina zonal de Sunat y de la propia Municipalidad Distrital de Satipo.

#### 4.2.2 Muestra

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

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

**Donde:**

N	Población	
Z	Nivel de confianza	95% (1.96)
E	Margen de error	5% (0.05)
P	probabilidad de éxito	0.5
Q	probabilidad de fracaso	0.5
$\epsilon$		1-0.95

Como el número de la población es menor a 30, por conveniencia de la investigación se tomará a toda la población como muestra.

### 4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

**Tabla 1.** Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Planear y gerenciar para el mejoramiento continuado del sistema de calidad, incluyendo el uso de la política de calidad, objetivos y los datos sobre el desempeño de la calidad.	Plan de Calidad	- ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?	Nominal
		Procesos Estandarizados	- ¿Cuenta con procesos identificados y estandarizados?	Nominal
		Misión, Visión, Valores	- ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?	Nominal
Enfoque en el cliente	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Nivel de Servicio	- ¿Ha organizado la disposición de sus productos pensando en la comodidad del cliente?	Nominal
			- ¿Capacita al personal para brindar un servicio amable?	Nominal
		Información al cliente.	- ¿Atiende sugerencias y brinda información a sus clientes?	Nominal

**Fuente:** Elaboración Olivia Rivas

#### **4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

##### **4.4.1 Técnicas**

- Visita de campo
- Observación
- Encuesta
- Entrevista.

##### **4.4.2 Instrumentos**

Con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas como fuente de investigación, se elaboró un cuestionario estructurado presentados en una encuesta.

#### **4.5 Plan de análisis de datos**

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22 exclusivo para estadística e investigación.

#### 4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia de la investigación.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<p>¿Las mypes del sector comercial, rubro artículos de limpieza del distrito de Satipo, no brindan información suficiente respecto al uso de los productos que comercializa, porque no tiene</p>	<p><b>Objetivo General</b>                      Investigar las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, respecto a la gestión del negocio y la aplicación de un plan de atención al cliente.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el nivel de conocimiento de</li> </ul>	<p><b>Variable Dependiente</b>                      Atención al cliente</p> <p><b>Variable Independiente</b>                      Gestión de Calidad</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>La gestión de calidad es guía para que las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza en el distrito de Satipo, se desempeñen dentro de un marco de respecto y contribución a aspectos de responsabilidad ambiental y salud pública, mediante la</p>	<p><b>Tipo de Investigación:</b>                      Cuantitativa.</p> <p><b>Nivel de Investigación:</b>                      Descriptiva.</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Observación</li> <li>-Entrevista</li> <li>-Encuesta.</li> </ul> <p><b>Fuentes:</b></p> <p>Registros de Municipalidad Distrital de Satipo y de la Sunat.</p>

<p>interés en brindar un servicio al cliente?</p>	<p>gerencia de los propietarios de las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, respecto a la aplicación de técnicas de gestión de calidad.</li> <li>• Determinar si las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de</li> </ul>		<p>práctica de estándares de calidad y seguridad. brindando asimismo apropiado soporte informativo a sus clientes finales.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el nivel de conocimiento en gerencia a propietarios de las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo contribuirá a una mejor dirección empresarial.</li> </ul>	<p><b>Diseño de la Investigación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-No experimental,</li> <li>-descriptivo,</li> <li>-transversal,</li> <li>-correlacional.</li> </ul>	<p><b>Instrumento:</b></p> <p>Cuestionario</p> <p><b>Población</b></p> <p>Lo componen 13 mypes.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Será el 100% de la población.</p>
---	--	--	--	--	--

	<p>limpieza del distrito de Satipo, se administra enfocado en la satisfacción del cliente.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• El conocimiento de normatividad en medio ambiente y seguridad pública de los gestores de las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, permitirá una operación y gestión responsable en aspectos de seguridad y mitigación de impacto ambiental.</li> </ul>		
--	--	--	---	--	--

**Fuente:** Elaboración Olivia Rivas

#### **4.7 Principios Éticos**

La investigación dirigida a las mypes del sector comercial, venta de artículos de limpieza del distrito de Satipo, está fundamentada en principios éticos como el derecho a la privacidad, anonimato y confidencialidad, que serán el soporte para facilitar la entrega de información.

Asimismo, la justicia, que responde al derecho de un trato de equidad y correspondencia.

Finalmente, el principio de la solidaridad, en razón que el informe final de investigación se realizó solo con fines académicos.

## CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Resultados

#### A: Perfil del Propietario

TABLA 3

		Edad del propietario de la empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 29 a 39 años	5	38,5	38,5	38,5
	De 40 a 49 años	8	61,5	61,5	100,0
Total		13	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 1



Elaboración: Olivia Rivas

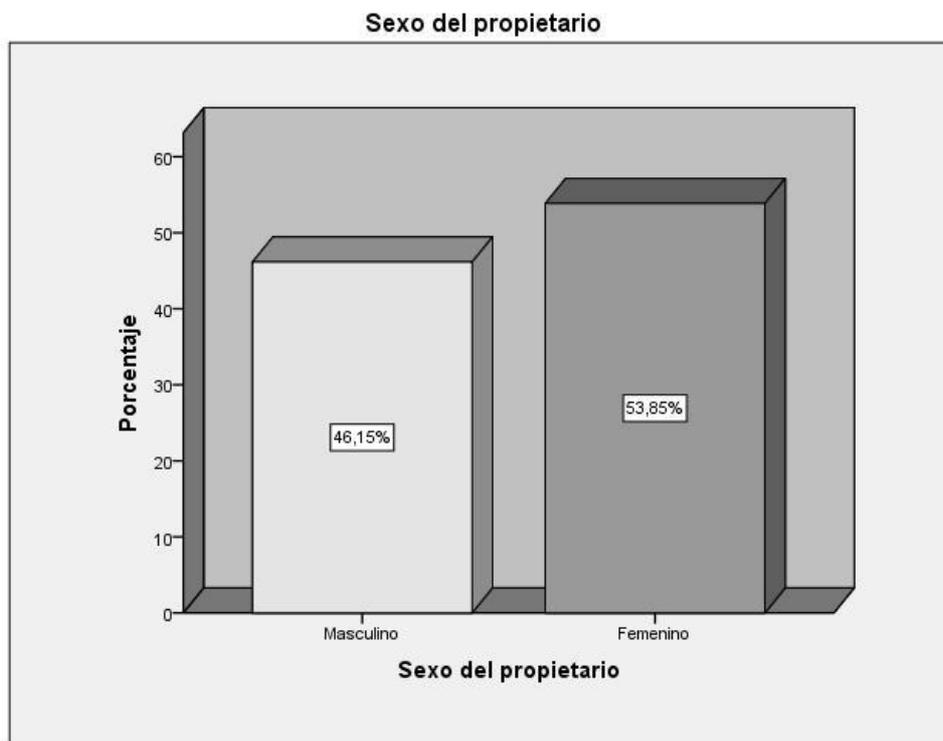
**INTERPRETACIÓN:** Los propietarios de este rubro en su mayoría están en el rango de edad “40 a 49 años” (61,5%); seguido jóvenes-adultos de “29 a 39 años” (38,5%).

**TABLA 4**

		Sexo del propietario			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	6	46,2	46,2	46,2
	Femenino	7	53,8	53,8	100,0
Total		13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 2**



Elaboración: Olivia Rivas

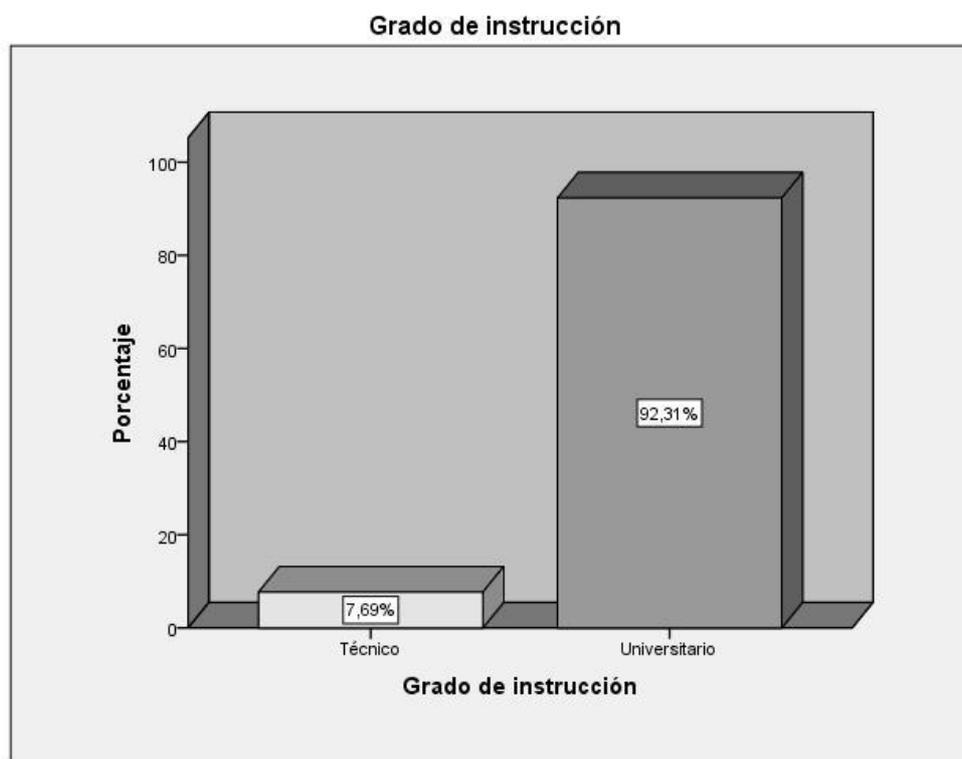
**INTERPRETACIÓN:** Los resultados obtenidos de la investigación indica que el 53,8% de los propietarios son de sexo Femenino y un 46,2% son del sexo masculino.

**TABLA 5**

		Grado de instrucción			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Técnico	1	7,7	7,7	7,7
	Universitario	12	92,3	92,3	100,0
Total		13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 3**



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** El 92,3% de los propietarios de las mypes en estudio, tienen grado “universitario”; y 7,7% son “técnicos”.

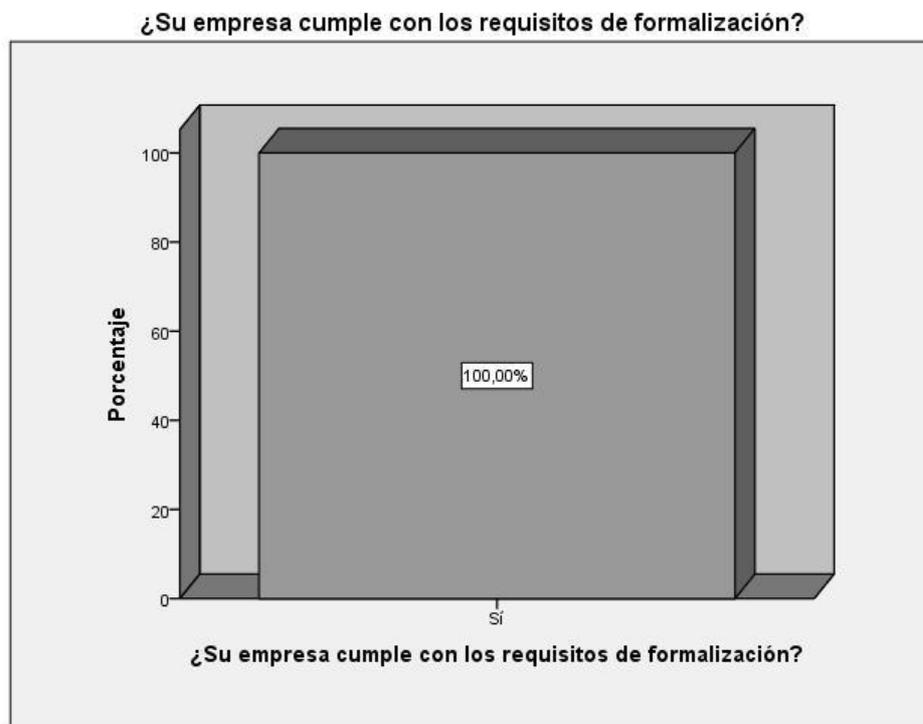
## B. De la Empresa

TABLA 6

¿Su empresa cumple con los requisitos de formalización?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	13	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 4



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** Según los resultados obtenidos de las mypes, el 100.0% si cumple con los requisitos de formalización, favoreciendo el aspecto laboral.

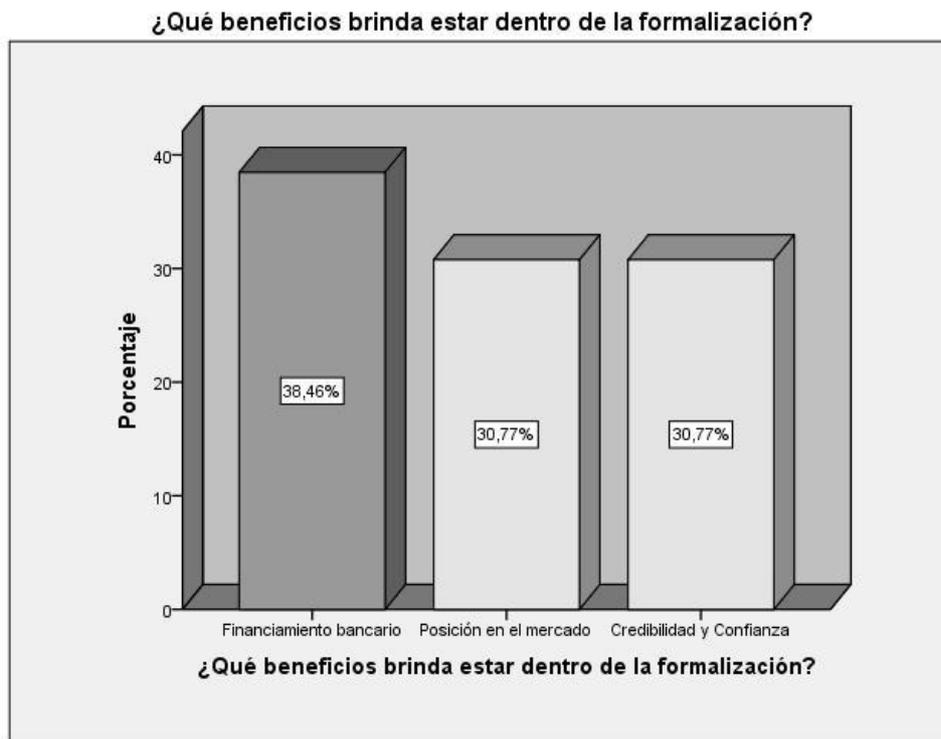
**TABLA 7**

**¿Qué beneficios brinda estar dentro de la formalización?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Financiamiento bancario	5	38,5	38,5	38,5
Posición en el mercado	4	30,8	30,8	69,2
Credibilidad y Confianza	4	30,8	30,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 5**



Elaboración: Olivia Rivas

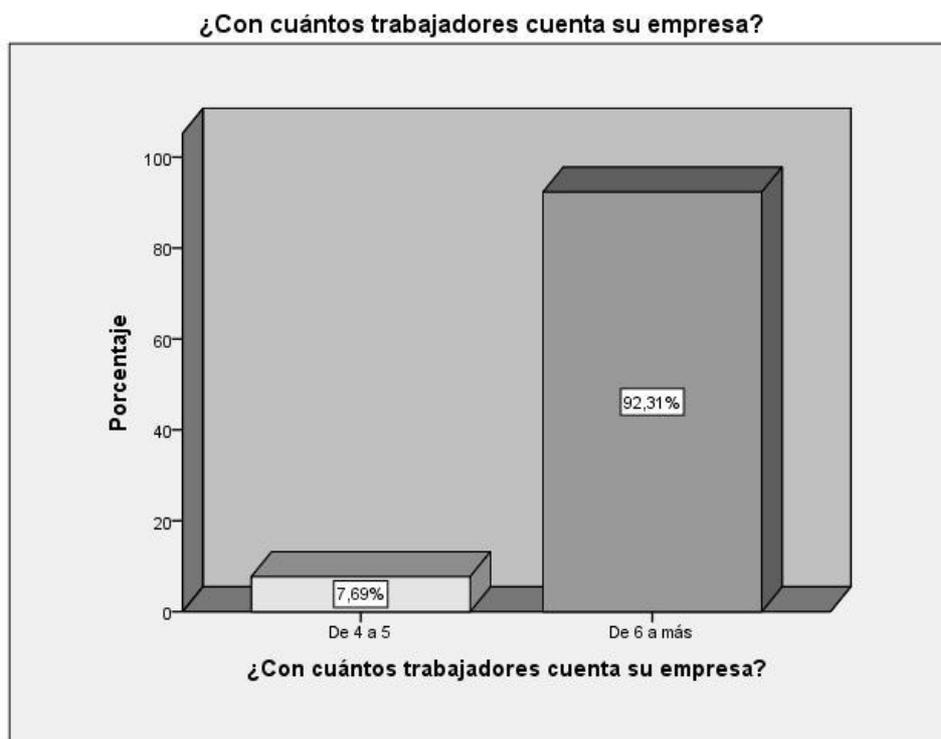
**INTERPRETACIÓN:** Para las mypes, según la investigación, tienen interés en “Financiamiento bancario” (38,5%); al igual que “Posición en el mercado” y “Credibilidad y Confianza” (30,8%).

**TABLA 8**

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 4 a 5	1	7,7	7,7	7,7
	De 6 a más	12	92,3	92,3	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 6**



Elaboración: Olivia Rivas

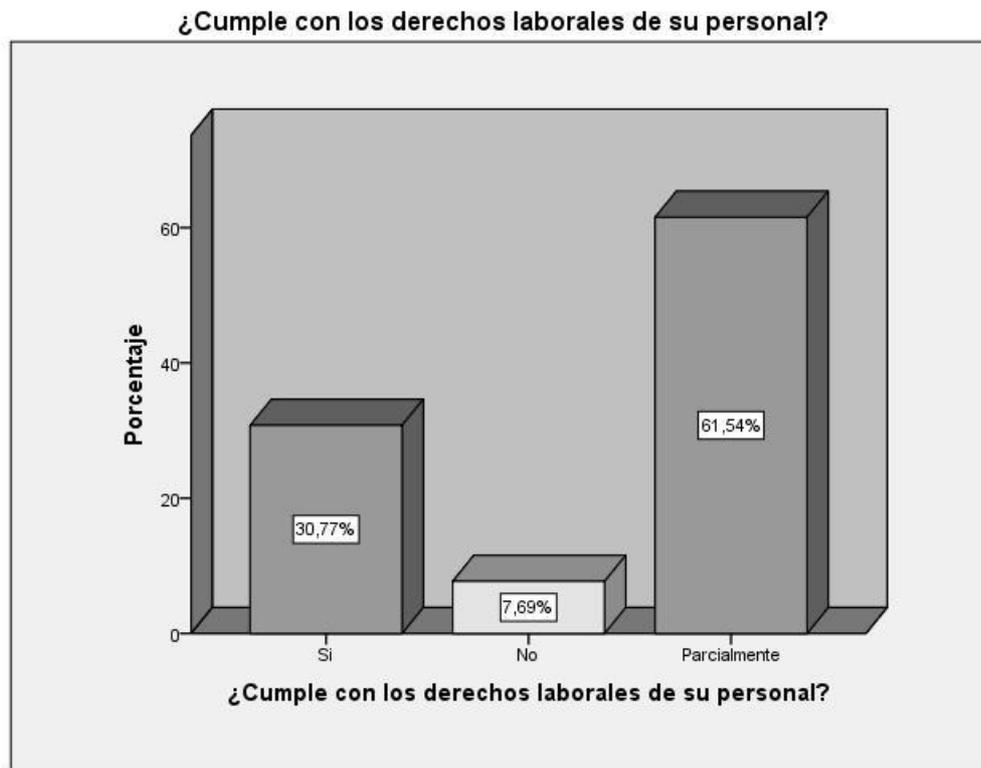
**INTERPRETACIÓN:** Según los datos analizados de la investigación, las mypes tienen de “6 a más trabajadores” (92,3%).

**TABLA 9**

¿Cumple con los derechos laborales de su personal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	30,8	30,8	30,8
	No	1	7,7	7,7	38,5
	Parcialmente	8	61,5	61,5	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 7**



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** En su mayoría (61,5%), cumple “parcialmente” los derechos laborales de su personal. 30,8% indica que si lo cumple plenamente. 7,7% no.

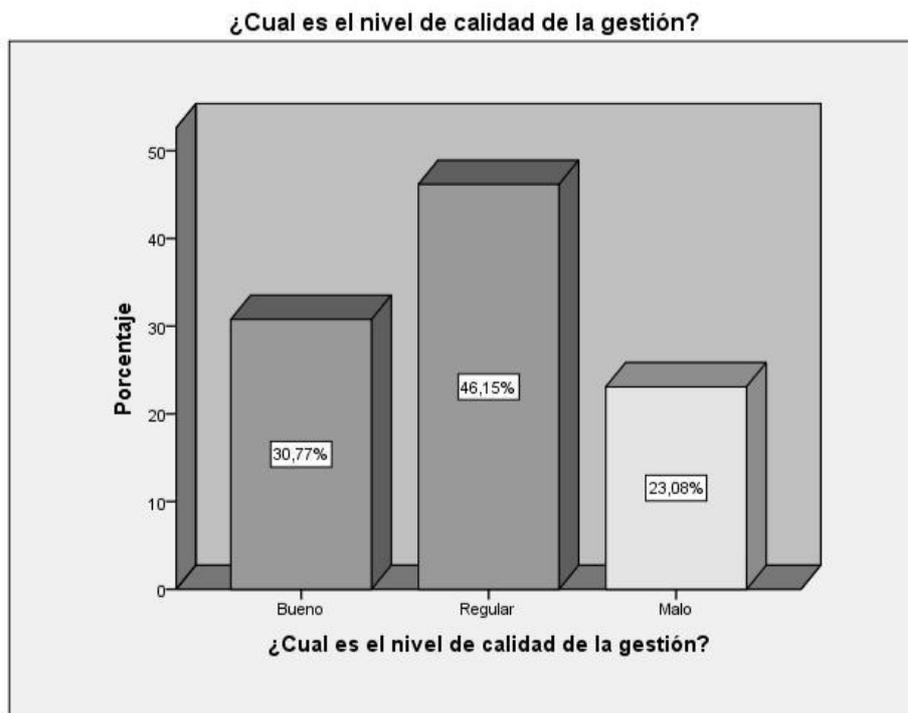
### C. Calidad de Gestión

**TABLA 10**

¿Cuál es el nivel de calidad de la gestión?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	4	30,8	30,8	30,8
	Regular	6	46,2	46,2	76,9
	Malo	3	23,1	23,1	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 8**



Elaboración: Olivia Rivas

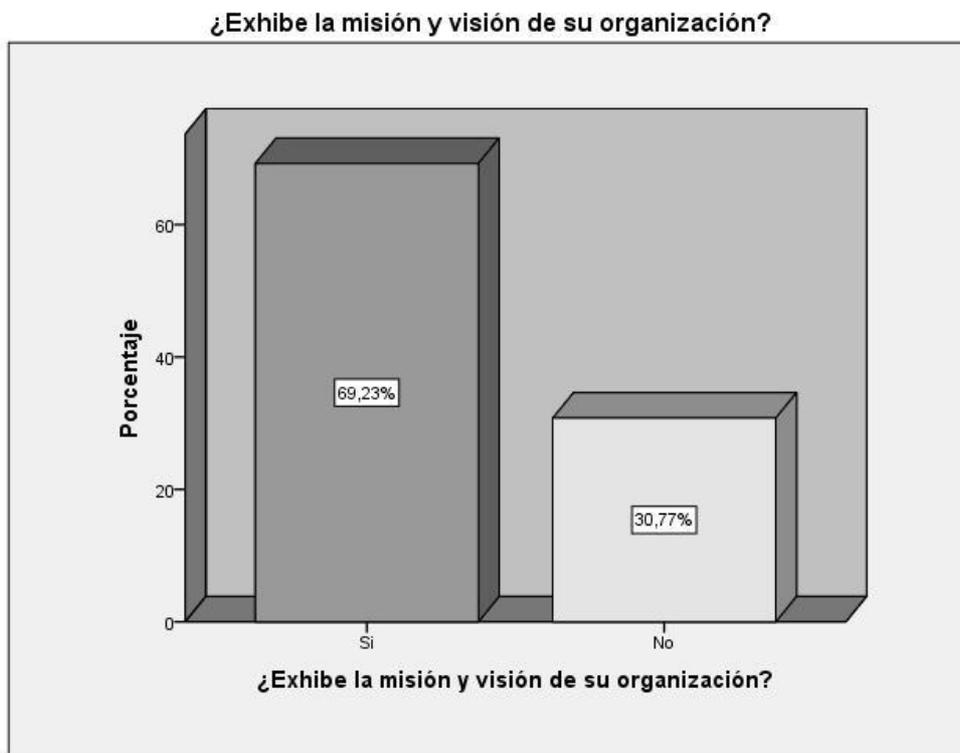
**INTERPRETACIÓN:** Respecto a la calidad de gestión, los propietarios encuestados indican que el nivel es “Regular” 46,2%; “Bueno” 30,8%; y “Malo” 23,1%.

**TABLA 11**

		¿Exhibe la misión y visión de su organización?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	69,2	69,2	69,2
	No	4	30,8	30,8	100,0
Total		13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 9**



Elaboración: Olivia Rivas

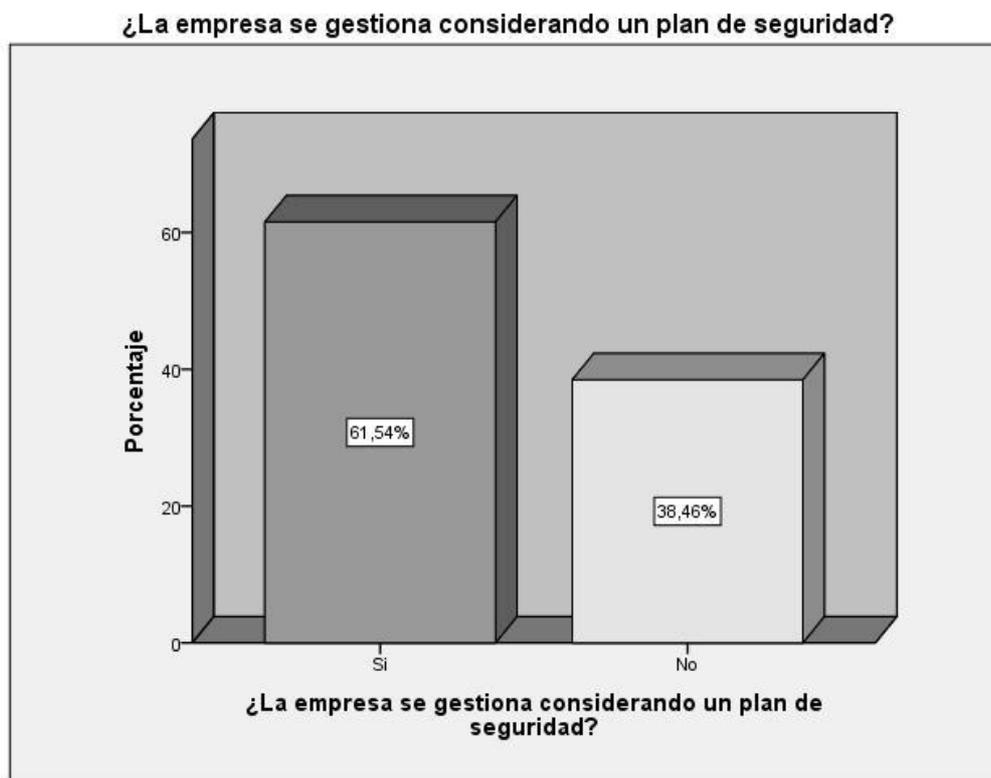
**INTERPRETACIÓN:** El 69,2% de los propietarios de las mypes en estudio, manifiestan que “Si” han definido la misión y visión de su organización.

**TABLA 12**

		¿La empresa se gestiona considerando un plan de seguridad?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	61,5	61,5	61,5
	No	5	38,5	38,5	100,0
Total		13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 10**



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación a las mypes del sector comercial, el 61,5% indican que se gestiona con un plan de seguridad, como acción de prevención ante los riesgos que representan algunos artículos de limpieza y de protección al cliente..

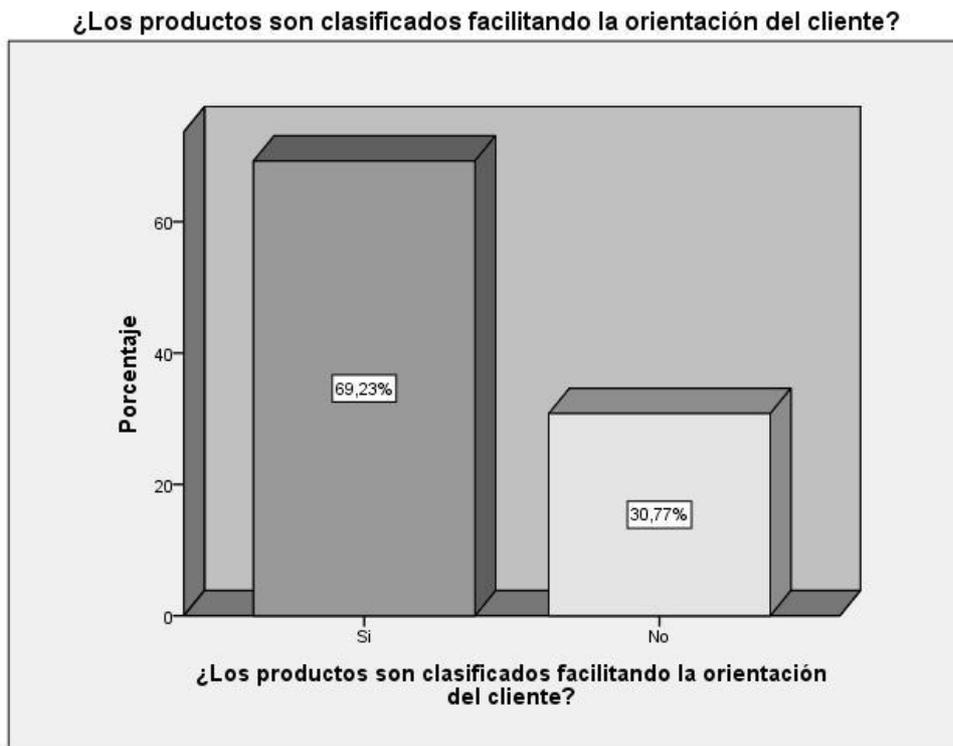
**TABLA 13**

**¿Los productos son clasificados facilitando la orientación del cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	69,2	69,2	69,2
	No	4	30,8	30,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 11**



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** En la investigación se comprueba, que en su mayoría (69,2%) en las mypes existe una orientación al cliente.

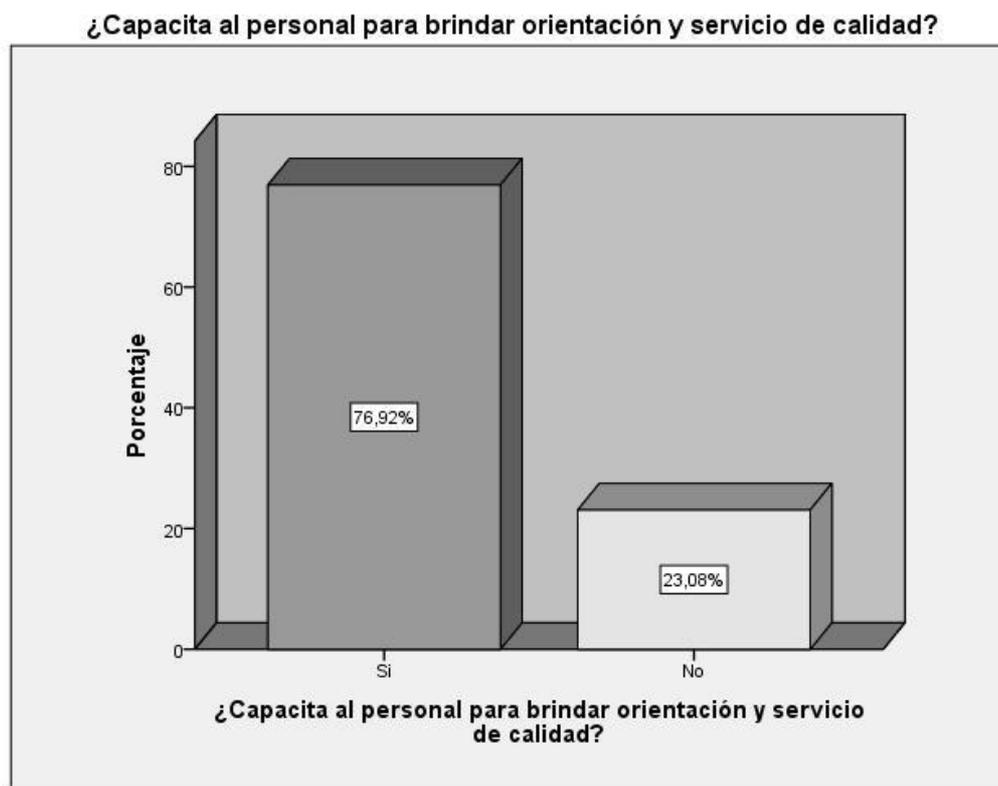
**TABLA 14**

**¿Capacita al personal para brindar orientación y servicio de calidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	76,9	76,9	76,9
	No	3	23,1	23,1	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 12**



Elaboración: Olivia Rivas

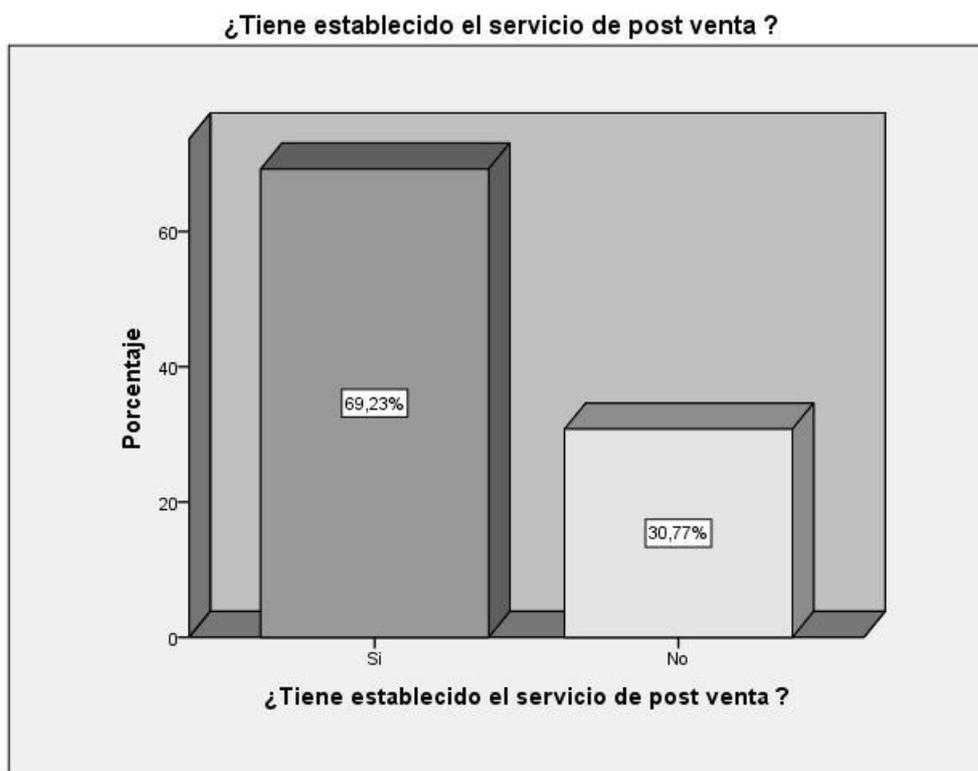
**INTERPRETACIÓN:** Las mypes en estudio, en un 76,9%, “Si” capacita a su personal para aumentar el conocimiento de sus trabajadores respecto a sus funciones y también brindar mejor orientación y servicio a sus clientes.

**TABLA 15**

		¿Tiene establecido el servicio de post venta?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	69,2	69,2	69,2
	No	4	30,8	30,8	100,0
Total		13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 13**



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** Según el análisis de las encuestas realizadas, el 69,2% si tiene establecido el servicio de post venta, y 30,8% no considera establecerlo.

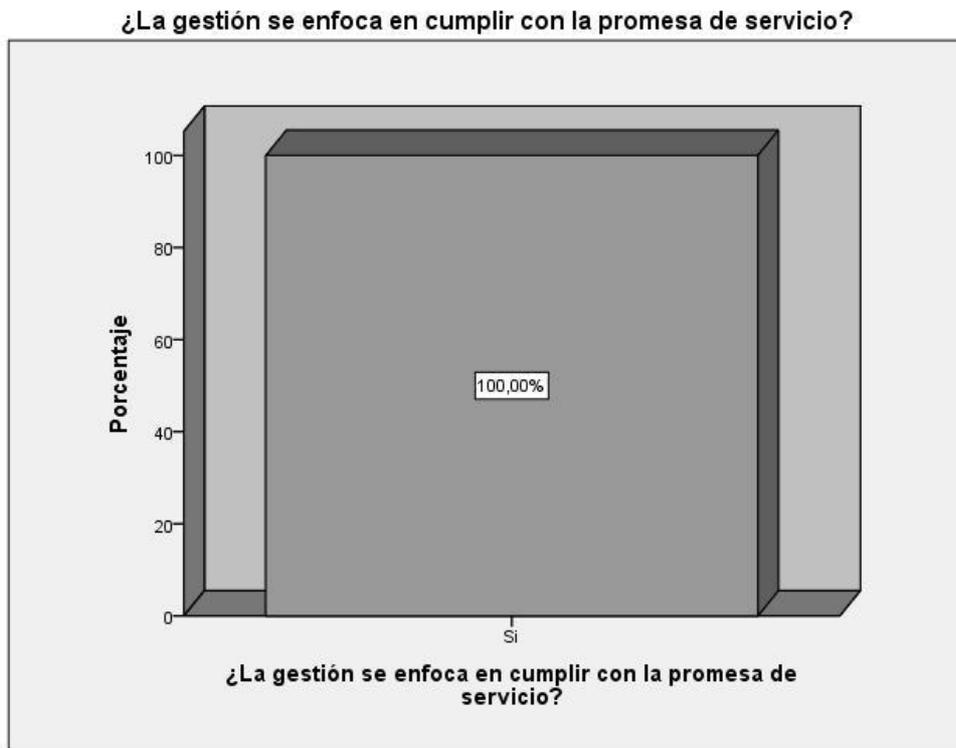
**TABLA 16**

**¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	13	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 14**



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** Según los datos obtenidos de las mypes en estudio, el 100.0% de los propietarios indica que la gestión está enfoca en cumplir con la promesa de servicio.

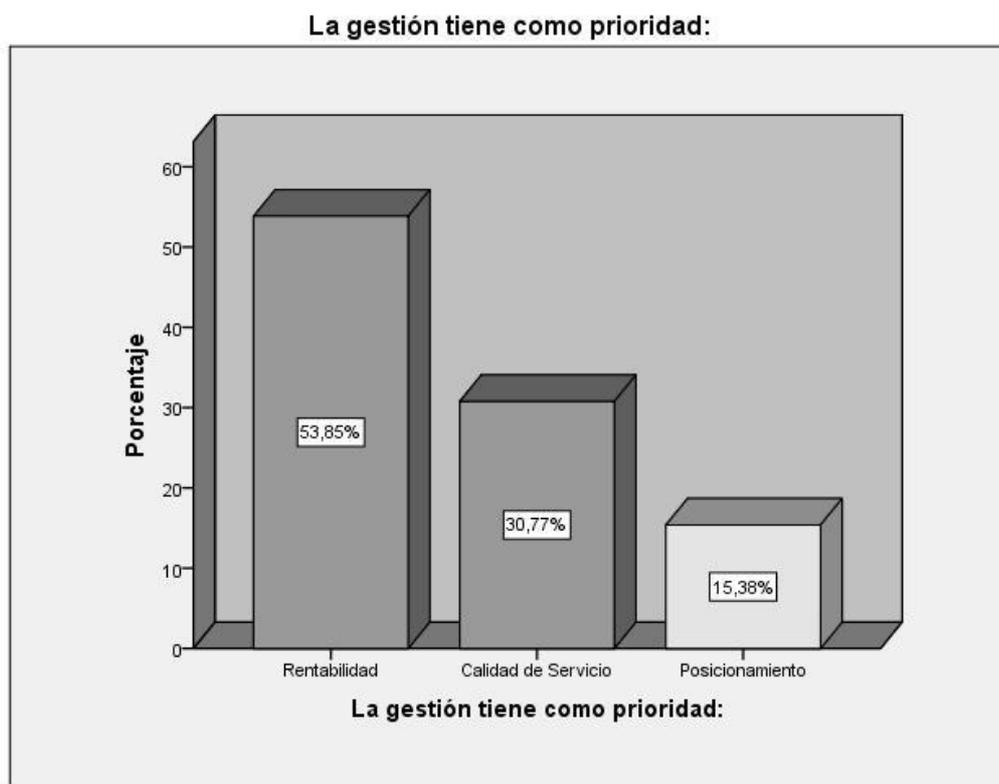
**TABLA 17**

**La gestión tiene como prioridad:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rentabilidad	7	53,8	53,8	53,8
	Calidad de Servicio	4	30,8	30,8	84,6
	Posicionamiento	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 15**



Elaboración: Olivia Rivas

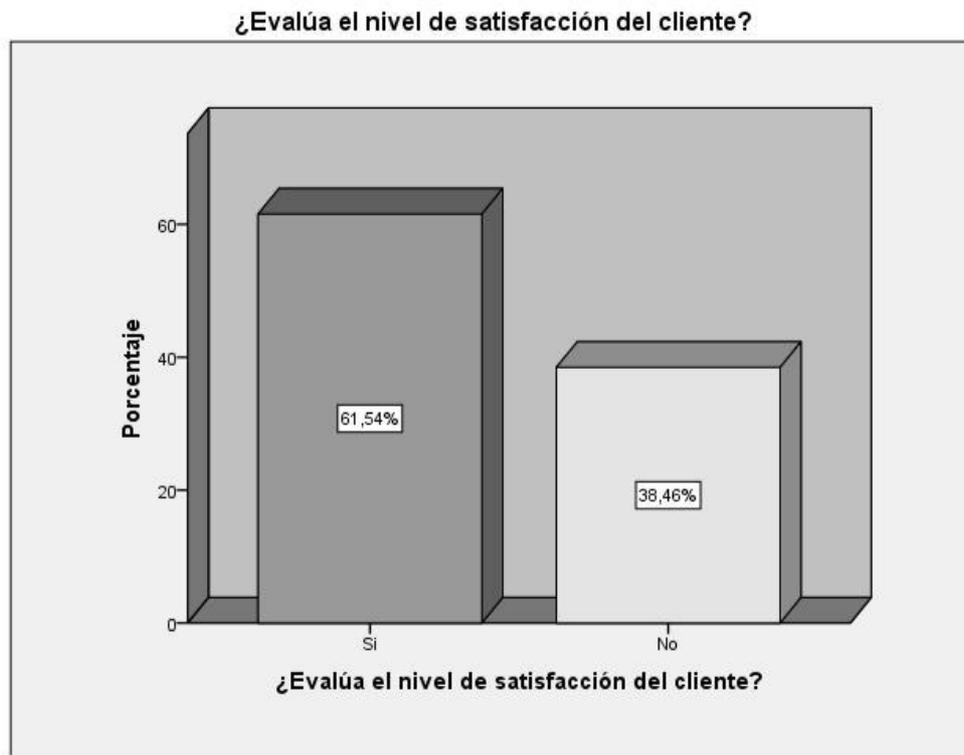
**INTERPRETACIÓN:** El análisis de los datos obtenidos nos indica que las mypes tienen como prioridad: “Rentabilidad” 53,8% y “Calidad de Servicio” 30,8%.

**TABLA 18**

		¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	61,5	61,5	61,5
	No	5	38,5	38,5	100,0
Total		13	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada

**FIGURA 16**



Elaboración: Olivia Rivas

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a los resultados obtenidos, el 61,5% si evalúa el nivel de satisfacción del cliente; un 38,5% no consideró evaluarlo.

## **5.2 Análisis de Resultados**

Para un mejor análisis, lo sectorizamos por sub temas:

### **Del Microempresario**

La investigación a las mypes del sector en estudio, identifican a un microempresario responsable, que se caracteriza por ser adulto (40 a 49 años, 61,5%), en su mayoría de sexo femenino que se preocupa por brindar correcta información a sus clientes. Los nuevos emprendedores son jóvenes-adultos de “29 a 39 años” (38,5%).

Se caracterizan también porque tienen estudios superiores y provienen de experiencias laborales largas que les permite volcar esa experiencia en sus empresas.

### **De la Empresa**

Tal como lo confirma la investigación, son empresas formales porque son dirigidas por microempresarios responsables con su comunidad y clientes, pero además del interés en la posibilidad de acceder a un financiamiento del sistema bancario, están atentos a cumplir la Ley 26842 (1997), “Ley General de Salud” del 15 de julio 1997, publicado en el portal del Ministerio de Salud del Perú, en su capítulo V: “De los alimentos y bebidas, productos cosméticos y similares, insumos, instrumental y equipo de uso médico-quirúrgico u odontológico, productos sanitarios y productos de higiene personal y doméstica”, que dicta la normatividad a tener en cuenta en la fabricación y comercialización de productos o artículos de limpieza.

Existe un sector de microempresarios, los nuevos, que “no cumplen” o “cumple parcialmente” los derechos laborales de su personal. Representa un hallazgo que se puede levantar siendo ordenados.

## **Calidad de Gestión**

El 69,2% de los propietarios de las mypes en estudio, manifiestan que “Si” han definido la misión y visión de su organización, porque les interesa el mejoramiento continuo como empresa.

Así, como parte de la práctica de la mejora continua, el 61,5% gestiona también un plan de seguridad en sus operaciones, como acción de prevención ante los riesgos que representan algunos artículos de limpieza y de protección al medio ambiente y al cliente.

De esta manera se comprueba, que en su mayoría (69,2%) en las mypes existe una orientación al cliente.

## **De la orientación al cliente**

Las mypes en estudio, en un 76,9%, “Si” capacita a su personal para aumentar el conocimiento de sus trabajadores respecto a sus funciones y también brindar mejor orientación y servicio a sus clientes.

El 69,2% tiene establecido el servicio de post venta; y el 100,0% de los microempresarios tienen el sentir de cumplir una promesa de servicio a sus clientes.

Para enfatizar en la importancia de una gestión enfocada en el cliente y como propuesta de mejora, tomemos referencia del artículo de Agudelo L. (2009), sobre “Plan de Negocios para la Fabricación y Comercialización de Productos de Aseo Industrial”; donde tras un análisis del mercado compuesto por 82 empresas se buscó como objetivo identificar “atributos” que valoran los clientes y que no son atendidos para crear un factor diferenciador entre los que destacan:

- *Concentración de sus componentes químicos,*

- *Ofrecer entrenamiento a los empleados,*
- *Brindar charlas que permitan tener un contacto más personal;*

Finalmente, se concluye que estos atributos son de carácter humano, lo cual son características que va más allá de ofrecer un producto, a brindar una educación en diferentes perspectivas a los miembros involucrados..

## **CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 Conclusiones de la investigación**

Representa un rubro con características muy destacadas:

- Son negocios conducidos por profesionales de experiencia, que buscan la mejora continua y desarrollo del negocio.
  
- Existe un liderazgo en la dirección de las mypes del sector.
  
- Cumplen con los aspectos de formalización
  
- Se gestionan bajo la filosofía de la mejora continua.
  
- Están enfocados en satisfacer a su cliente. Con información pre y post venta.

## **6.2 Recomendaciones**

- Implementar un sistema de calidad integral.
- Reforzar la comunicación con el cliente.
- Fortalecer vínculo con los empleados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agudelo L. (2009). “Plan de Negocios para la Fabricación y Comercialización de Productos de Aseo Industrial” a la Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas carrera de Administración de Empresas Bogotá D. C.

Arévalo L.; Casa J.(2011); en la tesis “ Proyecto para la prestación de Servicios de limpieza en hogares del sector norte de la ciudad de Quito”, para optar el título Ingeniero en Gerencia y Liderazgo, Universidad Politécnica Salesiana-Quito,

Bantham, John H. An Exploratory Study of Satisfaction in Buyer-Seller Partnerships. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior. Volúmen 23. Estados Unidos ,2010

Ellegaard Chris. Joint Problem Solving in Buyer-Supplier Relationships - Motivational and Perceptual Challenges. Copenhagen Business School.

Ley 26842 (1997), Ley General de Salud, recuperado del portal del Ministerio de Salud del Perú, [http://www.minsa.gob.pe/ondt/normas/Ley\\_26842.pdf](http://www.minsa.gob.pe/ondt/normas/Ley_26842.pdf)

Vergara A. (2017), en su artículo sobre “Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en el canal de ventanilla en una agencia bancaria,” presentado a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), recuperado de [http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/621717/11/VERGARA\\_L\\_A.pdf](http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/621717/11/VERGARA_L_A.pdf).

## ANEXOS

### 1. Cronograma de Actividades

Tabla 19

CRONOGRAMA DE AVANCE	2017												2018							
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	2	3	4		2	3	4		2	3	4		2	3	4	1	2	3	4	
Se realizó el asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificación de las variables.	X	X																		
Determinación del sector y rubro a estudiar.			X	X																
Título del proyecto de investigación.				X																
Elaboración de Planteamiento de la investigación.					X	X	X													
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.							X	X	X											
Elaboración de Metodología de la investigación.									X	X										
Presentación de Proyectos de Investigación.										X	X									
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.											X	X								
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.												X	X							
Revisión de referencias bibliográficas, APA.												X	X							
Presentación del informe final de investigación.												X	X							
Revisión del turnitin.														X	X					
Elaboración de Artículo científico y diapositivas.														X	X					
Sustentación del informe final de investigación																	X	X	X	

Fuente: Elaboración Olivia Rivas

## 2. Presupuesto General

**Tabla 20**

**Financiamiento:** El presente trabajo de investigación será autofinanciado y ascienda S/. 7,475.00

			TOTAL S/.	7,475.00
Cant.	Unidad	Descripción	Costo	Costo
	Medida		Unitario	Total (S/.)
		<b>Curso de Titulación</b>		<b>1,700.00</b>
		<b>Asesoramiento</b>		<b>2,000.00</b>
		<b>Alimentos de Personas</b>		300.00
30	Raciones	Alimentación para investigadores y colaboradores	10.00	300.00
		<b>Bienes de Consumo</b>		<b>3,218.00</b>
1	Unidad	Computadora HG	2,800.00	2,800.00
1	Unidad	Impresora a color Hp	300.00	300.00
2	Unidad	Tinta para impresora	10.00	20.00
24	Diario	Internet	2.00	48.00
2	Unidad	Memoria USB de 8 gigas	25.00	50.00
		<b>Materiales de Escritorio</b>		<b>107.00</b>
1	Millares	Papel bond A-4	20.00	20.00
1	Ciento	Folder tamaño A4	7.00	7.00
1	Unidad	Perforador	14.00	14.00
1	Caja	Grapas	4.00	4.00
2	Caja	Saca grapas	5.00	10.00
1	Caja	Lapiceros color azul Faber Castell	15.00	15.00
1	Caja	Lapiceros color negra Faber Castell	15.00	15.00
1	Caja	Lapiz	8.00	8.00
2	Unidad	Tajador de mesa	2.00	4.00
1	Unidad	Corrector Liquido	6.00	6.00
2	Unidad	Borrador	2.00	4.00
		<b>Pasajes y Gastos de Transportes</b>		
25	Pasajes	Movilidad local ida y vuelta a las instituciones Publicas y puntos de investigación	6.00	150.00

**Fuente:** Elaboración Olivia Rivas

### 3. Instrumentos de recolección de datos



---

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

#### **ENCUESTA A MYPES**

#### **Instrucciones:**

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro venta de artículos de limpieza, distrito de Satipo, año 2017”

#### **Encuestado:**

(a):.....Fecha:...../...../20.....

#### **A. PREGUNTAS GENERALES:**

##### **1. Edad del propietario de la empresa:**

29 a 39 años ( ),      40 a 49 años ( ),

2. **Sexo:**                      **Masculino ( )**                      **b) Femenino ( )**

##### **3. Grado de Instrucción:**

a) Técnico ( )      b) Universitario ( )

#### **B. GESTIÓN DE CALIDAD**

##### **4. ¿Su empresa cumple con los requisitos de formalización?**

Si ( )                      Trámites pendientes ( )

**5. ¿Qué beneficios brinda estar dentro de la formalización?**

- a) Financiamiento Bancario
- b) Posición en el mercado
- c) Credibilidad y Confianza

**6. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?**

De 4 a 5  De 6 a más

**7. ¿Cumple con los derechos laborales de su personal?**

- a) Si
- b) No
- c) Parcialmente

**C. GESTIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE**

**8. ¿Cual es el nivel de calidad de la gestión?**

Bueno  Regular  Malo

**9. ¿Exhibe la misión y visión de su organización?**

Si  No

**10. ¿La empresa se gestiona considerando un plan de seguridad?**

Si  No

**11. ¿Los productos son clasificados facilitando la orientación del cliente?**

Si  No

**12. ¿Capacita al personal para brindar orientación y servicio de calidad?**

Si  No

**13. ¿Tiene establecido el servicio de post venta?**

Si ( ) No ( )

**14. ¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio?**

Si ( ) No ( )

**15. ¿La gestión tiene como prioridad:**

a) Rentabilidad ( )

b) Calidad de Servicio ( )

c) Posicionamiento ( )

**16. ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?**

Si ( ) No ( )

Satipo, enero de 2018