



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR  
RELEVANTE PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS  
EMPRESARIOS EN LAS MYPES DEL SECTOR  
SERVICIOS, RUBRO CAFETERÍAS DEL DISTRITO DE  
SATIPO, JUNÍN 2021**

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

**AUTORA:**

**ALARCON PORRAS CATALINA**

**ORCID: 0000-0002-9484-8648**

**ASESOR:**

**POMA ANCCASI, SIMON**

**ORCID ID: 0000-0001-6594-8650**

**LIMA - PERÚ**

**2021**

## **2. Equipo de Trabajo**

### **AUTORA**

Alarcon Porras Catalina

ORCID: 0000-0002-9484-8648

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

### **ASESOR**

Poma Anccasi Simon

ORCID: 0000-0001-6594-8650

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

### **JURADO**

LIMO VASQUEZ, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-0167-7481

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma del jurado y asesor

---

LIMO VASQUEZ, Miguel Ángel  
PRESIDENTE

---

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda  
MIEMBRO

---

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo  
MIEMBRO

---

POMA ANCCASI, Simon  
ASESOR

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis estudios. quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas.

A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron. Por el esfuerzo, dedicación, paciencia, por su confianza y por todo lo que me ha dado a lo largo de mi carrera y vida,

Agradezco a los todos docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La autora.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios,  
por haberme dado la vida y permitirme haber  
llegado hasta este momento tan importante de  
mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar más importante y  
por demostrarme siempre su cariño y apoyo  
incondicional sin importar nuestras  
diferencias de opiniones.

A mi padre, a pesar de nuestra distancia física,  
siento que estás conmigo siempre y aunque  
nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé  
que este momento hubiera sido tan especial  
para ti como lo es para mí

A mis compañeras, Tracy y Fresia porque sin  
el equipo que formamos, no habiéramos  
logrado esta meta.

La autora.

## RESUMEN

Las cafeterías presentan descuido en la organización, ya que no se preocupan por trabajar en la asistencia, lo que se refleja en la fidelidad de los consumidores. Es por ello que se realizó la presente investigación, con la intención de determinar el grado de fidelidad de los consumidores y así poder desarrollar más la ayuda prestada por las cafeterías para el fin planteamos como objetivo: Proponer las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo y diseño No experimental – transversal. La población fue de 14 mypes cafeterías, la muestra tomada fue probabilística de tipo censal. Su técnica fue la entrevista y el instrumento un cuestionario con el que un 42, 86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías manifiestan que muy pocas veces se toman medidas para brindar un servicio de calidad, respecto a la Sostenibilidad de los emprendimientos un 42, 86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces. Se concluyo proponiendo las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021. Concluyendo que se identificó los factores relevantes acerca de la calidad de los servicios ya con que con sus componentes podemos determinar las deficiencias, fortalecerlas y asegurar la rentabilidad de las empresas y trascender en el tiempo.

**Palabras Claves:** *Calidad del servicio y sostenibilidad de los emprendimientos.*

## ABSTRACT

The cafeterias present carelessness in the organization, since they are not concerned about working on assistance, which is reflected in the loyalty of consumers. That is why the present investigation was carried out, with the intention of determining the degree of consumer loyalty and thus be able to further develop the assistance provided by the cafeterias for the purpose we propose as objective: To propose improvements in the quality of service as a relevant factor for the sustainability of enterprises in the MYPES of the service sector, category cafeterias in the district of Satipo, Junín 2021. The research methodology was quantitative, descriptive and non-experimental - cross-sectional design. The population consisted of 14 mypes cafeterias, the sample taken was probabilistic of census type. Its technique was the interview and the instrument was a questionnaire with which 42.86% of the representatives of the mypes of the coffee shops stated that very few times measures are taken to provide a quality service, regarding the sustainability of the enterprises, 42.86% of the representatives of the mypes of the coffee shops stated that very few times. We concluded by proposing improvements in the quality of service as a relevant factor for the sustainability of the enterprises in the MYPES of the service sector, coffee shops in the district of Satipo, Junín 2021. In conclusion, it was identified the relevant factors about the quality of services and with its components we can determine the deficiencies, strengthen them and ensure the profitability of enterprises and transcend over time.

**Key words:** *Service quality and sustainability of the enterprises.*

## 6. Contenido

### INDICE

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria .....	iv
5. Resumen y abstract .....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de Figura, tabla y cuadros .....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura .....	6
2.1 Antecedentes.....	6
2.2 Bases teóricas de la investigación .....	21
2.2.1 La calidad del servicio.....	21
2.2.2 Teorías de la calidad del servicio .....	23
2.2.2.1 Dimensiones de La calidad del servicio .....	24
2.2.3 Sostenibilidad de los emprendimientos .....	24
2.2.4 Mypes .....	30
2.2.5 Cafeterías.....	31
III. Hipótesis .....	35
IV. Metodología.....	36
4.1 Diseño de la investigación .....	36
4.2 Población y muestra.....	37



4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	39
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	40
4.5 Plan de análisis .....	41
4.6 Matriz de consistencia .....	42
4.7 Principios éticos .....	43
V. Resultados .....	45
5.1 Resultados .....	45
5.2 Análisis de resultados .....	57
5.2.1 Variable: Calidad del servicio .....	57
5.2.2 Variable: Sostenibilidad de los emprendimientos .....	58
VI. Conclusiones.....	60
Recomendaciones .....	61
Referencias bibliográficas.....	62
Anexos .....	65
Anexo 1: Cronograma de actividades .....	65
Anexo 2: Presupuesto .....	66
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos .....	67
Anexo 4: Consentimiento informado.....	69
Anexo 5: Directorio de mypes .....	70
Anexo 6: Propuesta de mejora .....	71

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de mypes. ....	37
Tabla 2. Baremo de interpretación de variables y dimensiones.....	45
Tabla 3. Tabla de frecuencia de la variable calidad de servicio. ....	45
Tabla 4. Tabla de frecuencia de la dimensión Calidad requerida. ....	47
Tabla 5. Tabla de frecuencia de la dimensión Calidad esperada. ....	48
Tabla 6. Tabla de frecuencia de la dimensión Calidad subyacente. ....	50
Tabla 7. Tabla de frecuencia de la variable sostenibilidad de los emprendimientos. ....	51
Tabla 8. Tabla de frecuencia de la dimensión Económica. ....	53
Tabla 9. Tabla de frecuencia de la dimensión social. ....	54
Tabla 10. Tabla de frecuencia de la dimensión Ambiental.....	55

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Representación gráfica de la variable calidad de servicio.....	46
Figura 2. Representación gráfica de la dimensión Calidad requerida. ....	47
Figura 3. Representación gráfica de la dimensión Calidad esperada.....	49
Figura 4. Representación gráfica de la dimensión Calidad subyacente.....	50
Figura 5. Representación gráfica de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.....	52
Figura 6. Representación gráfica de la dimensión Económica. ....	53
Figura 7. Representación gráfica de la dimensión social.....	55
Figura 8. Representación gráfica de la dimensión Ambiental. ....	56

## **I. Introducción**

En este informe de investigación titulado: La calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021. De esta manera, consideramos la problemática mundial referida por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020), que anunció una condición de crisis global por el episodio de una infección denominada Coronavirus o Covid19, prescribiendo a todas las naciones estar preparadas para el confinamiento y previsión de la propagación de esta infección, que ha detenido los ejercicios estándar de los individuos, y tendrá resultados naturales en el agua, el aire, la biodiversidad, entre otros.

En el mundo, antes de la condición de crisis del COVID 19, se veían cambios acelerados en cuanto a la innovación, el marco y las administraciones que debían impulsar la modernización y el avance a través de las empresas urbanas. Es decir, los emprendimientos, por ejemplo, las cafeterías contenían actividades dirigidas a cumplir con las metas y reconocer los objetivos establecidos en los planes para cumplir con las metas empresariales.

Según Couillaud, Denis (citado por Tafur y Espinola, 2013) dice que la calidad es: un cumplimiento de tales supuestos para los clientes con los determinantes fundamentales de valor en un acuerdo respecto al servicio y con la misión de satisfacer las necesidades del cliente. Esta es la razón por la que la lealtad del consumidor es vital para las organizaciones, tanto depende de las organizaciones para lograr sus destinos dados.

Después de algún tiempo, los clientes son cada vez más exigentes, por lo que las organizaciones deben esforzarse por conseguir la fidelidad de los consumidores. Para que tenga efecto, el cliente debe ser satisfecho, pero además se deben superar las suposiciones.

En el Perú, el presidente Vizcarra informó la revelación de una situación altamente sensible a través del dominio público mediante el Decreto Supremo sobre la presentación de la situación altamente sensible en caso de una circunstancia mayor respecto a la pandemia por el episodio de Covid-19 (D.S. 044-2020-PCM, 2020, art.1).

Esa es la razón, para las organizaciones, de medir la lealtad de los consumidores para saber cómo se están desempeñando en la actualidad, y por lo tanto se evaluará qué tan conforme es nuestra naturaleza de la administración.

Posteriormente, las opiniones de los clientes son significativas como referencia, y es importante tener datos satisfactorios sobre la lealtad de los consumidores. Siendo la situación de las organizaciones en el área de la cafetería, que de vez en cuando se enfrenta a un problema sobre la naturaleza de la ayuda que da.

Investigando la verdad en la ciudad de Satipo, con respecto a las organizaciones de cafetería, descubrimos cafeterías con el tema de esta exploración, que era nuestro objetivo: decidir el grado de calidad de la administración.

Lo anterior refleja un descuido en la organización, ya que no se preocupan por trabajar en la atención, lo que se refleja en la fidelidad de los consumidores. Es por ello que se realizó la presente investigación, con la intención de determinar

el grado de fidelidad de los consumidores y así poder desarrollar más la ayuda prestada por las cafeterías de la zona de Satipo.

Para tal problema planteamos el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021? Para tal problema se propuso el siguiente objetivo: Proponer las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.

Para la justificación de la investigación, se consideró que la presente exploración se defiende adecuadamente teniendo en cuenta las normas de Hernández et al. (2010, pp. 40-41) por lo que depende de la comodidad ya que permite distinguir el grado de calidad de la administración. Además, el significado social, ya que la información adquirida ayudará a todos los residentes o más cada uno de los dirigidos y receptores, en particular los individuos que consideran la administración de surtido de residuos como algún otro. Además, las ramificaciones pragmáticas, ya que los resultados obtenidos deben identificarse con las acciones que pueden emprender las personas que ofrecen el apoyo - explícitamente los responsables de dicha administración- para garantizar la consideración del cliente receptor y de todo el mundo como norma, en particular para los diferentes especialistas que necesitan profundizar en el tema y complementar el avance de la investigación. Además, sugiere el valor hipotético, ya que cumplirá como compromiso dependiente de un manantial de información y fundamento que dinamizará la futura exploración en el campo de la

organización. Por último, la conveniencia metodológica de los factores del cliente en las organizaciones de cafetería, ya que se confía en aportar datos para realizar proyectos y actividades, ya que dará resultados, sugerencias y determinaciones de una realidad.

La metodología adoptada para la investigación fue de tipo aplicada por el caso de percibir el motivo del problema y darle un sentido con el que podemos darlo a conocer y explicar, cuantitativa por el hecho de plantear estrategias de recolección los mismos que se expresarán cuantificablemente, El nivel de investigación fue el descriptivo en que solo nos limitaremos a describir el alcance del problema sin inferir a la variable para generar variantes de la misma y su diseño no experimental porque no aplicaremos estrategias o métodos experimentales para alterar la percepción de la variable y transversal por trabajarse en un determinado corte en el tiempo. La población para la investigación fueron los establecimientos debidamente formalizados del rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021 siendo 14 empresas, la muestra que tomaremos para la investigación fue probabilística por conveniencia de tipo censal en que consideramos trabajar con el total de la población propuesta. La técnica para la investigación fue la encuesta con el que tomaremos lo necesario para determinar los objetivos de la investigación, el instrumento fue el cuestionario con el que recolectaremos los datos cuantificables y se medirán a través de una escala de Likert y. Los principios éticos se aplicarán de acuerdo a lo normado por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote que garantiza una ejecución respetando y beneficiando a los involucrados.

En los resultados de la Calidad del servicio el cual se codifico de acuerdo a la escala de puntuación, observando aun 42, 86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces se toman medidas para brindar un servicio de calidad, respecto a la Sostenibilidad de los emprendimientos el cual se codifico de acuerdo a la escala de puntuación, observando a un 42, 86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces. En los resultados de la Sostenibilidad de los emprendimientos el cual se codifico de acuerdo a la escala de puntuación, observando a un 42, 86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces (Figura 5) aplican estrategias de sostenibilidad en sus emprendimientos, un 35,71% de ellos afirman que algunas veces, un 14,29% afirma que casi siempre y solo un 7,14% de representantes manifiesta que nunca las cafeterías se preocupan por la sostenibilidad en sus empresas.

Se concluyo proponiendo las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021. Concluyendo que se identificó los factores relevantes acerca de la calidad de los servicios ya con que con sus componentes podemos determinar las deficiencias, fortalecerlas y asegurar la rentabilidad de las empresas y trascender en el tiempo.



## II. Revisión de literatura

### 2.1 Antecedentes

Internacionales:

Tinitana, Gallardo, Mora & Cueva (2019). En su tesis publicada de título *La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja–Ecuador*. Tuvo como objetivo analizar la relación entre el entorno comercial con la calidad de los servicios de atención al cliente en el mercado farmacéutico de la ciudad de Loja. En la variable calidad de los servicios, se midieron las percepciones del personal administrativo y del personal del servicio de atención al cliente, sobre tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La metodología fue cuantitativa, descriptiva y correlacional. El cuestionario se aplicó a una población de 204 personas que laboran en las farmacias, de las cuales 68 fueron directivos y 136 consistieron en el personal de servicio de atención al cliente. Al tratarse de los aspectos relacionados a la calidad del servicio, los promedios cercanos a los 3 puntos dejan en evidencia generalmente que los clientes tienen una percepción favorable de los elementos tangibles de la fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía del servicio. En la relación entre la gestión de las condiciones generales del entorno y la calidad del servicio de atención al cliente, los que califican como buena o muy buena a la calidad del servicio, son también los que consideran que las condiciones del entorno son buenas o muy buenas, de acuerdo a sus resultados fueron que el 57.4% resultó buena respecto a la gestión de las condiciones generales y 68.8% buena respecto a la calidad del servicio. Por consiguiente, concluyó que

las condiciones generales del entorno se relacionan de manera significativa (Sig.<0.05) con la calidad del servicio que brinda el mercado farmacéutico de la ciudad de Loja

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

correspondientes al área resultaran satisfactorias y permitió el desarrollo óptimo de sus procesos, concluyó con la identificación de las brechas para la mejora de la prestación de los servicios afine

Rivera (2019). En su tesis publicada de título *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador de la ciudad de Guayaquil, su metodología fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y diseño correlacional, el cuestionario científico modelo SERVQUAL a fin de conocer las percepciones y expectativas de los clientes exportadores con respecto al servicio ofrecido por la empresa. La investigación se desarrolló de forma cuantitativa, aplicando el modelo SERVQUAL enfocado en el GAP 5, el cual corresponde a la diferencia entre la Percepción de la calidad en el servicio menos las Expectativas del mismo, para ello se utilizó el método descriptivo, cuantitativo y deductivo. Se consideró como instrumento la encuesta, la cual fue aplicada a una muestra de 180 clientes exportadores, para llegar a los resultados se utilizó el Software estadístico SPSS y la tabulación de las encuestas se realizó mediante el software Microsoft Office. Su resultado arrojó una investigación que estuvieron muy marcados hacia la tendencia de que la percepción de la calidad del servicio ofertada por Greenandes Ecuador es inferior a las expectativas que tienen los clientes del mismo. Sus resultados más relevantes se dan en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta donde presentan brechas negativas muy altas, las cuales deben ser minimizadas, Concluyó que para llegar a eso se debe mejorar los procesos y dar responsabilidades a cada área

que tiene contacto con el cliente, establecer estrategias de servicio enfocadas a los clientes exportadores.

Cevallos (2021). En su tesis publicada de título *Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Su metodología de la investigación se compuso de un diseño no experimental, de corte transversal, método deductivo con enfoque cuantitativo, cuya técnica fue la encuesta del modelo SERVQUAL. El alcance del trabajo fue descriptivo-correlacional, con una investigación realizada a una muestra de 384 personas que representan a una población de 290 000 clientes atendidos durante el año 2019 en las tres cafeterías objeto de estudio. Sus dimensiones con mayores problemas fueron elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía. De forma general, se identificó insatisfacción en el servicio. La propuesta se centró en la mejora del servicio al cliente, creación de un manual de funciones, plan de capacitación y acciones para mejorar los elementos tangibles. Concluyó que la calidad del servicio que brindan las tres cafeterías analizadas del aeropuerto José Joaquín de Olmedo incide positivamente en la satisfacción de los consumidores, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.928.

Nacionales:

Pérez (2017). En su tesis publicada de título *Gestión de calidad en el servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. Su investigación se desarrolló utilizando un diseño de investigación No experimental, transversal y descriptiva; recurriendo a información recogida de los propietarios, representantes legales y agentes administrativos de las Mypes, a través de un cuestionario estructurado con 23 preguntas cerradas aplicando la técnica de la encuesta a una población muestral de 10 Micro y pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los propietarios, representantes legales y agentes administrativos: El 60.0 % son propietarios, el 80.0 % tienen de 1 a 5 años ocupando el cargo, el 60.0 % tienen de 18 a 30 años de edad y el 60.0 % tienen un grado de educación de nivel No universitario. Respecto a las Micro y Pequeñas Empresas: El 70.0 % tienen de 4 a 5 años de tiempo en el mercado, el 70.0 % tienen de 1 a 3 trabajadores, el 80.0 % tienen a trabajadores eventuales, y el 90.0 % son empresas en crecimiento. Respecto a la Gestión de Calidad de Servicio al Cliente: El 80.0 % de la población encuestada aseguran que conocen el termino gestión de calidad. El 90.0 % consideran que la gestión de calidad genera una mejora continua de la empresa, el 80.0 % se basa en todos los procesos para tener una buena gestión de calidad, el 50.0 % de la

población encuestada realizan sus actividades de manera planificada, el 90.0 % capacitan y el 40.0 % considera que contribuye con la economía del distrito mediante la promoción del producto, generando empleo y mediante la compra-venta.

Montalvo, Estrada & Mamani (2020). En su tesis publicada de título *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado*. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el área de traumatología del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. Su metodología de investigación fue cuantitativa, el diseño fue no experimental y el nivel correlacional. La población de estudio fue conformada por los usuarios que se atienden en el área de traumatología y la muestra fue constituida por 152 usuarios, cantidad que fue obtenida mediante un muestreo probabilístico. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el Cuestionario de Calidad de Servicio y el Cuestionario de Satisfacción del Usuario. Sus resultados hallados indican que el 65,1% de usuarios indican que la calidad del servicio que reciben es regular, el 45,4% de usuarios se encuentran parcialmente satisfechos y se halló estadísticamente que existe una correlación moderada, directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. El coeficiente de correlación rho de Spearman es de 0,590 con un p-valor inferior al nivel de significancia ( $p=0,000<0,05$ ). Concluyó que mientras exista una mejor calidad de servicio, los usuarios se sentirán más satisfechos.

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

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

se brindó una calificación final del sector, que para fines aplicativos sirve de diagnóstico general, Concluyó que la calidad de los servicios en el rubro cines es de nivel intermedio pudiendo mejorarse con estrategias de calidad del servicio.

Las investigaciones que nos precedieron respaldan el presente estudio siendo por el caso de Alvarado (2020). En su tesis *Calidad de servicio y satisfacción del usuario por el Servicio de Gestión Ambiental de Trujillo en estado de emergencia sanitaria*. tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción por el Servicio de Gestión Ambiental de Trujillo en estado de emergencia sanitaria. Su metodología de investigación fue de diseño no experimental de corte transversal, con una población de 314,939 usuarios de la entidad de servicio de gestión ambiental del distrito de Trujillo y una muestra de 384 usuarios. Para medir las variables se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento, cuestionario que constó de 16 ítems, cuyas respuestas se basan en la escala de valoración de Likert. Posteriormente se procesaron los datos obtenidos utilizando la hoja de cálculo de Microsoft Excel y el IBM SPSS Statistics v25 para determinar el coeficiente de alfa de Cronbach y la Rho Spearman. Concluyó que existe una relación directa entre las variables de estudio, su resultando fue con un coeficiente de correlación de 0.500 y un nivel de significancia de 0.000, lo cual significa que la calidad de servicio y la satisfacción del usuario tienen una relación positiva moderada en estado de emergencia sanitaria.

Nanfuñay (2019). En su tesis *Modelo de orientación basado en la calidad del servicio para incrementar el nivel de satisfacción del cliente en la*



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

Santillan (2021) En su tesis publicada de título *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021.* Tuvo como objetivo proponer la atención al cliente como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huánuco,2021. Su metodología fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal. Obtuvo los siguientes resultados: las características de los representantes de las Mypes, el 80% están entre 31 a 50 años, el 70% son mujeres, 80% tienen grado de instrucción de superior no

universitario y 60% son dueños. Acerca de las características de las Mypes, el 70% tienen entre 0 a 3 años funcionando, el 100% cuentan con 1 a 5 empleados, el 70% no tiene vínculo familiar, 80% ha constituido para generar ganancia, el 90% son constituidas como persona natural. la variable atención al cliente, elementos tangibles, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión capacidad de respuesta, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión empatía, la mayoría de las Mypes está de acuerdo el cual se puede mejorar, la variable sostenibilidad de los emprendimientos, dimensión valor ambiental, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión económica, las Mypes está de acuerdo, dimensión valor social, las Mypes está totalmente de acuerdo. Concluyó que se identificó los factores relevantes de la atención al cliente y sostenibilidad de emprendimientos ya que se pudo observar que en algunas Mypes no se está aplicando la importancia de sostenibilidad.

Moreno (2019) En su tesis publicada de título *Propuesta de mejora de marketing digital para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para niños entre las edades de 1 año a los 7 años, de la cuadra 2 a la 10 de la avenida Micaela Bastidas, en el distrito de Comas, 2019*. Tuvo como objetivo proponer una mejora de Marketing Digital para la Sostenibilidad de los emprendimientos de Micro y pequeñas empresas en el sector comercio – rubro venta de ropa para niños entre las edades de 1 a 7 años, Avenida Micaela Bastidas Cdra. 2 a la 10, Distrito de Comas, año 2019. Su Metodología fue de tipo cualitativo – cuantitativo, escala descriptivo correlacional diseño no experimental –

transversal, ejecutó. El espacio muestral estuvo constituido por 15 microempresas, considerando el 100% de la población. Los datos obtenidos fueron de la aplicación del cuestionario con 15 preguntas, usando el método de encuesta, arrojaron como resultado: Marketing Digital: Persona: 53% ha implementado en sus procesos el Marketing Digital, asimismo son del género femenino. Los Procesos: 33% de los empresarios ya tiene implementado los programas digitales. La Tecnología: 80% implemento el Marketing Digital en sus procesos como parte de las mejoras continuas para su negocio. Sostenibilidad del Emprendimiento: Económico: 67% tiene como respaldo la tecnología digital porque esta como parte de sus procesos. Social: 73% se ha visto con la necesidad de implementar los procesos de BIOSEGURIDAD. Ambiental: 67% para reiniciar su negocio tuvo que implementar accesorios de las ideas ecológicas. Concluyó que el 80% ha implementado dentro de sus procesos el Marketing Digital para tener una mejora continua y llegar a más clientes, el 73% considera indispensable en tener su negocio online para tener una sostenibilidad del Emprendimiento con la tecnología y las redes sociales.

Guarniz & Pretell (2018). En su tesis publicada de título *Factores determinantes del emprendimiento sostenible de los habitantes de la generación Y y X, Simbal, La Libertad-2018*. Tuvo como objetivo determinar los criterios que hacen que un emprendimiento se mantenga en el tiempo superando los diez años de actividad que es lo necesario para ser considerada como sostenible. Su metodología de investigación fu de tipo descriptiva con un diseño no experimental y de corte trasversal; la población se conformó por un total de 27 emprendimientos sostenibles de los cuales 5 fueron de la generación

Y, y 22 pertenecientes a la generación X, seleccionando a dicha población con un muestreo por conveniencia debido a que los factores de inclusión fueron que cuenten con la antigüedad requerida y además sean formales ante SUNAT. La investigación consta de dos dimensiones los cuales están divididos en factores internos y externos de un emprendimiento. Para esta investigación se aplicó una encuesta de escala estructural ya que fue la que mejor se acomodó a los fines de la investigación y que consta de 30 preguntas. Concluyó que los factores determinantes para un emprendimiento sostenible tanto en la generación Y como X son los factores internos debido a que son los más manejables por el emprendedor y que dependen tanto de su motivación por la cual emprendieron, así como también la preparación y la experiencia que puedan tener para poder llevar adelante su empresa.

Locales:

Paez (2019). En su tesis publicada de título *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollería del distrito de Satipo 2019*. Tuvo como objetivo determinar en qué medida la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. Siendo su hipótesis planteada: La calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. Su metodología de investigación fue de tipo correlacional, el método empleado fue: El método general científico. La población estuvo constituida por 30 clientes del establecimiento pollería FREDD CHICKEN del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del

Excel y software estadístico SPSS V.24 pudiendo de esta manera determinar con el análisis del coeficiente r de Pearson, el cual obtuvo como resultado el coeficiente  $r=0,870$  que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva perfecta, pudiendo de esta manera. Concluyó que la entidad logro satisfacer al cliente a través de la buena gestión de la calidad de servicio que se brinda al cliente en un 75,69%.

Campos (2019). En su tesis publicada de título *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital de apoyo “Manuel Ángel Higa Arakaki”-Satipo, 2017*. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Hospital de Apoyo Manuel Ángel Higa Arakaki – Satipo, 2017. Su metodología fue el enfoque cuantitativo, el método utilizado fue el hipotético deductivo y el método científico siendo el tipo y nivel de investigación descriptiva con diseño correlacional, el tamaño de población utilizado fue de 140381 y una muestra de 382 usuarios, el instrumento utilizado fue la escala de Likert de nivel ordinal y los instrumentos se validaron a través de expertos y finalmente se ha recategorizado o transformado con el programa Spss25. Concluyó que existe correlación significativa, muy buena correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Hospital de Apoyo Manuel Ángel Higa Arakaki – Satipo, 2017 con  $\rho(\text{rho})= 0.800$  ,  $\alpha=0.05$  y  $t_{\text{calculada}}=25.99$ ; siendo el 49.7% Buena y el 28.0% Mala.

Tupayachi (2021). En su tesis publicada de título *Calidad de servicio y satisfacción de las usuarias víctimas de violencia familiar y sexual del Centro*

*Emergencia Mujer Satipo 2019*. Tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción de las usuarias víctimas de violencia familiar y sexual del Centro Emergencia Mujer de Satipo en el periodo 2019. Su metodología fue básica de diseño no experimental, descriptivo correlacional. La población fue de 101 usuarias y la muestra fue de 81 participantes, derivado por un muestreo circunstancial. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, mediante la aplicación de los instrumentos, el cuestionario de calidad de servicio y el cuestionario de satisfacción de la usuaria, ambos de elaboración propia destinados a medir las variables en cuestión. Su resultado indica que el 51.85% de participantes considera que hay una buena calidad de servicio y el 44.44% se siente muy satisfecha en la atención recibida en el CEM Satipo. Concluyó que, si existe una relación estadísticamente significativa, directa y moderada entre las variables, con valor de Rho de Spearman = 0.572 y  $t_c$  calculada es mayor que la  $t_t$  teórica ( $6.204 > 2,02$ ) por lo que, se aceptó la hipótesis alterna ( $H_a$ ).

Roncal (2020). En su tesis publicada de título *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro Fial SRL Satipo, 2020*. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro Fial S.R.L Satipo, 2020. Su metodología fue de tipo correlacional, nivel cuantitativo y diseño no experimental correlacional. La población estuvo compuesta por 30 clientes las mismas que conforman la muestra censal, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario de escala de Likert como instrumento. En consecuencia, de lo aplicado se encontró

sus resultados respecto a la Calidad de servicios que se sitúan un 93,33% de clientes que manifiestan que algunas veces la empresa aplica acciones de mejora en la atención al cliente buscando la excelencia y la satisfacción de sus consumidores. Del mismo modo respecto a la Satisfacción del cliente podemos observar un 93,33% de clientes que afirma la empresa casi siempre aplica acciones para satisfacer al cliente a través del servicio y el producto que ofrece asegurándose del rendimiento, calidad y cumplir las expectativas. Concluyó que se pudo determinar de acuerdo al coeficiente hallado de  $r=0,807$  que cuantificó la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente concluyendo que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta representadas en un 65,12%.

Saez & Aguirre (2019). En su tesis publicada de título *Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017*. Tuvo como objetivo determinar las características de la calidad del servicio eléctrico que permite lograr que los clientes de Electrocentro perciban un servicio positivo en la localidad de Satipo. Su metodología fue el general utilizó el método científico, su tipo de investigación fue básica, de nivel descriptiva y diseño de investigación descriptivo simple; la población de estudio centrado en los clientes activos y usuarios de la empresa Electrocentro de la localidad de Satipo; que reciben el servicio eléctrico en condiciones de Calidad, tal como establece la Norma Técnica de Calidad del Servicio Eléctrico (en adelante NTCSE); para lograr la satisfacción de los clientes. En el estudio se aplicó un diseño descriptivo, específicamente el diseño transeccional descriptivo; que tiene como objetivo conocer y comprender como se manifiesta

una o más variables a través de su medición. El proceso establece medir el objeto de estudio a través de las variables y obtener su descripción. Se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta a la muestra determinada. Concluyó que los resultados de investigación, que las medidas obtenidas al describir las características de la calidad del servicio eléctrico cumplen con las tolerancias de la Norma, permitiendo una positiva percepción de los usuarios satisfechos de la empresa Electrocentro de la ciudad de Satipo; ya que el grado de la satisfacción obtuvo un valor elevado considerando los aspectos de calidad evaluados en el suministro de energía eléctrica, el servicio de alumbrado público, servicio comercial y atención eficiente al cliente.

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1 La calidad del servicio**

#### **Definición:**

La administración es una interacción en la que los clientes diseccionan la responsabilidad social de una organización ante el comprador, estimando las actividades y perspectivas que se realizan (Parra, 1996, p. 19).

Además, la calidad es la reunión de peculiaridades y presencia de una ayuda o artículo que se identifican con su capacidad para el cumplimiento de las necesidades comunicadas por los clientes (Vertice, 2008, p. 1).

De la misma manera, en los años antiguos se decía que la calidad tenía que ver sólo con el movimiento de revisión, por ejemplo, en el momento en que se fabricaba el artículo, éste debía ser revisado y estimado para garantizar que era realmente muy fabricado o dado (Alcalde, 2009, p. 2).



Por otra parte, la naturaleza de la administración como el nivel de impecabilidad que una asociación se ha trazado como objetivo para la satisfacción de los clientes que son fundamentales para medir el cumplimiento de dicha calidad (Vértice, 2008, p. 1).

Asimismo, la calidad de la administración es básicamente inseparable de la calidad vista, ya que es un juicio individual que se identifica con la ejecución aparente, creando supuestos (Larrea, 1991, p. 150).

Además, se dirá que las asociaciones que, a diferencia de sus rivales, han dado un gran paso en la percepción y fiabilidad del cliente con una administración de primera categoría (Setó, 2004, p. 7).

Además, las claves para mantener la calidad y la excelencia al ofrecer una asistencia, la palabra calidad es un antónimo de extravagancia, y no es llegar a un nivel más alto directamente de un artículo, sin embargo, es tener la opción de lograr un nivel de impecabilidad al cumplir con el interés o las necesidades de una reunión de clientes elegidos de antemano. También, la congruencia alude a mantener un nivel de impecabilidad en todo el lugar y de forma consistente, concluyendo que el problema de una calidad asegurada es diverso en cada una de las administraciones dadas, por ejemplo, es extremadamente alucinante de lograr (Vertex, 2008, p. 2).

Esencialmente, la forma de la calidad de la administración y nota que el Control de Calidad alude a la forma en que, cuando se aplican las estrategias de administración de la innovación actual, es el significado de control que se da en la metodología de auto reparación y auto guía conveniente para la afirmación de grados específicos de calidad de la administración. También, la

mejora de la calidad es una idea no terminal, que puede ser fijada en un nivel ideal como un objetivo que debe ser cumplido, por ejemplo, desarrollar más la calidad es una progresión de ejercicios que no tienen cierre. Por último, la calidad completa se caracteriza de vez en cuando como una conducta fundamental y erudita que espera sacar energías autorizadas que busquen niveles ideales de reacción a esa carga de necesidades de los clientes (Larrea, 1991).

Tampoco es menos afortunado y engañoso que el pensamiento de que las ideas, pensamientos y prácticas de calidad pueden ser trasladadas coercitivamente de la planta de procesamiento a las tareas de una asociación de asistencia, además de que el creador muestra que además de que el servicio es calidad única en relación con la calidad del artículo, sin embargo, la calidad de la ayuda es genuina, discernible y reconocible (Rosander, 1992, p. 6).

### **2.2.2 Teorías de la calidad del servicio**

Asimismo, la calidad se compone de un conjunto de características que son normales para un individuo, por ejemplo, es el juicio que retrata las características de un componente, y podría ser una idea avanzada pero el hombre ha necesitado durante mucho tiempo trabajar en sí mismo (Nava, 2005).

Asimismo, la calidad incluye a todo el mundo, y la organización debe esforzarse por lograr una calidad superior desde la forma del plan hasta las administraciones o las ofertas. Además, debe lograr una calidad de ejecución entre los trabajadores (Ishikawa, 2003, p. 107).

Del mismo modo, la calidad de la administración se conceptualiza como la variedad que existe entre los supuestos del cliente y las necesidades vistas en la asistencia obtenida (Pérez, 1994, p. 94).

#### **2.2.2.1 Dimensiones de La calidad del servicio**

Por ello, Pérez alude a los elementos que acompañan a la calidad de la administración:

Cumplimiento correspondiente a las necesidades del cliente, existen 3 tipos de valor, según los indicadores que el cliente requiere cumplir cada uno de ellos:

- a) La calidad necesaria: Viene a ser el nivel que necesitan para cumplir cada una de las particularidades de cada uno de los atributos predefinidos de la ayuda (Pérez, 1994, p. 94).
- b) La calidad normal: Alude al cumplimiento que los clientes tienen sobre los puntos de vista no comprendidos o indicados (Pérez, 1994, p. 94).
- c) La cualidad subyacente: Alude al cumplimiento que los clientes tienen sobre los puntos de vista que no se expresan (Pérez, 1994, p. 94).

#### **2.2.3 Sostenibilidad de los emprendimientos**

##### **Definición:**

Como indica Artaraz (2002) el término mejora económica apareció inicialmente de forma autorizada en 1987 en el Informe Brundtland

(Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de 1987) sobre el eventual destino del mundo y la conexión entre el clima y el avance, la sostenibilidad se percibe como aquella que aborda los problemas presentes sin comprometer la capacidad de las personas en el futuro para abordar sus propios problemas.

**Concepto:**

La idea de avance sostenible es totalmente diferente a la de sostenibilidad, ya que esta palabra alude a un cambio constante. Lo que debe hacerse soportable es y debe ser el curso del progreso de la condición humana, un ciclo que en realidad no envuelve el desarrollo interminable de la utilización de la energía y los bienes normales (Gallopín, 1989).

Por otra parte, como indican Bergh y Jeroen (1996), la idea de la mejora gestionable ha recomendado la posibilidad de una unión entre el giro financiero y la protección del clima. Del mismo modo, Brook (1992) afirma que el avance factible no puede existir como una condición de armonía estática. Como indica Bojo (1990), la mejora factible comprende la realización de la gestionabilidad, siendo todo igual: recursos humanos, capital real, activos naturales, activos modestos. Además, para Carpenter (1991) la mejora práctica comprende el apoyo a los activos normales.

Así, la innovación y el avance deben existir en las asociaciones, esto hará que la mejora mantenible sea más poderosa.

El desajuste entre lo que es la mantenibilidad o el avance sostenible con la mantenibilidad son desajustes semánticos. El avance es un término que implica un ciclo vital y dinámico, una interacción hipotética sin espacio fugaz. El desarrollo financiero, el aumento de las expectativas de confort cotidiano y la industrialización son avances. De este modo, para tener capacidad de mantenimiento se requeriría una decente capacidad financiera, lógica e innovadora para dominar los problemas que presenta la creación (Gligo, 2006, p. 12).

Para Mason y Brown (2014) el emprendimiento empresarial en diferentes campos alude a un conjunto de animadores como las asociaciones públicas y privadas. Éstas se asocian oficial y casualmente para relacionarse entre sí en un clima de vecindad del emprendimiento empresarial, fomentando así económicamente la realización de nuevos emprendimientos.

### **Dimensiones de sostenibilidad:**

**Sostenibilidad ambiental:** Según Gallopin (2003), esta manejabilidad avanza hacia una fortaleza ambiental más fundamentalista con la tierra y todo tipo de vida dentro de ella. Para algunos, es inadecuado buscar la gestionabilidad natural disminuyendo el interés por las perspectivas amistosas y monetarias. En el nivel socio-natural hay propiedades significativas, por ejemplo, la accesibilidad de los recursos, la versatilidad y la adaptabilidad, la homeostasis y la capacidad de

respuesta que es la marca socio-biológica incluso con el cambio (fortalecimiento e independencia).

Como indica Becerra (2020), estos enfoques pueden tener ramificaciones negativas o positivas para el clima. Estando atentos a que la interacción entregada por las organizaciones durante su actividad crea un efecto ecológico, en conjunto, éstas deben aclimatarse a las estrategias establecidas para servir al clima.

**Sostenibilidad social:** La sostenibilidad también incluye la obligación social. Por lo tanto, incluye la investigación de la exposición de las organizaciones en la medida de sus tres mediciones, resolviendo las cuestiones sociales y ecológicas, sin ignorar los resultados monetarios que garantizan la practicidad y la perdurabilidad de la organización, lo que se conoce como el pretendido Triple Bottom Line (Elkington, 1997).

Según Gligo (2006) lo político en un marco social alude a la solidaridad del marco social, a la amalgama social, a la multiplicación de las relaciones sociales centrales. Lo político es lo que atasca o aniquila la solidaridad. (p.24)

Como indican los planteamientos propuestos, se reconocen actividades que serán la razón central para sostener los acuerdos. Es más, se entienden cuando son elecciones tomadas por diversos espacios de ordenamiento público o del área útil que impactan y cambian el clima. Reconocer los requisitos internos y externos, para elegir y enmarcar las asociaciones que progresan hacia un modo de vida superior del público en general o del clima donde se establece la organización. Lograr la

creación de posiciones basadas en negocios que ocasionalmente no hacen realmente una administración legítima.

El bienestar colectivo es aquel bienestar que arropa toda una población en comunidad, es en esta situación donde el bienestar colectivo solamente debe beneficiar al grupo y no a un solo individuo. Según la Asociación Española de la Ciencia, ha quedado corroborado que desde Schultz (1961), los desarrollos de Becker(1964), Spence(1973) y las ultimas aproximaciones del World Economic Fórum(2016) el capital humano dentro de una organización es de total relevancia. (Aecr.org, 2021).

Además, para el conjunto de la sociedad los niveles sustancialmente grandes de formación a escala agregada se asocian positivamente con mayores opciones de elección, eficiencia asignativa y bienestar colectivo, que es muy importante para la sostenibilidad social dentro de la empresa. (Aecr.org, 2021) Según Gligo la responsabilidad social es fundamental ya que corresponde a la participación colectiva, lo que sería contradictorio con la segregación del campo de control racional-técnico. (Gligo, 2006, p.91)

Es trascendente hacer participar a las sociedades y al cuerpo de colaboradores o partícipes internos de la organización para el logro de la sostenibilidad empresarial social, por tanto, se debe discutir, capacitar y analizar junto a la población los aspectos para el bien sostenible y colectivo, generando empleos para los pobladores y brindando un bienestar colectivo dentro de la empresa.

**Sostenibilidad económica:** Visto desde el punto empresarial, las instituciones tienen poco a poco mayor influencia cambiando las leyes del mercado por los valores democráticos, sin embargo, mencionara que este poder que consiguieron debe ser asumido con responsabilidad.

La sostenibilidad económica hace que las empresas sobrevivan a largo plazo si estas son económicamente viables sin dejar de considerar lo medioambiental y la responsabilidad social deberá estar ligado a convivir con una sociedad y el medio que la rodea.

Según Allen, Lyons y Tavares (2017) el desarrollo de nuevas tecnologías puede suponer una transformación fundamental en el sector financiero, al que la gestión del riesgo climático no es ajena; en este sentido, las tecnologías nuevas modifican los eslabones de la cadena de valor del sector financiero y, en todos ellos, surgen oportunidades donde los criterios de sostenibilidad económica desempeñan un importante fundamental.

El sector financiero está introduciendo la variable sostenibilidad en la toma de decisiones con el objetivo de lograr un balance favorable a mediano y largo plazo. Se analizan innovaciones financieras que surgen en el camino hacia la sostenibilidad como la aparición de nuevos proveedores, creación de novedosos productos con criterios de sostenibilidad, adaptación de políticas de gestión financiera y la integración de tecnología y cambio climático.



#### 2.2.4 Mypes

**Definición:**

Tal como lo indica el artículo 2 de la Ley 28015, la Micro y Pequeña Empresa es la unidad monetaria conformada por una marca o persona natural genuina, bajo una afiliación u organización con jefes, ponderada en la institución en el poder, cuyo plan es realizar actividades de extracción, cambio, creación, comercialización de artículos o porte de administraciones.

**Importancia:**

Los pequeños emprendimientos en el Perú son una pieza importante del motor de nuestra economía. A nivel público, las MYPES utilizan el 80% de la población con poder monetario y realizan alrededor del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). No hay duda de que las MYPES dispersan algunas piezas críticas de la economía de nuestro país, entre las más enormes está su obligación con el tiempo pionero, que independientemente de las realidades que demuestran que en varios eventos no entregan trabajo en condiciones aceptables de realización individual, lógicamente se suman a disminuir la alta tasa de desempleo que soporta nuestro país.

### **2.2.5 Cafeterías**

#### **Historia:**

De acuerdo a Kalmanovitz & López (2007). Manifiestan que el café fue introducido por inmigrantes franceses en América Central a principios del siglo XVIII, pero luego los holandeses extendieron su cultivo hacia América del Sur. El cultivo de café permitió una ampliación de la frontera agrícola en varios países americanos y fue un factor determinante para el crecimiento de la población en terrenos que antes tenían escaso valor. Hacia fines del siglo XIX, la producción de café en el Perú estaba dedicada al consumo local con un bajo porcentaje del grano que se exportaba a Chile.

#### **Inicio de la producción en el Perú:**

Las principales zonas de producción estuvieron ubicadas en la selva alta semitropical, en áreas correspondientes a Moyobamba, Jaén, Huánuco y Cusco.

Según el votante (2010). Cuenta que en Chanchamayo, un valle maduro en el centro de la nación colonizado en su momento por franceses, alemanes, ingleses e italianos, el espresso comenzó a desarrollarse en relación con diferentes rubros, por ejemplo, el azúcar en rama, la coca, el tabaco y el cacao. No fue hasta 1850 cuando la zona adquirió una cadencia consistente de creación de espresso, cuya difusión corrió a cargo de los ministros jesuitas y llegó a sus niveles más elevados a partir de 1880. El ascenso de los costos mundiales hacia 1887

transformó al Perú de manera interesante en un exportador de café expreso, siendo sus principales sectores comerciales Chile, Inglaterra y Alemania.

**Estas realidades influyeron en su sustentabilidad:**

Por lo tanto, la aparente caída de los costos como resultado de la desaceleración algo reciente del siglo XIX, desencadenó el fiasco de la economía del país que fue más intenso a partir de 1902 y recién se recuperó en 1910. Por esa época y al mismo tiempo con la mejora de los costes globales del espreso, estos se mantuvieron altos y estables hasta 1920, periodo que coincidió con la alta creación de mansiones del espreso. En la década de 1930 simplemente el valle de Chanchamayo se combinó como una zona de desarrollo del espreso con oficinas que tenían en cuenta la preparación de mayores cantidades de granos, asegurando una calidad uniforme. Mientras tanto, organizaciones enmarcadas por el capital inglés reunían y comercializaban la creación de espreso del valle del río Perene, que incluía Chanchamayo, Tarma y La Merced.

**Estrategia de creación:**

Según Alegría y Carrasco (2014). El enfoque fue crear un gran espreso como garantía de costos excesivos. Durante el período de 1950 a 1960, el desarrollo del espreso se combinó debido a los esfuerzos conjuntos de las organizaciones de entrega y envío que lograron

notoriedad mundial. El cambio agrario anunciado por el gobierno táctico en 1968 influyó increíblemente en el avance de la agricultura peruana y fue un componente decisivo para la presencia de pequeños cultivadores de espresso que actualmente establecen el peso de los fabricantes de espresso en el país.

### **Café en Satipo:**

El café es una de las brillantes herencias que adquirimos de nuestros padres que establecieron Satipo, transformándolo en un territorio de desarrollo del café inigualable, percibido ampliamente como uno de los fundamentales por su volumen y calidad.

En cualquier caso, en los últimos años hemos sufrido la plaga llamada roya amarilla, que ha aplastado grandes expansiones de fincas de café, influyendo financieramente en las familias desarrolladoras de café y en toda la población, mostrando de hecho su colosal compromiso con la economía de Satipo.

A pesar de este estancamiento, se está sobreviviendo a las enfermedades de este valioso grano y los fabricantes están manejando sus artículos para tener la opción de vender subordinados de una manera similar la motivación detrás de la expansión de los distritos en la localidad.

### **Cafeterías:**

Una cafetería es una fundación de cocina donde se sirven bocados y cenas, en su mayor parte platos unidos, sin embargo, no menús o cartas. Una cafetería comparte algunos atributos con un bar y otros con un restaurante. La mayor parte de las veces es descrita por la administración del bar, y los resultados potenciales de devorar comida son esenciales. La asistencia es rápida.

En ciertos países, una cafetería es un restaurante que no ofrece administración de servidores, y donde los clientes utilizan un plato para ir a una barra de menú y elegir sus platos, y después se dirigen al dependiente para pagar, principalmente en centros comerciales, entornos laborales y escuelas.

En la localidad de Satipo, una cafetería ofrece mayoritariamente bebidas calientes o frías obtenidas a partir de café expreso. El principio se centra en el café expreso, el té o el chocolate con leche. Las diferentes opciones pueden cambiar entre pan, sándwiches y pasteles que complementan su intercambio.

Las cafeterías son normales en los lugares donde hay tráfico de personas con poco tiempo para comer; por ejemplo, en los entornos de trabajo cercanos, en las escuelas, en los parques deportivos.

### **III. Hipótesis**

En la presente investigación no se formuló hipótesis porque la exploración no está orientada a la comprobación solo a describir los fenómenos que se encuentren.

Al respecto Pájaro (2002). Manifiesta que los estudios descriptivos (simples o mixtos) tienen como objetivo genérico acumular datos para describir fenómenos aún poco conocidos, pero no pretenden explicarlos o verificar las posibles causas subyacentes; no obstante, el análisis exhaustivo de la distribución de variables puede sugerir o generar determinadas hipótesis que podrán ser analizadas con otros diseños, Por lo tanto, la investigación descriptiva no presenta hipótesis.

## **IV. Metodología**

### **4.1 Diseño de la investigación**

La investigación fue de tipo cuantitativa por el hecho de plantear estrategias de recolección de datos cuantificables con los que se decidieron los objetivos.

Según el autor Galeano (2020) menciona que la investigación cuantitativa es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos. Se forma a partir de un enfoque deductivo en el que se hace hincapié en la comprobación de la teoría, moldeada por filosofías empiristas y positivistas.

La investigación fue de nivel descriptivo por el hecho de solo describir el problema de forma superficial para llegar a cuantificarlas y tomar una idea del alcance del problema.

Según Hernández et al (2010) manifiesta es cuando se estudiarán las variables de estudios sin la necesidad de estimularlas o manipularlas, de manera que solo se describirán en el estado en el que se encuentran.

En la investigación se usó el diseño no experimental porque no implementaremos pruebas experimentales o modelos administrativos y de corte transversal porque se trabajará la investigación en un determinado corte en el tiempo.

Al respecto la teoría de Hernández et al (2010) menciona que debido a que se recogió información que se fundamenta en los comportamientos observados para luego analizar su significado.

Donis (2013) manifiesta que el diseño de estudios transversales se define como el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características o enfermedades (variables), en un momento dado.

Su esquema es el siguiente:



M : Mypes del rubro cafeterías

O : Observaciones de la variable calidad de servicio

## 4.2 Población y muestra

### a. Población:

Ríos (2017) menciona que: “Es la totalidad de personas, elemento u objetos, necesario para que se pueda llevar a cabo la investigación” (p. 88).

El universo poblacional para nuestra investigación fue de 14 cafeterías reconocidas en el distrito de Satipo los mismos que presentan la particularidad de ofrecer bebidas frías y calientes.

*Tabla 1: Población de mypes.*

Nº	ESTABLECIMIENTO	RUBRO	LUGAR
1.	Café M & Q	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia # 156
2.	Coffee Break Satipo	Cafetería	Frente A La Plaza De Armas
3.	Café Katagueta	Cafetería	Av. Micaela Bastidas 523
4.	Antami Satipo miel, chocolate y café	Cafetería	Jr. Julio C. Tello 774
5.	Coffee Coffee Chavalillo	Cafetería	Manuel Prado 418



6.	Típico Café	Cafetería	Jr. Francisco Irazola 446
7.	QUARACOFFE	Cafetería	Jirón Ricardo Palma 345
8.	Exotic coffee	Cafetería	Jr. Julio C. Tellon567
9.	The King – Satipo	Cafetería	
10.	Café Tropical "Aroma & Sabor"	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia 171
11.	Gato Negro	Cafetería	
12.	Cafeteria Noa Noa	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia 340
13.	Café BAmboo	Cafetería	Jirón Francisco Irazola
14.	Café Azul	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia 372

Fuente: Registro de mypes 2021.

#### b. Muestra:

La muestra que tomaremos para la investigación fue probabilística aleatoria simple de tipo censal en que consideramos trabajar con el total de la población propuesta siendo 14 mypes.

Mozombite (2020) hace referencia a eso: "Es un subconjunto importante para la población, donde completará el examen, a través de varios ciclos y ecuaciones coherentes".

Mozombite (2020) caracteriza eso: "Una investigación o enumeración de registro reúne datos sobre todas las personas que componen la población mensurable".

### 4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Conceptual	Indicadores	Escala de medición
<b>Variable 1: Calidad del servicio</b>	La calidad de servicio se le conceptualiza como la diferencia que existe entre la expectativa del usuario y las necesidades percibida en el servicio recibido (Pérez, 1994, p. 94).	<b>Calidad requerida</b>	La calidad requerida: Viene a ser el nivel que tienen para cumplir todas las particularidades de cada una de las características especificadas del servicio (Pérez, 1994).	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Cumplimiento eficiente</li> <li>•Cumplimiento eficaz</li> <li>• Servicio eficiente</li> </ul>	Cuestionario de Tipo Likert  (1)Nunca (2)Casi nunca (3)A veces (4)Casi siempre (5)Siempre
		<b>Calidad esperada</b>	La calidad esperada: Se refiere a la satisfacción que tienen los usuarios sobre los aspectos que no son implícitos o especificados (Pérez, 1994).	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Estandarización</li> <li>•Control del proceso</li> <li>•Satisfacción</li> </ul>	
		<b>Calidad subyacente</b>	La calidad subyacente: Se refiere a la satisfacción del usuario de acuerdo a las expectativas que no son explícitas (Pérez, 1994).	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Expectativa de eficacia</li> <li>•Expectativa de eficacia</li> <li>•Recomendación</li> </ul>	
<b>Variable 2: Sostenibilidad de los emprendimientos</b>	De acuerdo al autor Elkington (1997) manifiesta que la sostenibilidad desarrollada en la empresa es conocida como Triple Botton Line, encargada de contribuir el desarrollo en aspecto económico, social y proteger el medio ambiente.	<b>Económico</b>	De acuerdo al autor Elkington (1997) Se enfoca en el desarrollo económico tratando de equilibrar los principios de sostenibilidad y sustentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Tecnología financiera</li> <li>•Participación de mercadeo</li> <li>•Relación</li> </ul>	
		<b>Social</b>	De acuerdo al autor Elkington (1997) Son los valores básicos para la equidad y la responsabilidad de la mejora de condiciones de vida en la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Armonía social</li> <li>•Responsabilidad social</li> <li>•Rentabilidad</li> </ul>	
		<b>Ambiental</b>	De acuerdo al autor Elkington (1997) es el medio responsable de garantizar la reducción del impacto ambiental en la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Políticas ambientales</li> <li>•Reciclaje</li> <li>•Rotulación</li> </ul>	

#### 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas:

Se utilizó como técnica la encuesta estructurada como medio de entrevista con el que definiremos el alcance del problema para consolidarlo y proponer o sugerir posibles soluciones.

que según López & Fachelli (2016) afirma que “es un método que se utiliza en las investigaciones normalizadas por el cual se reúne y descompone una progresión de información de una muestra de una población o universo más grande, de la cual se espera que investigue las variables”. (p. 21)

Instrumento:

Para el presente trabajo de investigación se utilizó como instrumento el cuestionario de tipo escala de Likert que:

Según el autor Valderrama (2015) nos dice que:

Se trata de materiales para reunir y guardar datos, que deben elegirse con sensatez para recoger sobre las realidades y maravillas sociales o comunes del mundo real, las prácticas individuales y agregadas de individuos y fundaciones, con respecto a las cuales se aborda a los individuos bajo percepción para comunicar su evaluación y mentalidad. (p. 195).

Para el caso de nuestra investigación tomaremos encuesta un cuestionario en base a las variables previamente operacionalizadas del cual se asignará un puntaje para medir el grado aceptación de cada ítem.

Para la validación estadística del instrumento se presenta la validación por juicio de expertos.

#### **4.5 Plan de análisis**

Los resultados de la exploración se introducirán en tablas y diagramas según lo propuesto por las mediciones inferenciales. La conversión del trabajo de exploración se producirá desafiando los resultados adquiridos en la investigación con los resultados o posibles finales de nuestra experiencia, tal como las metodologías de los creadores se referían en las bases hipotéticas. Por último, se creará una base de información en el programa de Excel rendición 2016 tras aplicar los instrumentos y pensar en toda la disposición de los factores de la operacionalización, hará que la información preparada en el programa factual SPSS adaptación 24 cuyos resultados se retratarán en el último informe de la empresa con todos los resultados de la investigación.

Según Flores y Santivañez, (2015) refieren que el análisis consiste en investigar, examinar, relacionar y poner a prueba el conjunto de datos, que han sido procesados, con el fin de establecer bases de evidencia en la dirección del problema, las hipótesis y el marco conceptual del estudio. Para tal fin se aplicaron medios y técnicas para recopilar datos.

## 4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES e INDICADORES	METODOLOGIA
¿Cuáles son las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021?	<p>Proponer las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.</p> <hr/> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los factores relevantes de la calidad del servicio para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.</li> <li>• Describir los factores relevantes de la calidad del servicio para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.</li> <li>• Elaborar la propuesta de mejora de la calidad del servicio como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.</li> </ul>	<p><b>Variable 1:</b> CALIDAD DEL SERVICIO</p> <p><b>Variable 2:</b> SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTO S</p>	<p><b>Tipos de Investigación</b> Fue cuantitativa por recopilar datos numéricos</p> <p><b>Nivel de investigación</b> Fue descriptivo porque solo describiremos</p> <p><b>Diseño de la Investigación:</b> No experimental - transversal</p> <p><b>Población y Muestra:</b> La población estuvo conformada por 14 mypes del rubro cafeterías.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra fue de tipo censal lo que supondrá el total de la población.</p> <p><b>Técnica</b> Entrevista</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario de tipo Likert.</p> <p><b>Plan de análisis</b> Se utilizó estadística inferencial y softwares estadísticos como el Excel y Spss.</p>

#### **4.7 Principios éticos**

Las normas éticas encapsuladas están separadas dentro del código de construido por la división de investigaciones de la Universidad Católica de Los Ángeles de Chimbote aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021, las que usaremos en la exploración y se introduce en base a:

El principio de confidencialidad: Este principio cuida la dignidad del investigado o los datos de las empresas investigadas a fin de que se cumpla con lo planteado en su reglamento. Todas las fases de la actividad científica deben conducirse en base a los principios de la ética que rigen la investigación en la ULADECH Católica: (Uladech, 2021, p. 3).

Protección de la persona: El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Este principio no sólo implica que las personas que son sujeto de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino que también deben protegerse sus derechos fundamentales si se encuentran en situación de vulnerabilidad. (Uladech, 2021, p. 3).

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan 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 consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. (Uladech, 2021, p. 3).

Beneficencia y no-maleficencia: Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación. 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 (Uladech, 2021, p. 3).

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad: Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por encima de los fines científicos; y se deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y tomar medidas para evitar daños. (Uladech, 2021, p. 4).

Justicia: El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas. El investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación, y pueden acceder a los resultados del proyecto de investigación. (Uladech, 2021, p. 4).

Integridad científica: El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, el investigador debe proceder con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar la veracidad en todo el proceso de investigación, desde la formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados (Uladech, 2021, p. 4).

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

Tabla 2: Baremo de interpretación de variables y dimensiones

<b>NIVEL</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSION</b>
<b>1. Nunca</b>	9_15	3_4
<b>2. Muy pocas veces</b>	16_22	5_6
<b>3. Algunas veces</b>	23_26	7_8
<b>4. Casi siempre</b>	30_36	9_10
<b>5. Siempre</b>	37_45	11_15

Fuentes: Calculo y estimación propia

Tabla 3: Tabla de frecuencia de la variable calidad de servicio.

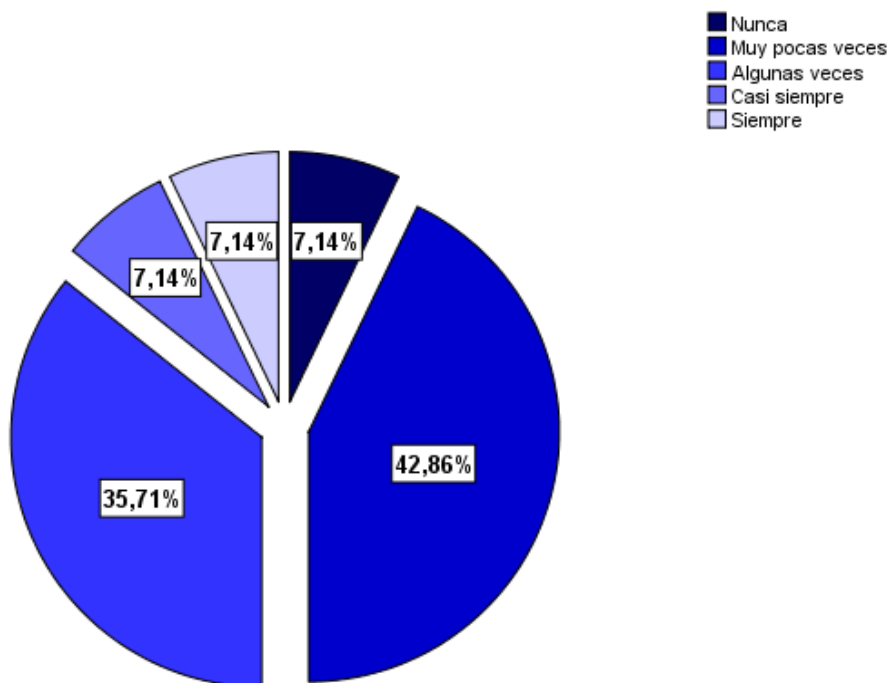
<i>CALIDAD DE SERVICIO</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	1	7,1	7,1	7,1
	Muy pocas veces	6	42,9	42,9	50,0
	Algunas veces	5	35,7	35,7	85,7
	Casi siempre	1	7,1	7,1	92,9
	Siempre	1	7,1	7,1	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



## CALIDAD DE SERVICIO



*Fuente: Tabla de frecuencias 3*

*Figura 1: Representación gráfica de la variable calidad de servicio.*

Interpretación:

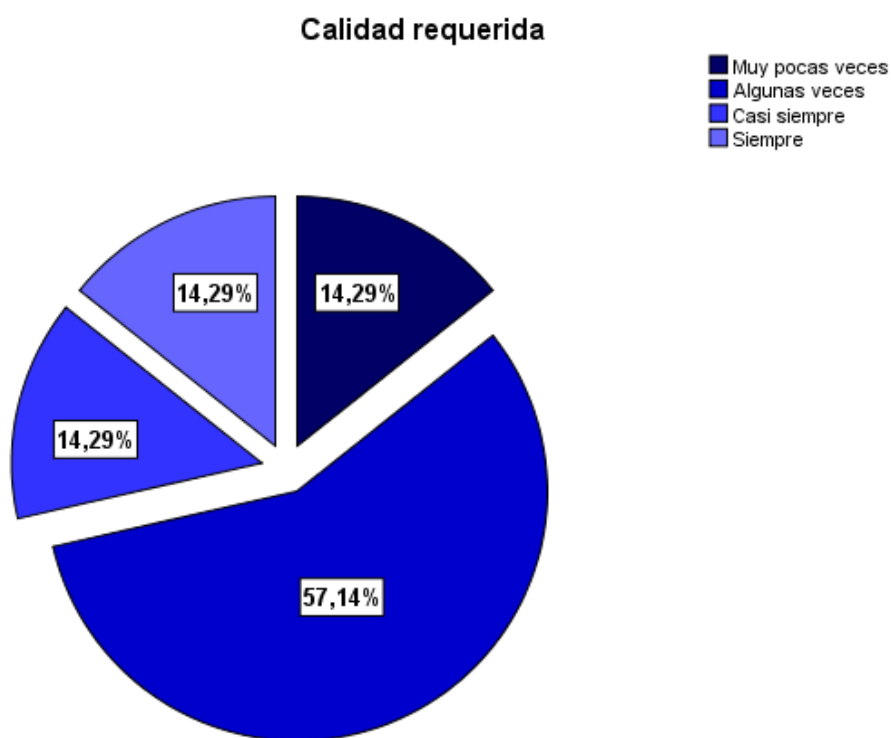
En la Figura 1, observamos los resultados de la Calidad del servicio el cual se codificó de acuerdo a la escala de puntuación, observando aun 42,86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces se toman medidas para brindar un servicio de calidad, un 35,71% de ellos afirman que casi siempre, un 7,14% afirma que casi siempre, el 7,14% del mismo modo afirma que siempre y solo un 7,14% manifiesta que nunca las cafeterías aplican estrategias de calidad del servicio conocidas como la diferenciación de la expectativa del cliente u las necesidad que este percibe de la empresa. Se aplicó el cuestionario a 14 empresarios y representantes que representan el 100% de nuestra muestra.

Tabla 4: Tabla de frecuencia de la dimensión Calidad requerida.

Calidad requerida		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	14,3	14,3	14,3
	Algunas veces	8	57,1	57,1	71,4
	Casi siempre	2	14,3	14,3	85,7
	Siempre	2	14,3	14,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 4

Figura 2: Representación gráfica de la dimensión Calidad requerida.

Interpretación:

En la Figura 2, observamos los resultados de la Calidad del servicio el cual se codificó de acuerdo a la escala de puntuación, observando aun 57,14% de

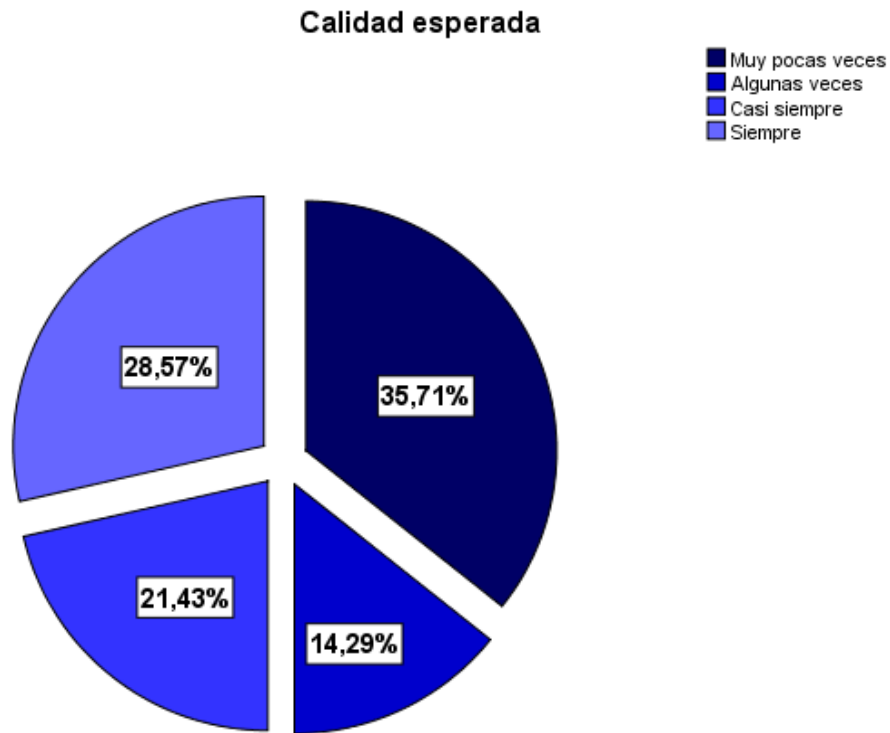
representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que algunas veces toman medidas cumplir todas las características del servicio, un 14,29% afirma que casi siempre, el 14,29% manifiesta que siempre y solo un 14,29% manifiesta que muy pocas veces las empresas aplican calidad requerida respecto al cumplimiento eficiente, eficaz con un servicio eficiente. Se aplico el cuestionario a 14 empresarios y representantes que representan el 100% de nuestra muestra.

*Tabla 5: Tabla de frecuencia de la dimensión Calidad esperada.*

<i>Calidad esperada</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy pocas veces	5	35,7	35,7	35,7
	Algunas veces	2	14,3	14,3	50,0
	Casi siempre	3	21,4	21,4	71,4
	Siempre	4	28,6	28,6	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



*Fuente: Tabla de frecuencias 5*

*Figura 3: Representación gráfica de la dimensión Calidad esperada.*

Interpretación:

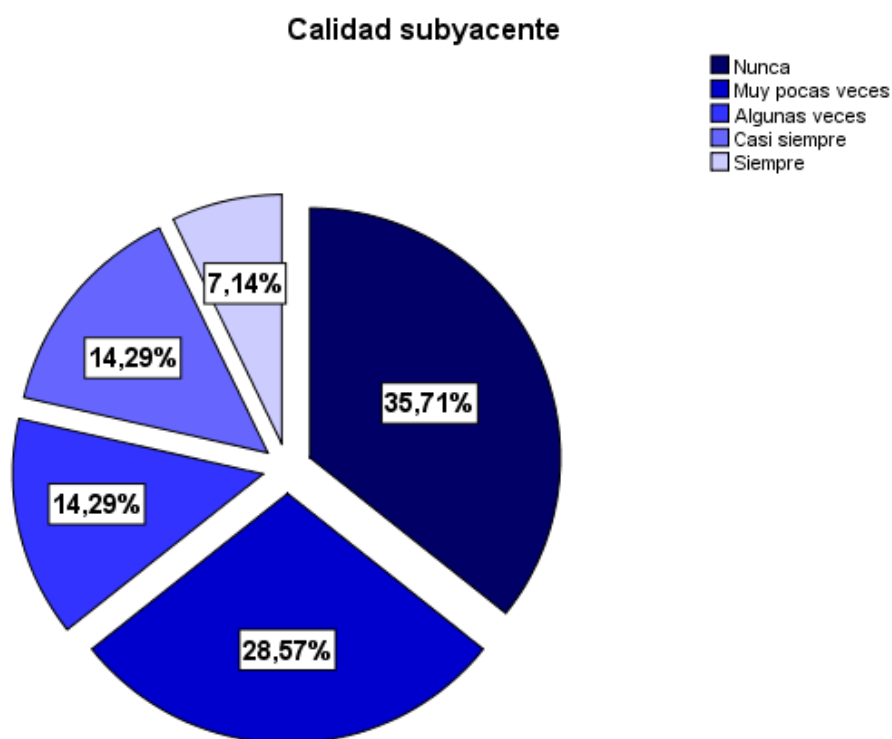
En la Figura 3, observamos los resultados de la dimensión Calidad esperada el cual se codifico de acuerdo a la escala de puntuación, observando un 35,71% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces se toman referencias a la satisfacción que tienen los usuarios, un 28,57% de ellos afirman que siempre, un 21,43% afirma que casi siempre y el 14,29% aplican estrategias de estandarización, control de procesos y satisfacción del cliente. Se aplico el cuestionario a 14 empresarios y representantes que representan el 100% de nuestra muestra.

Tabla 6: Tabla de frecuencia de la dimensión Calidad subyacente.

Calidad subyacente		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	5	35,7	35,7	35,7
	Muy pocas veces	4	28,6	28,6	64,3
	Algunas veces	2	14,3	14,3	78,6
	Casi siempre	2	14,3	14,3	92,9
	Siempre	1	7,1	7,1	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 6

Figura 4: Representación gráfica de la dimensión Calidad subyacente.

Interpretación:

En la Figura 4, observamos los resultados de la Calidad subyacente el cual se codificó de acuerdo a la escala de puntuación, observando aun 35,71% de

representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que Nunca establecen , un 35,71% de ellos afirman que casi siempre, un 7,14% afirma que casi siempre, el 7,14% del mismo modo afirma que siempre y solo un 7,14% manifiesta que nunca las cafeterías aplican estrategias para cumplir las expectativas de eficacia y sus recomendaciones. Se aplico el cuestionario a 14 empresarios y representantes que representan el 100% de nuestra muestra.

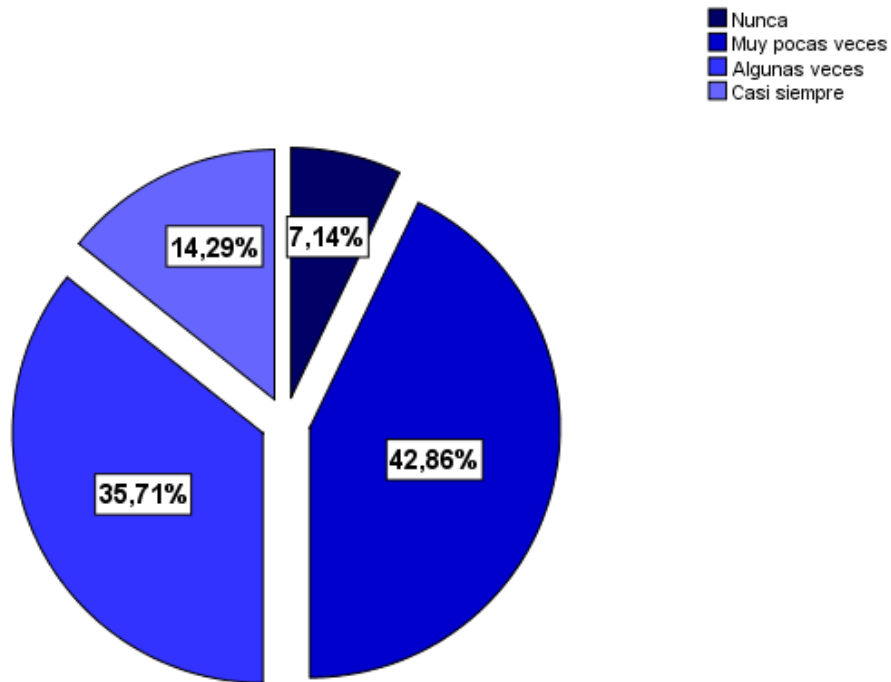
*Tabla 7: Tabla de frecuencia de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.*

<i>SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS</i>					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	1	7,1	7,1	7,1
	Muy pocas veces	6	42,9	42,9	50,0
	Algunas veces	5	35,7	35,7	85,7
	Casi siempre	2	14,3	14,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.

## SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS



*Fuente: Tabla de frecuencias 8*

*Figura 5: Representación gráfica de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.*

Interpretación:

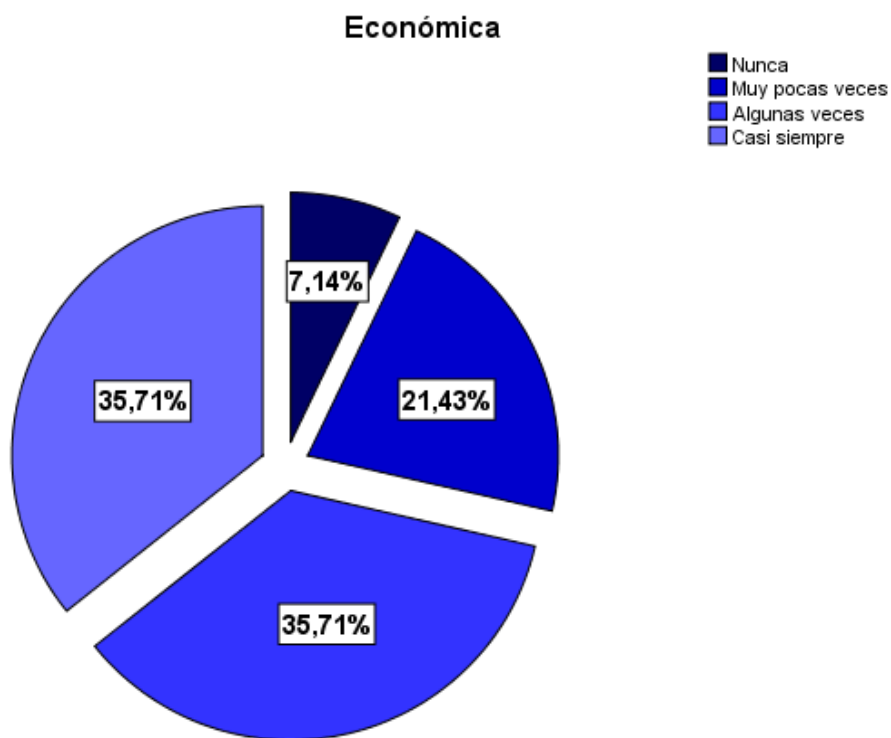
En la Figura 5, observamos los resultados de la Sostenibilidad de los emprendimientos el cual se codificó de acuerdo a la escala de puntuación, observando a un 42,86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces aplican estrategias de sostenibilidad en sus emprendimientos, un 35,71% de ellos afirman que algunas veces, un 14,29% afirma que casi siempre y solo un 7,14% de representantes manifiesta que nunca las cafeterías se preocupan por la sostenibilidad en sus empresas conocidas como triple botton line que se encarga de contribuir el desarrollo económico, social y ambiental de las empresas. Se aplicó el cuestionario a 14 empresarios y representantes que representan el 100% de nuestra muestra.

Tabla 8: Tabla de frecuencia de la dimensión Económica.

<i>Económica</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	1	7,1	7,1	7,1
	Muy pocas veces	3	21,4	21,4	28,6
	Algunas veces	5	35,7	35,7	64,3
	Casi siempre	5	35,7	35,7	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 9

Figura 6: Representación gráfica de la dimensión Económica.

Interpretación:

En la Figura 6, observamos los resultados de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces aplican estrategias



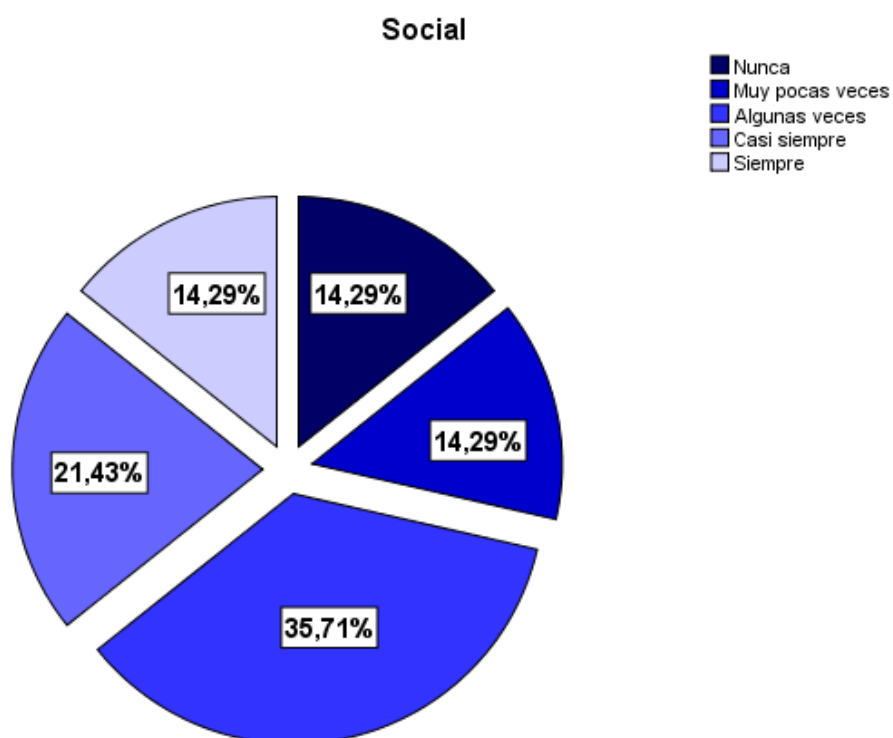
de sostenibilidad en sus emprendimientos, un 35,71% de ellos afirman que algunas veces, un 35,71 manifiestan que algunas veces afirma que casi siempre y solo un 7,14% de representantes manifiesta que nunca las cafeterías se preocupan por enfrentar los valores básicos para la equidad y responsabilidad.

*Tabla 9: Tabla de frecuencia de la dimensión social.*

<i>Social</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	2	14,3	14,3	14,3
	Muy pocas veces	2	14,3	14,3	28,6
	Algunas veces	5	35,7	35,7	64,3
	Casi siempre	3	21,4	21,4	85,7
	Siempre	2	14,3	14,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 10

Figura 7: Representación gráfica de la dimensión social.

Interpretación:

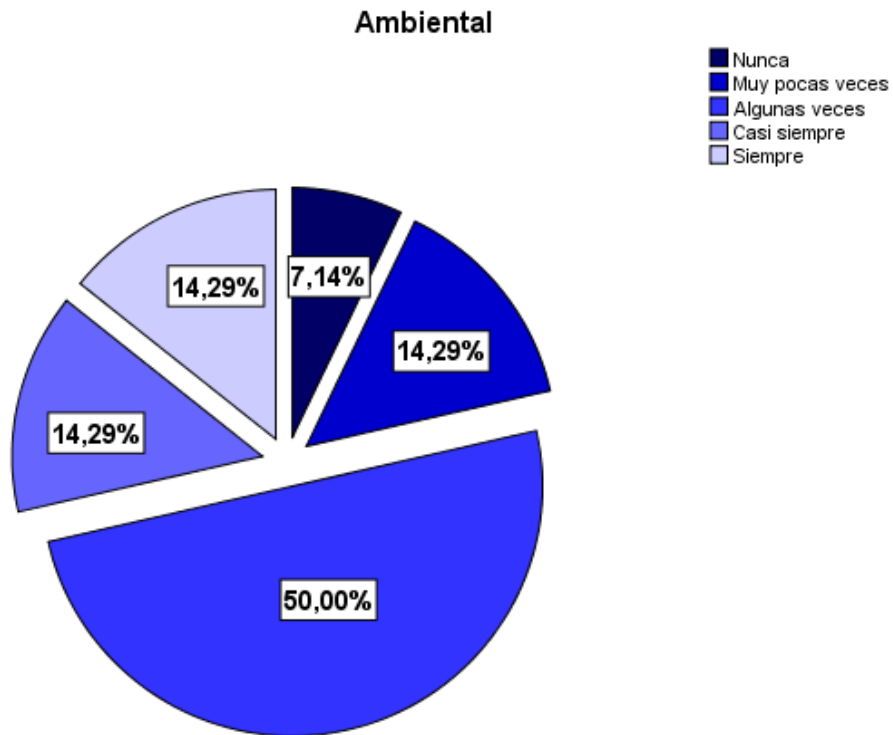
En la Figura 8 podemos apreciar el resultado respecto a la dimensión social que se midió de acuerdo a la escala valorativa del instrumento en que un 35,71% de los representantes de las mypes de las juguerías manifiestan que los valores básicos para la equidad mejoran las condiciones de la vida de la sociedad y solo el 40% de ellos afirman que muy pocas veces se toma en cuenta los aspectos como la responsabilidad de la mejora de condiciones de vida buscando el bienestar colectivo, igualdad y responsabilidad social. La figura evidencia el resultado respecto a la aplicación del cuestionario a los 5 empresarios siendo el 100% de la muestra.

Tabla 10: Tabla de frecuencia de la dimensión Ambiental.

<i>Ambiental</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	1	7,1	7,1	7,1
	Muy pocas veces	2	14,3	14,3	21,4
	Algunas veces	7	50,0	50,0	71,4
	Casi siempre	2	14,3	14,3	85,7
	Siempre	2	14,3	14,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



*Fuente: Tabla de frecuencias 11*

*Figura 8: Representación gráfica de la dimensión Ambiental.*

Interpretación:

En la Figura 9 podemos apreciar el resultado respecto a la dimensión Ambiental se midió de acuerdo a la escala valorativa del instrumento en que un 50% de los representantes de las mypes de las juguerías manifiestan que casi siempre se toma en consideración el desarrollo de la calidad del servicio, un 14,29% afirma que algunas veces, y solo el 20% de ellos afirman que muy pocas veces se toma en cuenta el acuerdo en el que el medio responsable que garantiza a la reducción del impacto ambiental.

## 5.2 Análisis de resultados

### 5.2.1 Variable: Calidad del servicio

En los resultados de la Calidad del servicio el cual se codifico de acuerdo a la escala de puntuación, observando aun 42, 86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces (Figura 1) se toman medidas para brindar un servicio de calidad, un 35,71% de ellos afirman que casi siempre, un 7,14% afirma que casi siempre, el 7,14% del mismo modo afirma que siempre y solo un 7,14% manifiesta que nunca las cafeterías aplican estrategias de calidad del servicio.

De acuerdo al autor Pérez, (1994) manifiesta que la calidad del servicio es conocida como la diferenciación de la expectativa del cliente o la necesidad que este percibe de la empresa.

Resultado que guarda similitud con la de Montalvo, Estrada & Mamani (2020). E su resultado respecto a la Calidad de Servicio en que indican que el 65,1% de usuarios manifiestan que la calidad del servicio que reciben es regular, el 45,4% de usuarios se encuentran parcialmente satisfechos concluyendo que mientras exista una mejor calidad de servicio, los usuarios se sentirán más satisfechos.

Del mismo modo guarda relación con lo encontrado por Lescano (2017). En que encontró que la calidad de servicio se encuentra en un nivel aceptable. Con el que concluye que la calidad de servicio se relaciona de manera positiva fuerte con la satisfacción del cliente haciendo de este un sendero de éxito para la empresa.

### 5.2.2 Variable: Sostenibilidad de los emprendimientos

En los resultados de la Sostenibilidad de los emprendimientos el cual se codifico de acuerdo a la escala de puntuación, observando a un 42, 86% de representantes de las mypes del rubro cafeterías los que manifiestan que muy pocas veces (Figura 5) aplican estrategias de sostenibilidad en sus emprendimientos, un 35,71% de ellos afirman que algunas veces, un 14,29% afirma que casi siempre y solo un 7,14% de representantes manifiesta que nunca las cafeterías se preocupan por la sostenibilidad en sus empresas.

De acuerdo al autor Elkington (1997) afirma que la sostenibilidad de los emprendimientos es conocida como el triple botton line que se encarga de contribuir el desarrollo económico, social y ambiental de las empresas.

El resultado alcanzado guarda relación con la de Santillan (2021) Que en sus resultados respecto a la variable sostenibilidad de los emprendimientos, dimensión valor ambiental, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión económica, las Mypes está de acuerdo, dimensión valor social, las Mypes está totalmente de acuerdo. Concluyendo que se pudo identificar los factores relevantes y se pudo proponer mejoras en los establecimientos.

De igual manera se contrasta con el resultado de Moreno (2019) En su resultado respecto a la sostenibilidad del Emprendimiento, en lo económico un 67% tiene como respaldo la tecnología digital porque esta como parte de sus procesos en lo Social un 73% se ha visto con la necesidad de implementar los procesos de BIOSEGURIDAD. Respecto a lo Ambiental el 67% para reiniciar su negocio tuvo que implementar accesorios de las ideas ecológicas. Concluyendo con un 73% de

consideración indispensable en tener su negocio online para tener una sostenibilidad del Emprendimiento con la tecnología y las redes sociales.

## VI. Conclusiones

Respecto al objetivo general: Se propuso mejoras mejorar de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.

Objetivo específico 1: Se concluye que se identificó los factores relevantes acerca de la calidad de los servicios ya con que con sus componentes podemos determinar las deficiencias, fortalecerlas y asegurar la rentabilidad de las empresas y trascender en el tiempo.

Objetivo específico 2: Se describió los factores relevantes de la calidad del servicio para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías:

- Calidad requerida: Viene a ser el nivel que tienen para cumplir todas las particularidades de cada una de las características especificadas del servicio (Pérez, 1994).
- Calidad esperada: Se refiere a la satisfacción que tienen los usuarios sobre los aspectos que no son implícitos o especificados (Pérez, 1994).
- Calidad subyacente: La calidad subyacente: Se refiere a la satisfacción del usuario de acuerdo a las expectativas que no son explícitas (Pérez, 1994).

Objetivo específico 3: de acuerdo al objetivo específico 3, elaboramos la propuesta de mejora respecto a la variable calidad del servicio y sus componentes debidamente desarrolladas por separado, con el fin de conocer de primera mano el alcance del problema y la contribución que se le dará a la noble expectativa de lo que puede acelerar para mejorar el ingreso de las personas.

## **Recomendaciones**

Evaluar los procedimientos para trabajar en la naturaleza de la administración, correspondiente al cumplimiento de los clientes, correspondiente al cumplimiento del cliente para que tengan los datos necesarios sobre la disposición, organización y revisión de la limpieza pública de la en la condición de crisis estéril.

Formar al personal sobre la calidad necesaria, la calidad prevista y la calidad básica con calidad anticipada, para que los clientes estén contentos con los resultados. la calidad necesaria, la calidad normal y la calidad oculta relativa a, para que los clientes estén contentos con los resultados en la presentación de la limpieza pública, al igual que la mejora y el apoyo de la región y el apoyo de las regiones ambientales de la región, así como las diferentes capacidades que muestran la gran naturaleza de la administración.

3. Participar en la formación de obras situadas para dar administraciones de limpieza pública, mejora y apoyo de las regiones verdes de la localidad, y diferentes capacidades que muestren gran calidad de asistencia.

4. Fortalecer los instrumentos de organización de la administración de la actividad ecológica, para entregar los instrumentos de organización de la administración, para crear la idea de una naturaleza decente de la administración desde el principio naturaleza de la administración a lo largo de todo el proceso y no sólo cuando el cliente es influenciado.

En este sentido, el nivel de ideas de los clientes se tendrá en cuenta a la hora de evaluar y refunfunar. ideas serán consideradas por el nivel de su cumplimiento.



## Referencias bibliográficas

- Aguilar Esteban, R., Polanco Reyna, M., Guija Zavalaga, J., & Rosales Huamanchumo, J. (2017). Calidad en el servicio en el sector cines en Lima.
- Alvarado Figueroa, Y. K. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario por el Servicio de Gestión Ambiental de Trujillo en estado de emergencia sanitaria.
- Apac Llanos, D. (2018). Calidad del Servicio y Satisfacción de Clientes en el supermercado plaza vea-huánuco 2018.
- Aranda, M. F., & González, G. B. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *ECA Sinergia*, 9(2), 80-90.
- Campos Aliaga, D. I. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital de apoyo “Manuel Ángel Higa Arakaki”-Satipo, 2017.
- Cevallos Villarreal, M. B. (2021). Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil.
- de la Salud, O. M. (2020). La Organización Mundial de la Salud. División de Información de la Organización Mundial de la Salud.
- Elkington, J. (1997). The triple bottom line. *Environmental management: Readings and cases*, 2.
- Guarniz Mendoza, S. E., & Pretell Urbina, S. A. (2018). Factores determinantes del emprendimiento sostenible de los habitantes de la generación Y y X, Simbal, La Libertad-2018.
- Lescano Guardamino, M. A. (2017). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la microempresa comercial lescano, Distrito Comas, año 2017.
- Montalvo, S., Estrada, E., & Mamani, H. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Ciencia y Desarrollo*, 23(2), 21-26.

- Moreno Contreras, E. D. (2019) Propuesta de mejora de marketing digital para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para niños entre las edades de 1 año a los 7 años, de la cuadra 2 a la 10 de la avenida Micaela Bastidas, en el distrito de Comas, 2019.
- Nanfuñay Távara, S. M. (2019). Modelo de orientación basado en la calidad del servicio para incrementar el nivel de satisfacción del cliente en la Universidad César Vallejo de Chiclayo.
- Pájaro, D. (2002). La formulación de hipótesis. Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales, (15).
- Paez Samaniego, F. E. (2019). La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollerías des distrito de Satipo 2019.
- Pérez Velásquez, L. T. (2017). Gestión de calidad en el servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016.
- Perez-Cuevas, R (1994). Análisis de la satisfacción del usuario y de la productividad de un modelo de atención primaria con la participación de médicos y técnicos. Salud Pública de México, 36(5), 492-502.
- Rivera Reyes, S. J. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador.
- Roncal Capcha, N. M. (2020) Calidad del servicio y satisfaccion del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro fial SRL Satipo, 2020.
- Saez Villanueva, N. M., & Aguirre Ruiz, J. (2019). Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017.
- Santillan Ponce, M. T. (2021) Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021.

Tafur Morillas, R. A., & Espinola Espinoza, L. N. (2013). Nivel de satisfacción en los servicios del restaurante, bar, snack cabaña y cafetería del golf y country club de Trujillo.

Tinitana, R. D. C. T., Gallardo, N. A., Mora, M. E. P., & Cueva, C. E. C. (2019). La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja–Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 5(1), 136-159.

Tupayachi Gamión, P. I. (2021). Calidad de servicio y satisfacción de las usuarias víctimas de violencia familiar y sexual del Centro Emergencia Mujer Satipo 2019.

Uladech, R. (2021). Código de ética para la investigación. Chimbote, La Libertad, Perú: ULADECH.

## Anexos

### Anexo 1: Cronograma de actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																	
N°	Actividades	<b>Año 2021</b>															
		<b>Semestre 2021-02</b>															
		Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			X	X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					X											
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación						X										
5	Mejora del marco teórico y metodológico							X									
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos								X								
7	Elaboración del consentimiento informado (*)									X							
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados											X					
10	Análisis e Interpretación de los resultados												X	X			
11	Redacción del informe final														X		
13	PREBANCA															X	
14	Levantamiento de observaciones de la prebanca															X	
15	Sustentación de la tesis																X
16	Cierre del taller de titulación																X

**Anexo 2: Presupuesto**

<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• <b>Laptop</b>	2000.00	1	2000.00
• <b>Impresora</b>	800.00	1	800.00
• <b>Anillados</b>	50.00	4	200.00
• <b>Papel bond</b>	15.00	4	60.00
• <b>Lapiceros</b>	2.00	4	8.00
<b>Servicios</b>			
• <b>Internet</b>	50.00	4	200.00
• <b>Búsqueda de información</b>	15.00	3	45.00
<b>Sub total</b>			3313.00
<b>Gastos de viaje</b>			
• <b>Pasajes para recolectar información</b>	10.00	4	40.00
<b>Sub total</b>			40.00
<b>Total, presupuesto desembolsable</b>	-	-	<b>3,343.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>3343.00</b>

### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

#### INSTRUMENTO

Estimado colaborador sírvase a colaborar con la encuesta de la investigación cuyo título es: La calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.

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

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

CALIDAD DE SERVICIO							
DIMENSIÓN		PREGUNTAS	1	2	3	4	5
<b>Calidad requerida</b>	1	La empresa tiene una atención eficiencia para con sus clientes.					
	3	La empresa toma en cuenta el estado de emergencia sanitaria y el cumplimiento del servicio de cafeterías con eficacia					
	4	La empresa ofrece una atención con cordialidad en la medida que lo permite las medidas de protección.					
<b>Calidad esperada</b>	5	La empresa considera que en este estado de emergencia sanitaria se aplica mejoras en las normas empleadas en la calidad de servicio de cafeterías.					
	6	La empresa lleva un adecuado control de su proceso de ventas y atención.					
	8	La empresa busca la satisfacción de los clientes con la atención que ofrece.					
<b>Calidad subyacente</b>	9	La empresa cumple con la expectativa del cliente respecto a la eficacia de su atención.					
	11	La empresa aplica políticas de eficiencia en la atención de sus clientes.					
	12	La empresa busca la recomendación de sus clientes a través del buen servicio brindado					

<b>SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS</b>							
<b>DIMENSIÓN</b>		<b>PREGUNTAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Económica</b>	1	La empresa promueve el uso de tecnología para asegurar su situación financiera					
	2	Participa y considera acciones de mercadeo para su organización					
	3	Hace arqueos de caja para controlar rentabilidad					
<b>Social</b>	4	Promueve la armonía social con sus empleados y clientes.					
	5	Establece procedimientos de responsabilidad social dentro y fuera de la empresa					
	6	La relación con los clientes es la adecuada.					
<b>Ambiental</b>	7	Sigue procedimientos estrictos de conservación ambiental.					
	8	Realiza reciclaje del residuo de sus productos					
	9	Rotula recipientes de desechos					

## **Anexo 4: Consentimiento informado**

### **CONSENTIMIENTO INFORMADO**

La presente información es conducida por..... de la Universidad ..... El objetivo de este estudio es .....

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder algunas preguntas de un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La Información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tienes alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la participación del mismo le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlo saber al investigador.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación. He sido informado (a) de todo lo necesario.

---

Nombre completo del participante

DNI N°: .....

CARGO: .....



## Anexo 5: Directorio de mypes

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>RUBRO</b>	<b>LUGAR</b>
<b>Café M &amp; Q</b>	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia # 156
<b>Coffee Break Satipo</b>	Cafetería	Frente A La Plaza De Armas
<b>Café Katagueta</b>	Cafetería	Av. Micaela Bastidas 523
<b>Antami Satipo miel, chocolate y café</b>	Cafetería	Jr. Julio C. Tello 774
<b>Coffee Coffee Chavalillo</b>	Cafetería	Manuel Prado 418
<b>Típico Café</b>	Cafetería	Jr. Francisco Irazola 446
<b>QUARACOFFE</b>	Cafetería	Jirón Ricardo Palma 345
<b>Exotic coffee</b>	Cafetería	Jr. Julio C. Tellon567
<b>The King – Satipo</b>	Cafetería	
<b>Café Tropical "Aroma &amp; Sabor"</b>	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia 171
<b>Gato Negro</b>	Cafetería	
<b>Cafeteria Noa Noa</b>	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia 340
<b>Café BAMBOO</b>	Cafetería	Jirón Francisco Irazola
<b>Café Azul</b>	Cafetería	Jr. Augusto B. Leguia 372

FUENTE: *Recopilación en el trabajo de campo. (2021).*

## **Anexo 6: Propuesta de mejora**

### **PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

#### **Objetivos:**

##### **Objetivo General:**

Proponer las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.

##### **Objetivos específicos:**

- Mejorar la Calidad requerida de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.
- Implementar mejoras de la Calidad esperada de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.
- Mejorar la calidad subyacente de las MYPES del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.

**PLAN DE MEJORA**

<b>FACTORES RELEVANTES</b>	<b>DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>AREAS DE IMPACTO</b>	<b>RESPONSABLE DE LA TAREA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS NECESARIOS</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Calidad requerida	Tener en cuenta lo que se requiere para cumplir todas las particularidades de cada una de las características especificadas del servicio con eficiencia.	Administración y Atención al cliente	Personal de la empresa	Permanente	Representante y personal de la empresa	Recursos desembolsables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitarse para cumplir eficientemente el servicio</li> <li>• Cumplimiento del servicio de forma eficaz</li> <li>• Servicio eficiente en todo momento</li> </ul>	Dueño, administrador o representante de la empresa	S/1000.00
Calidad esperada	Tomar medidas respecto a la satisfacción que expresan los usuarios sobre la calidad del servicio y producto brindado.	Administración y Atención al cliente	Representante y personal	Permanente	Representante y personal de la empresa	Recursos no desembolsables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estandarización de precios y productos para ofrecer lo que busca.</li> <li>• Control del proceso de atención con calidad.</li> <li>• Buscar que el cliente siempre este satisfecho.</li> </ul>	Dueño, administrador o representante de la empresa	S/0.00
Calidad subyacente	Administrar procedimientos para cumplir las expectativas que se genera al cliente.	Administración y Atención al cliente	Representante y personal	Permanente	Representante y personal de la empresa	Recursos no desembolsables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llenar y cumplir las expectativas del cliente.</li> <li>• La expectativa por parte del usuario atender con eficacia.</li> <li>• Tomar en cuenta la recomendación y ponerla en práctica.</li> </ul>	Dueño, administrador o representante de la empresa	S/1500.00