



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS - RUBRO REPARACIÓN DE CELULARES,
DISTRITO DE HUARAZ, 2018

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

AUTORA

PALMA CADILLO, PATRICIA JESELY

ORCID: 0000-0002-2766-4005

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Br. Palma Cadillo, Patricia Jesely

ORCID: 0000-0002-2766-4005

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

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

PRESIDENTE

Limo Vásquez, Miguel Ángel

MIEMBRO

Cerna Izaguirre, Julio César

MIEMBRO

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ASESOR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme guiado por el camino correcto donde estoy ahora, a la UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE, A mi madre, por darme la vida, ser mi apoyo constante y guía para realizar mi sueño de llegar a ser una gran profesional.

Y agradezco a mí asesor y a todos mis queridos docentes de la Uladech por la enseñanza, fuerza y apoyo incondicional, el compromiso que tienen con los estudiantes, a sacar buenos profesionales;

Gracias.

DEDICATORIA

A mi hijo Dominick Angelo, que es mi alegría, orgullo, motor y motivo de lucha en mi vida para seguir en este camino de perseverancia y alcanzar mis sueños.

A Dios por darme día a día mayor sabiduría, por estar en mi camino y culminar con éxito mi carrera

RESUMEN

Dentro del contexto empresarial existen evidencias de la necesidad de implantar la gestión de la calidad debido a que las organizaciones cada vez más requieren delegar trabajos y funciones a sus colaboradores. En el presente trabajo de investigación se formuló como objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares del Distrito de Huaraz 2018, el presente trabajo fue de diseño no experimental, tipo cuantitativo y nivel descriptivo, se realizó con una muestra de 32 establecimientos, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 53 preguntas, a través de la encuesta, obteniéndose como principales resultados, en cuanto a los representantes: El 56.25% tienen estudios universitarios, el 93.74% señaló que el objetivo de creación de la empresa es generar utilidades. En cuanto a la gestión de calidad el 53.13% señaló que siempre toman acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos, 56.25% de los gerentes comunican el proceso de mejora a todos los integrantes de la empresa. En cuanto a la variable en estudio: El 68.74% de los empresarios señaló que los equipos que utilizan están de acuerdo al avance de la tecnología, el 62.50% siempre cumplen con las expectativas del cliente, el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad, el 68.75% manifestaron que la empresa se interesa por conocer al detalle las necesidades de los clientes, concluyéndose que son empresas de confianza y cumplen con el trabajo encomendado.

Palabras Clave: Atención, calidad, cliente, gestión, mype, servicios.

ABSTRACT

Within the business context there is evidence of the need to implement quality management because organizations increasingly require delegating tasks and functions to their collaborators. In this research work, the general objective was formulated: Describe the main characteristics of Quality Management under the focus of customer service in Micro and Small companies in the service sector - cell phone repair item of the District of Huaraz 2018, the present The work was of non-experimental design, quantitative type and descriptive level, it was carried out with a sample of 32 establishments, to which a questionnaire of 53 questions was applied, through the survey, obtaining as main results, in terms of the representatives : 56.25% have university studies, 93.74% indicated that the objective of creating the company is to generate profits. Regarding quality management, 53.13% indicated that they always take actions to continually improve the performance of processes, 56.25% of managers communicate the improvement process to all members of the company. Regarding the variable under study: 68.74% of the entrepreneurs indicated that the equipment they use is in accordance with the advancement of technology, 62.50% always meet customer expectations, 71.87% affirmed that the clients of the company are treated with kindness, 68.75% stated that the company is interested in knowing in detail the needs of the clients, concluding that they are trustworthy companies and comply with the work entrusted.

Keywords: Attention, quality, client, management, mype, services.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador	iii
4. Agradecimiento.....	iv
5. Dedicatoria.....	v
6. Resumen	vi
7. Abstract.....	vii
8. Contenido.....	viii
9. Índice de tablas	x
10. Índice de figuras.....	xi
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	12
2.3. Marco Conceptual de la Investigación.....	18
III. Hipótesis.....	21
IV. Metodología	22
4.1. Diseño de la Investigación.....	22
4.2. Población y Muestra.....	22
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	23
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	32
4.5. Plan de Análisis.....	32
4.6. Matriz de Consistencia.....	33

4.7. Principios Éticos.....	35
V. Resultados.....	36
5.1. Resultados.....	36
5.2. Análisis de resultados	46
5.3. Plan de Mejora.....	61
VI. Conclusiones y Recomendaciones	70
6.1. Conclusiones.....	70
6.2. Recomendaciones.....	72
Referencias Bibliográficas	73
Anexos.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

TABLAS:

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.....36

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.....37

Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018..... 38

Tabla 4. Plan de mejora de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.....44

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURAS:

Figura 1. Edad del representante.....	95
Figura 2. Género del representante.....	95
Figura 3. Estado civil del representante	96
Figura 4. Grado de instrucción del representante.....	96
Figura 5. Cargo que desempeña.....	97
Figura 6. Experiencia en el cargo.....	97
Figura 7. Tiempo de la empresa en el rubro.....	98
Figura 8. Número de trabajadores.....	98
Figura 9. Personas que trabajan en la empresa.....	99
Figura 10. Objetivo de creación.....	99
Figura 11. Tipo de constitución de la empresa.....	100
Figura 12. Nivel de ingreso promedio.....	100
Figura 13. Gestión de calidad en el establecimiento.....	101
Figura 14. Diagnóstico de problemas de los clientes.....	101
Figura 15. Procesos necesarios para satisfacción de los clientes.....	102
Figura 16. Capacitación al personal.....	102
Figura 17. Solución de problemas de la empresa.....	103
Figura 18. Implementación de planes.....	103
Figura 19. Seguimiento y medición de procesos.....	104
Figura 20. Informe de resultados.....	104
Figura 21. Acciones para la mejora de procesos.....	105
Figura 22. Informe de procesos de mejora.....	105
Figura 23. Facilidad de atención al cliente a través de instalaciones.....	106
Figura 24. Equipos de reparación actualizados.....	106
Figura 25. Uso de materiales adecuados de trabajo.....	107
Figura 26. Uso de uniforme por el personal.....	107
Figura 27. Expectativas de solución de problemas.....	108
Figura 28. Solución eficaz y oportuna de reclamos.....	108

Figura 29. Cumplimiento de trato establecido	109
Figura 30. Apoyo en las necesidades de los clientes.....	109
Figura 31. Capacidad de atención rápida.....	110
Figura 32. Actitudes y aptitudes del personal.....	110
Figura 33. Capacidad de los directivos en la toma de decisiones.....	111
Figura 34. Vocación de servicio.....	111
Figura 35. Trato amable.....	112
Figura 36. Preferencia de clientes por la empresa.....	112
Figura 37. Trato equitativo e igualitario.....	113
Figura 38. Respeto a los clientes.....	113
Figura 39. Veracidad y transparencia en el trato.....	114
Figura 40. Honestidad, cimiento para la correcta relación con los clientes.....	114
Figura 41. Seguridad en cuanto al cumplimiento de expectativas.....	115
Figura 42. Personal profesional en el rubro.....	115
Figura 43. Cortesía, aspecto fundamental en la atención.....	116
Figura 44. Confianza con el trabajo encomendado.....	116
Figura 45. Puntualidad en cuanto a la apertura y cierre de local.....	117
Figura 46. Fácil acceso a la empresa.....	117
Figura 47. Facilidad en cuanto al horario de atención.....	118
Figura 48. Problemas escuchados referidos a la atención	118
Figura 49. Aclaración de dudas e inquietudes.....	119
Figura 50. Lenguaje común y coherente.....	119
Figura 51. Comprensión y entendimiento de la situación.....	120
Figura 52. Atención personalizada.....	120
Figura 53. Conocimiento al detalle de necesidades del cliente.....	121

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú existen diversas Micro y Pequeñas Empresas en las que se pueden percibir desarrollo, las cuales fueron creadas con la intención de obtener beneficios económicos para compartírlas entre sus miembros y familiares generando puestos de trabajo, las cuales desean convertirse en entes que brinden el mejor de los servicios y de esta manera fidelizar a los clientes, porque gracias a ellos permite su crecimiento y permanencia dentro del mercado. Las MYPE constituyen un grupo importante que permite el desarrollo del país, porque son organizaciones generadoras de divisas que, aunque no se encuentren a la altura de empresas internacionales, ocupan un lugar importante permitiendo disminuir la pobreza. A pesar del favorable panorama que se muestra en nuestro país, se puede percibir el pésimo servicio de atención al cliente en diversos rubros de negocios, como es en este caso, reparación de celulares, es por ello que los administradores se ven en la obligación de implantar la gestión de calidad como herramienta dentro de las organizaciones que les permita brindar un servicio de calidad con dirección a lograr su crecimiento y desarrollo. La falta de satisfacción en los clientes resulta muy perjudicial en las empresas y en el mundo de hoy, las organizaciones deberían de tomar el tema con mayor interés tomando en cuenta que las personas retornan al lugar ya sea por fidelidad o por obtener un servicio de calidad en la que exista una comunicación directa, es por ello que la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, a través del Programa Académico de Administración estableció a la Gestión de la Calidad como línea de investigación, en el cual se presentó el tema de Atención al Cliente.

Summer (2006) manifiesta que para Marshall Field era muy importante las opiniones de sus clientes tanto internos como externos, se paseaba todo el tiempo por los pasillos de su empresa para saber de la relación que tenían sus empleadores con los clientes y estaba pendiente de su satisfacción, con él nace la devolución o cambio del producto, situación que no se daba en su época, esto sirve de ejemplo para que las distintas organizaciones determinen sus clientes y sobre todo velen por la satisfacción de manera completa.

La gestión de calidad es un conjunto de técnicas operativas que son empleadas dentro de la organización con la intención de optimizar sus procesos; en la que se debe lograr en los clientes un máximo grado de satisfacción, de esta manera obtener como resultado clientes fieles con los productos y servicios adquiridos. Uno de los aspectos importantes que las organizaciones deben contar, es una oficina en la que brinden una adecuada atención al cliente y puedan resolver de forma rápida y asertiva sobre las quejas, dudas o sugerencias que los clientes les hagan llegar (Camisión, 2006).

A nivel internacional. Según resultados del estudio de Forrester Consulting y Aspect Software, señala que un 73% de ejecutivos acepta que el uso de los instrumentos tecnológicos es muy importante para poder ofrecer situaciones agradables que hoy en día los consumidores buscan, algunos líderes la denominan tecnología porque permite la innovación y el poder de transformar la manera de interactuar con sus clientes (Guilarte, 2013).

La revista 'Return on Behavior' señala que perder a un cliente cuesta cuatro veces más que atraerlo, entonces si se redujera los puntos de deserción de los consumidores en un 5% podrían incrementarse las utilidades de manera considerable en un 80% un porcentaje que refleja una importante suma de dinero (López, 2014).

El programa temporal TARP en una publicación reciente en un artículo mostró que, el 20% de las veces de insatisfacción del cliente se debía a una mala actitud o errores del personal que está en contacto con los clientes, significando que para identificar las causas más profundas, se debe de trabajar en los procesos internos que el cliente no percibe para que de esta manera los colaboradores que están en contacto con los clientes tengan herramientas y respuestas adecuadas a la demanda de los clientes (Expansión, 2009).

El indicador económico de Estados Unidos American Customer Satisfaction Index (ACSI) evalúa anualmente cada año a diversos países del mundo con la intención de conocer el punto de vista de los clientes que tienen la experiencia de adquirir un producto o servicio dentro de las empresas. Señalando que países como Estados

Unidos y España no figuran entre los 10 primeros, siendo México representando a Latinoamérica la que se encuentra en una ubicación cercana a los países que encabezan la lista. El índice evalúa la atención en diferentes ámbitos como en gobierno, consultorías, educación, servicios en web, salud, soportes financieros, software, entre otros. Nueva Zelanda 92%, Canadá 90%, Noruega 90%, Australia 89%, Dinamarca 89%, México 88%, Israel 84%, Emiratos Árabes Unidos 84%, Brasil 83% y Rusia 83% (Mesa editorial, 2014).

Un estudio realizado por la compañía Aspect, a través de su director para América Latina habla sobre este segmento, en la que, en Estados Unidos, el millennial promedio interactúa con algún tipo de atención al cliente 65 veces por año, lo cual implica contactar al servicio del cliente cinco a seis veces cada mes, sin tener en cuenta que el 56% de este segmento decide dejar de ser cliente de una empresa por una mala experiencia (Bollar, 2017).

Las microempresas hoy en día no solo generan empleos y mueven la economía de los países también son promotoras del progreso de los colaboradores y lugares en la que operan. 2017 fue un año en la que el panorama global de negocios está cargado de altísima competitividad que ponen a prueba en la que los segmentos de la población a nivel local y global se encuentran disconformes con su desarrollo social y crecimiento económico. Este ha sido un tema de gran relevancia para el Foro Económico Mundial (WEF) en la que en América Latina llama la atención a todos los líderes desde los gobiernos hasta las organizaciones sin fines de lucro. Ante esto todos los sectores deben de estar preparados para reaccionar de manera proactiva hacia las preocupaciones sociales tanto de sus propios colaboradores y de su entorno, sin descuidar estrategias que le permitirán alcanzar sus objetivos de negocios, adaptándose a nuevos modelos que les permita permanecer en el mercado.

A nivel nacional. Según El Diario el Comercio en una publicación sostiene que nuestro país reúne características necesarias para demandar mejor atención a los clientes de América Latina y que posee un corazón de servicio porque son impulsores de la creatividad, manifestando que las empresas de comercio y telefonía están llevando a

cabo ciertas políticas de calidad. Luis García Tello, señala que el sector servicios genera 65 mil millones de soles de los 111 mil millones de soles del PBI acumulado entre el 2002 y el 2012 y que casi 60 de cada 100 empleados laboran en el mencionado sector, también refiere que los consumos adquiridos por los clientes son mayormente negativas que positivas, a lo cual las características que los peruanos resaltan se pueden mejorar introduciendo liderazgo, diseñando un prospecto adecuado con esquemas de gestión para el éxito, este proceso toma tiempo pero sería interesante aplicarla, cabe recalcar que en la actualidad ya se puede observar que el empleado interactúa con los clientes (Gestión ,2014).

A nivel local. En el Centro Cultural de Huaraz se llevó a cabo una capacitación sobre “Calidad en la Atención al cliente” para personal de contacto con los consumidores con la finalidad de perfeccionar diferentes niveles ocupacionales de la actividad turística. Se puede reflejar actualmente que existen muchos errores en lo que concierne a atención al cliente, debido a que las organizaciones no consideran un potencial importante para su empresa incrementar estrategias de servicios de calidad pese a que el cliente no tenga la razón se debería velar por su satisfacción de manera total al momento de cerrar una venta y hacerle pasar una experiencia inolvidable que recordará y por la que retornará al lugar (Integración, 2017).

El desarrollo del tema Atención al Cliente despertó cierto interés debido a que en el Distrito de Huaraz se puede percibir que los clientes han vivido ciertas experiencias en las cuales muestran insatisfacciones en los servicios adquiridos en los establecimientos en los que se llevan a cabo por parte de los colaboradores, resaltando cierto descontento, puesto que no utilizan procedimientos adecuados para la atención de manera personalizada.

El estudio en la Ciudad de Huaraz nos muestra la existencia de muchas falencias acerca de la atención al cliente, en la que los gerentes de las organizaciones deberían de tomar cartas en el asunto, puesto que superar este problema se muestra como un desafío en la que tienen que utilizar sus conocimientos y destrezas para conducir de manera correcta sus negocios en la mencionada Ciudad, en un mundo en el que la

globalización avanza, dejando en el camino a cientos de empresas por no adaptarse al cambio e innovar para su permanencia en el mercado en el que los directores empresariales deben de buscar la manera de impulsar a la región y a través de este incrementar la rentabilidad de sus negocios, contando con líderes que respondan con acciones reales para mejorar el estado del país. Huaraz, es una ciudad que crece y cuenta con diversas Micro y Pequeñas empresas que les permite invertir y generar ingresos. En lo que respecta al servicio del rubro Reparación de celulares en el Distrito de Huaraz, los centros que brindan este servicio no cuentan con la respectiva especialización en lo que concierne a marcas, no están debidamente capacitados, no brindan una atención adecuada, lo cual permite no satisfacer a los clientes; donde es importante conocer las herramientas en lo que respecta atención al cliente, implementadas con el pasar de los años, en la que los consumidores se ven en la necesidad de exigir una atención adecuada e ideal, de esta manera obtengan satisfacción y se vuelvan primordiales a sus solicitudes.

Por lo que se hace en mención anteriormente, el enunciado al problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018? Para poder dar respuesta al problema se plantea el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares del Distrito de Huaraz 2018. Para lograr el objetivo general se plantean los siguientes objetivos específicos: a) Conocer las principales características de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018. b) Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018. c) Identificar las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz, 2018. d) Elaborar un plan de mejora para la Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente y plan de mejora en las Micro y

Pequeñas empresas del sector servicios – rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018.

En el presente trabajo de investigación se conoció que es importante conocer las principales características e importancia de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018, además de qué manera se debe de poner en práctica y el impacto que causó dentro de las organizaciones. Así mismo permitirá concientizar a los colaboradores de las empresas del rubro reparación de celulares sobre la adecuada atención al cliente, también podrán identificar los errores con la intención de mejorar ciertos aspectos que permitirán lograr satisfacer y fidelizar a los clientes. De la misma manera la presente investigación servirá de referencia a los futuros investigadores que deseen profundizar en el tema de atención al cliente; puesto que las Micro y pequeñas empresas (MYPE) son entes principales contribuyentes de la actual economía del país, aportando al crecimiento y desarrollo del mismo.

Así mismo la metodología que se aplicó en el presente trabajo de investigación fue de nivel descriptivo ya que solo se describió las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, la variable y el contexto en el cual se presentaron y tipo cuantitativo porque en ella se plasmó las características de la atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares en la ciudad de Huaraz. En cuanto al diseño de la investigación fue no experimental, debido a que se observaron los fenómenos tal cual se dieron en su estado natural, así mismo fue transversal, ya que los datos fueron recolectados en un solo momento.

La población en estudio estuvo conformada por una muestra de 32 establecimientos, utilizándose la técnica de sondeo con denominación micro empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares del Distrito de Huaraz, por ser el total de empresas que se encontraron activas en el momento que se llevó a cabo la investigación.

En cuanto a la técnica de investigación se consideraron las encuestas utilizándose para ello como instrumento de recolección de datos el cuestionario el cual estuvo estructurado con 53 preguntas; 6 de ellas orientadas a obtener información de los representantes, 6 orientadas a obtener información de las micro y pequeñas empresas del rubro reparación de celulares, 10 dirigidas a la gestión de calidad y 31 a la atención al cliente. Se utilizó preguntas politómicas y con escala de Likert con 5 opciones de respuesta.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Rubio (2016) en su tesis titulada *La Gestión de Calidad Relacionado con el Servicio al Cliente en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016* presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote para optar el Grado de Magister en Administración se formuló como Objetivo General Determinar la Relación que existe entre Gestión y los Factores Demográficos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016. En el presente estudio se realizó una investigación de nivel relacional, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transversal, la técnica que se utilizó fue la encuesta. La población estuvo constituida por una muestra de 185 pacientes de la Clínica Robles que se atendieron por consulta externa registrados en los meses de julio, agosto y setiembre del 2016 a los cuales se les aplicó 2 cuestionarios el primero que se refirió a los factores democráticos y expectativas de los pacientes, el siguiente referido a la atención que reciben dentro del establecimiento. Los datos que se obtuvieron permiten sustentar que el 63.8% de pacientes pertenecen al sexo masculino, un 43.2% tienen entre 37 a 50 años, el 53.5% tiene educación superior universitario, el 67% son trabajadores, el 62.2% de pacientes son casados, el 33,4% indican tener una mensualidad de S/. 4,000.00, un 53.5% de pacientes se encuentran insatisfechos de la atención que reciben. Las dimensiones en cuanto a la atención del cliente refieren satisfacción son: Aspectos tangibles en un 66.5%, capacidad de respuesta con un 60%, fiabilidad con un 56.8%, Seguridad en un 56.8% y Empatía 56.2%. En conclusión el presente trabajo de investigación evidencia la insatisfacción de los clientes en cuanto al servicio recibido por los que conforman la clínica, pero se encuentran satisfechos con otros aspectos de la clínica.

Arrascue & Segura (2016) en su tesis titulada *Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción del Cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte "Clinifer" Chiclayo, 2015* presentada a la Universidad Señor de Sipán para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, en el cual se planteó el

siguiente objetivo Determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER”. En el presente estudio se realizó una investigación de diseño no experimental cuantitativa descriptiva correlacional en la cual la población estuvo compuesta por 9 trabajadores y 32 clientes, en la cual se llevó a cabo la técnica la encuesta a través de un cuestionario con 26 preguntas. Los resultados permiten sustentar que los encuestados en su mayoría que la Clínica cuenta con un equipamiento moderno , ambientes amplios y limpios 89%, el tiempo de espera es adecuado 100%, los reclamos son atendidos inmediatamente 33% y en desacuerdo 67%, la clínica ofrece atención individualizada 100%, los colaboradores son amables 89% y en desacuerdo 10%, el servicio es útil 100%, volvería a solicitar el servicio en la clínica 75% y por último el servicio fue complacido con la satisfacción brindada 97%, llegando a la conclusión de que calidad es hacerlo bien a la primera y conformarse con los requisitos previos, concluyendo que para mejorar la calidad en atención al cliente y completa satisfacción debe de realizar un mantenimiento de infraestructura, instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria.

Ríos (2015) en su tesis titulada *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco año 2014* presentada a la Universidad Católica los Ángeles Chimbote para optar el título de Licenciado en Administración, en la cual se formuló el siguiente objetivo Determinar los principales factores que inciden en la Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del Distrito de Huanchaco, año 2014”. La presente investigación fue de tipo no experimental – descriptivo, la cual se llevó a cabo con una muestra de 20 restaurantes con una población de 180, utilizando como instrumento la encuesta, lo cual estuvo conformado por 19 preguntas. Los resultados que se obtuvieron en el mismo son: En lo que respecta a la Gestión de calidad, el 50% de los encuestados manifiesta que los factores principales que generan calidad en el servicio es la buena atención a los clientes. El

60% de los encuestados señala que la rentabilidad de sus negocios radica en que su capital asciende de 11, 000 a 15, 000.

Ramírez (2018) en su trabajo de investigación que lleva por título *Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, venta de Repuestos para Motocicletas, Distrito de Yarinacocha, año 2018* presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, en la cual se formuló como objetivo general Investigar si las Mypes del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas del Distrito de Yarinacocha, se gestionan con calidad y enfoque en atención al cliente previa a la identificación de las expectativas del cliente. En el presente trabajo de investigación fue de diseño no experimental, tipo cuantitativo, nivel descriptivo, en la cual se realizó una encuesta en la que se aplicó un cuestionario de 19 preguntas obteniéndose los siguientes resultados: El 57,1% de los representantes tienen de 29 a 39 años de edad, el 71,4% de empresarios pertenecen al sexo masculino, el 51,7% de las empresas en el rubro cuentan con una permanencia en el mercado de 4 a 6 años, el 71,4% de los establecimientos cuentan de 1 a 4 colaboradores, el 71,4% señala no conocer acerca de la práctica de la gestión de calidad, el 57,1% señala que las organizaciones no invierten para mejorar el servicio, el 85,7% de los empresarios reconocen que si brindan una buena atención atraeran nuevos clientes y el 71,4% manifiesta que no miden la atisfacción del cliente.

Sales (2016) en su trabajo de investigación que lleva por título *Caracterización de la Capacitación en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro de Hoteles de Tres Estrellas del Distrito de Huaraz, 2016* presentada a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, en la cual se formuló como objetivo general Describir las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. En el presente trabajo de investigación se utilizó el tipo de investigación descriptiva, nivel cuantitativa y diseño transversal,

en la que se aplicó la técnica de la encuesta. La población estuvo constituida por 18 colaboradores de la empresa aplicándosele un cuestionario de 15 preguntas cerradas. Donde el 45,5% de los usuarios señalan que los empleados nunca se muestran amables, el 40,9% manifiesta que siempre son amables, el 13,6% indica que a veces se les brinda un servicio rápido, el 31,8% manifiesta que los empleados desconocen información acerca del hotel que no pueden despejar las dudas de los clientes, un 31,8% afirma que sólo en algunas ocasiones se establece empatía con el colaborador en el momento de solicitar el servicio, con estos resultados se puede percibir la calidad de servicio al cliente como deficiente. Del mismo modo el 36,4% manifiesta que nunca los colaboradores informan al cliente la hora en que concluirá el servicio, un 27,3% señala que regularmente el colaborador es capaz de escuchar y despejar dudas adecuadamente a los requerimientos de los clientes, un 36,4% opina que cuando el usuario tiene alguna dificultad no se interesan en solucionarlo, el 36,4% afirman que a veces se les brinda una atención personalizada, el 18,2% opinaron que la atención por primera vez la realizan bien, el 31,8% indica que sólo en ocasiones los colaboradores del hotel culminan el servicio en la hora establecida, esto muestra que es muy importante conocer las necesidades del cliente y adaptarse a ello. En conclusión los resultados muestran la importancia de conocer las necesidades de los clientes, la adaptación al mismo, desconocimiento del colaborador en cuanto a sus labores y que no se llevan a cabo capacitaciones para superar los problemas.

Kano (2017) en su tesis titulada *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de nuevo chimbote - 2016*, presentada a la Universidad los Ángeles de Chimbote para optar el grado académico de Magister en Administración, se formuló como objetivos Determinar el nivel de gestión de calidad a través de la atención al cliente y el nivel de competitividad de micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el Distrito de Nuevo Chimbote, año 2016. En el presente trabajo de investigación se empleó la metodología de diseño no experimental transversal por lo que se recolectaron datos en un momento único y tipo correccional descriptivo simple, utilizando como

instrumento la encuesta, en la cual se aplicó un cuestionario de 10 preguntas, realizándose 12 encuestas por establecimiento con una muestra de 60 clientes pertenecientes al Distrito de Nuevo Chimbote. Los resultados que se obtuvieron en el presente trabajo de investigación fueron: Con respecto a la Gestión de calidad en atención al cliente, el 43% de la población menciona que se encuentra muy satisfecho, un 40% señala que se encuentra satisfecho, el 53% menciona que aplican técnicas de promoción, publicidad y ventas. Respecto a la relación de gestión y competitividad, un 58% de la población señala que reciben buena atención, un 65% determinan que presentan calidad en el producto, un 47% manifiesta que es fiel al establecimiento comercial, lo cual se encuentra en un nivel satisfactorio.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) son unidades económicas que se dedican a llevar a cabo actividades de comercialización de bienes, producción, extracción y transformación los cuales contribuyen al progreso y desarrollo del pueblo (Expreso, 2018).

Las Micro y Pequeñas empresas son pequeños negocios que son considerados generadores de empleos que impulsan el desarrollo y crecimiento económico, lo cual reduce la pobreza en los países en la que se desarrollan. Actualmente el papel que realizan las MYPE causan gran relevancia por su contribución al país, de manera que si los empresarios crecen, generan puestos de trabajo, porque requiere mayor mano de obra, permiten incrementar ventas y lograr mayores beneficios, lo cual contribuye a la formación del Producto Bruto Interno (CENTRUM Católica). A pesar de ello las MYPE atraviesan dificultades para mantener la supervivencia a largo plazo, lo cual se puede percibir que su existencia en el mercado es pasajera que se hace notar más en países en desarrollo a diferencia de países desarrollados, lo cual hace que la probabilidad de existencia mayor a cinco años sea baja.

Las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú

En el Perú actualmente las MYPE son primordiales para la economía del país, así lo resalta las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), que refieren a las micro y pequeñas empresas las cuales demuestran que la participación de las MYPE en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005). De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas. Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (CENTRUM Católica).

Ley MYPE 30056

El objetivo de la Ley es promover la formalización, competitividad y desarrollo de las de las Micro y pequeñas empresas enmarcando el proceso de la promoción del empleo, formalización e inclusión social y formalización económica en condiciones de suficiencia y dignidad. Su importancia radica en: a) Generan un gran número de empleo, b) Disminuyen el índice de pobreza generando ingresos monetarios, c) Incentivan a la población a emprender negocios, d) Son el motor principal de desarrollo en el sector privado, e) Generan ingreso nacional y aportan al desarrollo y crecimiento económico (Castillo, 2016).

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Las Micro, pequeñas y medianas empresas están sujetas a los niveles de ventas anuales ubicándose en las siguientes categorías: a) Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT S/.592,500, b) Pequeña Empresa: Ventas

anuales superiores a 150 UIT + S/.592,500 y hasta el monto máximo de 1700 UIT S/.6'715,000, c) Mediana Empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT S/.6'715,000 y hasta el monto máximo de 2300 UIT S/.9'085,000.

Gestión de calidad

La Gestión de Calidad es una colección de métodos, utilizables puntual y aisladamente para el control de la calidad de productos y procesos administrativos. La Gestión de Calidad encierra varios conceptos en la cual se puede decir que de los métodos que se aplican dentro de las organizaciones depende la satisfacción de los clientes que adquieren un producto y/o servicio cubriendo las expectativas que poseen los consumidores, esta experiencia es la que hará que los clientes retornen nuevamente al lugar de compra recomendando el servicio a otros. Hoy en día aquella organización que no se adapte al cambio y no implante calidad en su negocio tiene pocas probabilidades de subsistencia y corren el riesgo de ser desplazadas del mercado, lo cual requiere que las organizaciones innoven permanentemente y ofrezcan el mejor de sus servicios (Camisón, 2006; pp 50-51).

La Gestión de Calidad o Sistema de Gestión de Calidad son un conjunto de normas que pertenecen a una empresa, están entrelazadas entre sí, dentro de las cuales es la misma la que podrá administrar de manera ordenada la calidad, donde su deber será mejorarla continuamente. Entre las mencionadas normas se consideran: La estructura de la organización, que está conformada por niveles directivos y de gestión, el manual de responsabilidades de los colaboradores y de los departamentos con que cuenta la organización; así mismo se controlan las acciones de la organización, persiguiendo objetivos y logrando metas. La finalidad de este proceso es lograr la satisfacción de los clientes y que forjen un lazo fuerte mediante el servicio y/o producto que ofrecen y esto será factible si se logra cumplir con los requerimientos de los consumidores (Ucha, 2011).

Gestión de Calidad con el Ciclo de Deming

El ciclo de Deming también conocido como PHVA (Planificar – Hacer – Verificar – Actuar) es considerado uno de las mejores herramientas utilizado en la planificación y la mejora de la calidad, NORMA UNIT - ISO 9000, la cual reinicia con un nuevo plan comenzando otro ciclo de mejora. a) Planificar, es la etapa en la que se establecen los objetivos y procesos necesarios para de esta manera conseguir ciertos resultados que estén de acuerdo con los requerimientos de los clientes y políticas de la organización, en la cual se toman en cuenta: Realizar el análisis de la situación actual, establecer los principios y objetivos, fijar los medios para lograr dichos objetivos y adjudicar los recursos para gestionar dichos medios, b) Hacer, implementando los procesos, ejecutando y aplicando dichas tareas tal y como han sido planificadas, c) Verificar, realizando el seguimiento y medición de los procesos y los productos con respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto e informar resultados, d) Actuar, tomando acciones respectivas para la mejora continua de los procesos, de manera que si hay que modificar el modelo se retorna a la etapa de planificación (Técnicas, 2009).

Atención al Cliente

La atención al cliente es el conjunto de procesos, acciones y ejecuciones que los clientes esperan aparte de los productos a adquirir, a través de su costo e imagen (Schnarch, 2013). De acuerdo a Parasuranam (1993) citado por (Coello, s.f) indica que el enfoque de las organizaciones rumbo a la satisfacción de los clientes, es la práctica que hoy en día las organizaciones deben de implantar con el propósito de lograr ventajas competitivas para lograr ser superiores en el mercado. La característica principal de la ventaja competitiva está dirigida por los requerimientos y las necesidades de los usuarios, utilizando estos términos las organizaciones de englobar a los clientes finales, empleados, accionistas, sociedad, etc.

Cliente, es aquella persona que acude a una organización con la intención de

adquirir un producto y/o servicio de manera voluntaria con la finalidad de satisfacer sus necesidades, es la motivación principal de las organizaciones para producir, fabricar y comercializar productos (Thompson, 2009).

Todas las organizaciones tienen cuatro 4 responsabilidades claves: a) Brindar satisfacción a los usuarios, b) Lograr un grado de satisfacción alto superior al de los competidores, c) Conservar a los clientes con un propósito de largo plazo, d) Obtener ganancias de cuota de mercado. De esta manera se puede definir a los clientes como personas que acuden a una organización para adquirir un producto y/o servicio y puede denominarse interno o externo, cliente Interno viene a ser la persona que pertenece a la empresa y desarrolla su trabajo de acuerdo a las funciones establecidas por la organización y cliente externo que viene a ser la persona que no labora en la organización, pero que recibe atención de productos del establecimiento organizacional (Coello, s.f.).

Definiciones de las dimensiones de la calidad del Servicio.

Cámison (2006) señala que la referencia más común para determinar las dimensiones de la calidad del servicio es la aportada por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) quienes establecieron criterios con la intención de que los usuarios juzguen la calidad de un servicio, las cuales se encuentran entrelazada entre sí y su importancia varía de acuerdo al tipo de servicio que brindan a los mismos. A partir de las dimensiones aportadas los clientes evalúan productos y servicios que son adquiridos, originándose diferencias entre lo deseado y recibido entre lo que significa satisfacción e insatisfacción como consecuencia de calidad del servicio ofrecido (Schnarch, 2013; pp 340-347).

- Tangibles, se consideran la apariencia de las instalaciones físicas, el mantenimiento y la modernidad de los equipos, el aspecto de los materiales de comunicación y la apariencia física de las personas, las cuales evidencian los beneficios que obtienen los usuarios al adquirir un producto o servicio.

- Confiabilidad, entendida como la capacidad de cumplir bien a la primera con los compromisos adquiridos, consiste en respetar lo prometido a los clientes, otorgándole productos y servicios de acuerdo a lo establecido, en la que los clientes tienen la plena seguridad de que es el producto esperado.
- Sensibilidad, que determina disponibilidad para atender a los clientes con rapidez, procesando rápidamente operaciones respondiendo a las demandas solicitadas, en este sentido estar al pendiente de sus necesidades para poder solucionar sus problemas de manera correcta y esperada por ellos.
- Competencia, que alude a la posesión por las personas de las actitudes y aptitudes necesarias para la correcta prestación del servicio por parte del personal, y la capacidad de los directivos. Esto se lleva a cabo demostrando lo adquirido en la preparación para poder desempeñarse en el cargo y de esta manera pueda reflejarse de que se trata de personas bien preparadas.
- Cortesía, entendida como amabilidad, atención, consideración y respeto con el que el cliente es tratado por el personal de contacto, lo cual genera confianza y buen impacto. La cortesía es una virtud que no todos lo poseen y que debe de ser valorado por los directivos el hecho de contar con personal de esta magnitud que siempre están dispuestos a brindar un adecuado trato a los clientes.
- Credibilidad, indica veracidad y honestidad en la prestación del servicio para la satisfacción del cliente, de esto depende que el mismo tenga la plena seguridad de que eligió correctamente. Ofrecer productos expresando aspectos reales del mismo para generar buena impresión del cliente.
- Seguridad, como inexistencia de peligros, riesgos o dudas. Es indispensable para los que conforman la organización y los clientes trabajar en un ambiente que propicie seguridad, la cual crea confianza y permite trabajar con la seguridad del caso también los clientes se sienten felices porque tienen la seguridad de que nada les pasará.

- Acceso, representativa de la facilidad en el contacto con los clientes con la intención de no hacerles esperar más de lo normal, que esté ubicado conveniente y que establezca su horario de atención de manera adecuada, lo cual favorece que el lugar de atención esté siempre lleno y cada vez más crezca.

- Comunicación, como indicador de la habilidad para escuchar al cliente, mantenerlo informado y utilizar un mismo lenguaje, para que de esta manera haya fluidez y buen entendimiento entre ambos, las relaciones que se puedan llevar de manera correcta son aquellas que consecuentemente producen excelentes resultados. Es pieza clave dentro de la organización, de ello dependerá brindar un servicio esperado por el cliente, a través de la comunicación de la empresa – cliente o a través de las recomendaciones de personas cercanas a su círculo (Pizzo, 2013).

- Comprensión, para denominar el esfuerzo en conocer al cliente y sus necesidades, esmerarse en brindar atención personalizada, de esta manera podremos saber cuáles son sus expectativas acerca del producto y/o servicio que le estamos ofreciendo y podamos captar lo que en realidad prefiere lo cual permitirá atender a un cliente satisfecho.

2.3. Marco Conceptual de la Investigación

Sector Servicios

Sector Servicios, son aquellos negocios o actividades que se dedican a ofrecer servicios los cuales no implican la producción de bienes materiales con el fin de satisfacer las diferentes necesidades del público (Pérez & Merino, 2014).

Las micro y pequeñas empresas de reparación de celulares y la gestión de calidad bajo el enfoque al cliente

La reparación de celulares es un negocio que día a día crece, y en el mundo cada vez más demanda la necesidad de mandar a reparar un celular que por diversos motivos requiere la atención de personal que tenga conocimiento del caso, siendo un negocio factible, que dependerá de la ubicación del mismo y la manera de atender a los clientes. El negocio que se realiza en los establecimientos de reparación de celulares, la ganancia generalmente no está en el arreglo de pantallas, sino en los accesorios que se ofrecen en el lugar. La ingenuidad de las personas hace que manden a reparar su teléfono celular en las compañías a la que pertenecen, sin embargo mandarlo a reparar en los establecimientos de reparación de celulares resultan más cómodo e incluso se pueden dar en un solo momento. Los negocios que se llevan a cabo en los establecimientos de reparación de celulares son locales, significando que este rubro aunque tenga competencia en lugares lejanos existen clientes que se sentirán mucho más cómodos recogerlo en un tiempo determinado que podrían ser 1 ó 2 horas, porque existen personas las cuales no pueden desprenderse de su celular por mucho tiempo. La atención que se brinde en estos establecimientos servirán como antecedentes de recomendación o no, los clientes tomarán las experiencias vividas dentro del establecimiento como satisfactorias o no satisfactorias (Cómo empezar un negocio de reparación de celulares, 2015).

Gestión de Calidad

Son aquellos métodos que son aplicados por las organizaciones a través de personas preparadas tales como: gerentes, directivos, productores, consultores los cuales buscan mejorar la productividad y competitividad (Ucha, 2011).

Atención al cliente

Es la práctica de la calidad de percepción, el cual funciona como una especie de filtro, permitiendo evaluar cuales son de mayor prioridad y relevancia, del mismo

modo es un mecanismo que controla y regula los procesos en los que se llevan a cabo. (Pérez & Merino, 2008).

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018; no se planteó una hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación utilizada en el presente trabajo de investigación fue no experimental, transversal y descriptivo.

Fue no experimental, debido a que se observó tal y como se presentan en el contexto, sin realizar ninguna variación en lo que concierne a la realidad.

Fue transversal porque los datos se registraron en un momento único, de manera que tuvo inicio y final.

Fue descriptivo, porque a través de ello se especificó la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares del distrito de Huaraz, 2018.

4.2. Población y Muestra

Población. La población estuvo conformada por un total de 95 establecimientos del sector servicios, rubro reparación de celulares, el cual fue obtenido mediante la técnica del sondeo.

Muestra. Se utilizó una muestra de 32 establecimientos, debido a que se encontraron disponibles y prestos a colaborar en el momento que se le solicitó brindar el desarrollo de la encuesta.

4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al cliente	Representantes de las Micro y Pequeñas empresas	Edad	a) 18-30 Años b) 31-50 Años c) 51 a más años	Razón
		Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Estado civil	a) Soltero b) Casado	
		Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria	Ordinal
		Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Experiencia en el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años	Razón
	Micro y Pequeñas empresas	Tiempo de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	
		Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores.	
		Personas que trabajan en la empresa	a) Familiares b) Personas no familiares.	Nominal

		Objetivo de creación	a) Generar ganancia b) Subsistencia	
		Tipo de constitución de la empresa	a) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) b) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL) c) Sociedad Anónima Cerrada (SAC) d) Sociedad Anónima (SA)	Nominal
		Nivel de ingreso promedio	a) De s/.1.00 a s/. 51,875.00 b) De s/. 51,875.00 a s/. 587,916.00 c) Más de s/. 587,916.00	Razón
Gestión de calidad: Es un conjunto de normas que pertenecen a una empresa, están entrelazadas entre sí, dentro de las cuales es la misma la que podrá administrar de manera ordenada la calidad, donde su deber será		Gestión de calidad en el establecimiento.	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	Likert
		Diagnóstico de problemas de los clientes	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Procesos necesarios para satisfacción de los clientes	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre	

	Mejorarla continuamente (Ucha, 2011).		Siempre	
		Capacitación al personal	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Solución de problemas de la empresa	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Implementación de planes	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	Likert
		Seguimiento y medición de procesos	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Informe de resultados	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Acciones para la mejora de procesos	Nunca Muy pocas veces Algunas veces	

			Casi siempre Siempre	
		Informe de procesos de mejora	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
	Atención al Cliente: Es el conjunto de procesos, acciones y ejecuciones que los clientes esperan aparte de los productos a adquirir, a través de su costo e imagen (Schnarch, 2013).	Facilidad de atención al cliente a través de instalaciones	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Equipos de reparación actualizados	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Uso de materiales adecuados de trabajo	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Uso de uniforme por el personal	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Expectativas de solución de problemas	Nunca Muy pocas veces	

			Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Solución eficaz y oportuna de reclamos	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Cumplimiento de trato establecido	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Apoyo en las necesidades de los clientes	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	Likert
		Capacidad de atención rápida	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Actitudes y aptitudes del personal	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	

		Capacidad de los directivos en la toma de decisiones	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Vocación de servicio	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Trato amable	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Preferencia de clientes por la empresa	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Trato equitativo e igualitario	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Respeto a los clientes	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre	

			Siempre	
		Veracidad y transparencia en el trato	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Honestidad, cimientto para la correcta relación con los clientes	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Seguridad en cuanto al cumplimiento de expectativas	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	Likert
		Personal profesional en el rubro	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Cortesía, aspecto fundamental en la atención	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Confianza con el trabajo encomendado	Nunca Muy pocas veces Algunas veces	

			Casi siempre Siempre	
		Puntualidad en cuanto a la apertura y cierre de local	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Fácil acceso a la empresa	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Facilidad en cuanto al horario de atención	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Problemas escuchados referidos a la atención	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Aclaración de dudas e inquietudes	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Lenguaje común y coherente	Nunca Muy pocas veces	

			Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Comprensión y entendimiento de la situación	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Atención personalizada	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	
		Conocimiento al detalle de necesidades del cliente	Nunca Muy pocas veces Algunas veces Casi siempre Siempre	

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

El presente trabajo de investigación fue aplicado utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento para la recolección de datos se llevó a cabo a través del cuestionario, que consta de 53 preguntas los cuales refieren las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, características de las Mypes y las variables en estudio: Gestión de calidad y atención al cliente, utilizándose preguntas dicotómicas y la escala de Likert.

4.5. Plan de Análisis

La recolección de datos en el presente trabajo de investigación se llevó a cabo en 32 establecimientos de reparación de celulares previa coordinación con los representantes de las Mypes, a los cuales se les entregó el consentimiento informado, quienes se mostraron gustosos de colaborar con nosotros respondiendo al cuestionario que se les presentó. El informe de la presente investigación se editó en el programa Word, los datos que se obtuvieron mediante la aplicación de la técnica e instrumentos utilizados fueron ingresados al programa estadístico de cómputo SPSS versión 23 para el respectivo procesamiento, obteniendo una fiabilidad del 90,6% a través del Alfa de Cronbach, lo cual asegura que el trabajo de investigación es fiable, a través de las cuales se hizo un análisis de cada uno de los resultados.

4.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del rubro Reparación de Celulares, Distrito de Huaraz, 2018?	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas, sector servicios del Distrito de Huaraz 2018. <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer las principales características de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018. - Describir las principales 	<p>Gestión de Calidad</p> <p>Es un conjunto de normas que pertenecen a una empresa, están entrelazadas entre sí, dentro de las cuales es la misma la que podrá administrar de manera ordenada la calidad, donde su deber será mejorarla continuamente.</p> <p>Atención al Cliente</p>	<p>Población: La población estuvo conformada por un total de 95 establecimientos del sector servicios, rubro reparación de celulares, el cual fue obtenido mediante la técnica del sondeo.</p> <p>Muestra: Se utilizó una muestra de 32 establecimientos, debido a que se</p>	<p>Diseño de la investigación:</p> <p>Fue no experimental, transversal y descriptivo</p> <p>No experimental, debido a que se observó tal y como se presentan en el contexto, sin realizar ninguna variación en lo que concierne a la realidad.</p> <p>Tranversal porque los</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>El informe de la presente investigación se editó en el programa Word, los datos que se obtuvieron mediante la aplicación de la técnica e instrumentos utilizados fueron ingresados al programa estadístico de cómputo SPSS versión 23 para el respectivo procesamiento, obteniendo</p>

	<p>características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las principales características de la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente del sector servicios - rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018. - Elaborar un plan de mejora para la Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios – rubro Reparación de Celulares del Distrito de Huaraz, 2018. 	<p>El enfoque de las organizaciones rumbo a la satisfacción de los clientes, es la práctica que hoy en día las organizaciones deben de implantar con el propósito de lograr ventajas competitivas para lograr ser superiores en el mercado.</p>	<p>encontraron disponibles y prestos a colaborar en el momento que se le solicitó brindar el desarrollo de la encuesta.</p>	<p>datos se registraron en un momento único, de manera que tuvo inicio y final.</p> <p>Descriptivo porque a través de ello se especificó la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares del distrito de Huaraz, 2018.</p>		<p>una fiabilidad del 90,6% a través del Alfa de Cronbach, lo cual asegura que el trabajo de investigación es fiable, a través de las cuales se hizo un análisis de cada uno de los resultados.</p>
--	--	---	---	--	--	---

4.7. Principios Éticos

Los principios éticos que se practicaron en el presente trabajo de investigación son:

- **Respeto por la dignidad humana:** Se respetó los distintos comentarios, ideas, hábitos y creencias de cada representante de las micro y pequeñas empresas.
- **Justicia:** Debido a que las opiniones vertidas con la finalidad de edificar a los estudiantes, se enumeraron las fuentes de la información extraída para que se reconozca a los autores, y los conceptos mencionados se manifiestan de forma proporcional.
- **Protección a las personas:** Utilizándose información adecuada en la investigación, debido a que se respetó la información extraída de diversas fuentes, preservando trabajos excelentes de aquellas personas que dedicaron su tiempo y espacio.
- **Beneficencia y no maleficencia:** Toda comunicación que se tuvo con el representante fue de manera cuidadosa y respetuosa.
- **Consentimiento informado y expreso:** Solo se trabajó con los representantes de las MYPE que aceptaron voluntariamente participar en el presente trabajo de investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Datos generales	n	%
Edad del representante		
18-30 Años	17	53.10
31-50 Años	14	43.80
51 a más años	1	3.10
Total	32	100.00
Género del representante		
Masculino	23	71.88
Femenino	9	28.12
Total	32	100.00
Estado civil		
Soltero	25	78.12
Casado	7	21.88
Total	32	100.00
Grado de instrucción		
Secundaria	2	6.25
Superior no universitario	12	37.50
Superior universitario	18	56.25
Total	32	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	19	59.38
Administrador	13	40.62
Total	32	100.00
Experiencia en el cargo		
0 a 3 años	15	46.88
4 a 6 años	11	34.38
7 a más años	6	18.74
Total	32	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas del rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

De la empresa	n	%
Tiempo de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	14	43.74
4 a 6 años	11	34.38
7 a más años	7	21.88
Total	32	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	30	93.74
6 a 10 trabajadores	1	3.13
11 a más trabajadores	1	3.13
Total	32	100.00
Personas que trabajan		
Familiares	17	53.12
No familiares	15	46.88
Total	32	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	30	93.74
Subsistencia	1	3.13
Otro	1	3.13
Total	32	100.00
Tipo de constitución de la empresa		
EIRL	22	68.75
SRL	4	12.50
SAC	4	12.50
SA	2	6.25
Total	32	100.00
Nivel de ingreso promedio		
De S/.1 sol a 51,875	30	93.74
De S/. 51,875 a S/. 587,916	1	3.13
Más de S/.587,916	1	3.13
Total	32	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas del rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Gestión de Calidad	n	%
Gestión de calidad en el establecimiento		
Nunca	2	6.25
Algunas veces	7	21.88
Casi siempre	13	40.62
Siempre	10	31.25
Total	32	100.00
Diagnóstico de problemas de los clientes		
Algunas veces	8	25.00
Casi siempre	12	37.50
Siempre	12	37.50
Total	32	100.00
Procesos necesarios para satisfacción de los clientes		
Algunas veces	2	6.24
Casi siempre	17	53.13
Siempre	13	40.63
Total	32	100.00
Capacitación al personal		
Muy pocas veces	1	3.13
Algunas veces	6	18.74
Casi siempre	12	37.50
Siempre	13	40.63
Total	32	100.00
Solución de problemas de la empresa		
Muy pocas veces	2	6.24
Algunas veces	3	9.38
Casi siempre	11	34.38
Siempre	16	50.00
Total	32	100.00
Implementación de planes		
Algunas veces	7	21.88
Casi siempre	14	43.74
Siempre	11	34.38
Total	32	100.00

Continúa...

Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Seguimiento y medición de procesos	n	%
Muy pocas veces	5	15.62
Algunas veces	5	15.62
Casi siempre	11	34.38
Siempre	11	34.38
Total	32	100.00
Informe de resultados		
Muy pocas veces	2	6.25
Algunas veces	6	18.75
Casi siempre	11	34.38
Siempre	13	40.62
Total	32	100.00
Acciones para la mejora de procesos		
Muy pocas veces	1	3.13
Algunas veces	6	18.74
Casi siempre	8	25.00
Siempre	17	53.13
Total	32	100.00
Informe de procesos de mejora		
Muy pocas veces	2	6.25
Algunas veces	2	6.25
Casi siempre	18	56.25
Siempre	10	31.25
Total	32	100.00
Atención al Cliente		
Facilidad de atención al cliente a través de instalaciones		
Muy pocas veces	2	6.24
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	13	40.63
Siempre	16	50.00
Total	32	100.00
Equipos de reparación actualizados		
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	9	28.13
Siempre	22	68.74
Total	32	100.00

Continúa...

Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Uso de materiales adecuados de trabajo	n	%
Nunca	3	9.36
Muy pocas veces	1	3.13
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	5	15.63
Siempre	22	68.75
Total	32	100.00
Uso de uniforme por el personal		
Nunca	11	34.37
Muy pocas veces	3	9.38
Algunas veces	8	25.00
Casi siempre	3	9.38
Siempre	7	21.87
Total	32	100.00
Expectativas de solución de problemas		
Algunas veces	3	9.38
Casi siempre	9	28.12
Siempre	20	62.50
Total	32	100.00
Solución eficaz y oportuna de reclamos		
Nunca	1	3.12
Algunas veces	4	12.50
Casi siempre	12	37.50
Siempre	15	46.88
Total	32	100.00
Cumplimiento de trato establecido		
Casi siempre	12	37.50
Siempre	20	62.50
Total	32	100.00
Apoyo en las necesidades de los clientes		
Algunas veces	2	6.25
Casi siempre	4	12.50
Siempre	26	81.25
Total	32	100.00
Capacidad de atención rápida	n	%
Nunca	2	6.24
Algunas veces	4	12.50

Continúa...

Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Capacidad de atención rápida	n	%
Casi siempre	9	28.13
Siempre	17	53.13
Total	32	100.00
Actitudes y aptitudes del personal		
Nunca	1	3.13
Muy pocas veces	1	3.13
Algunas veces	3	9.37
Casi siempre	11	34.37
Siempre	16	50.00
Total	32	100.00
Capacidad de los directivos en la toma de decisiones		
Algunas veces	5	15.63
Casi siempre	4	12.50
Siempre	23	71.87
Total	32	100.00
Vocación de servicio		
Muy pocas veces	3	9.37
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	11	34.37
Siempre	17	53.13
Total	32	100.00
Trato amable		
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	8	25.00
Siempre	23	71.87
Total	32	100.00
Preferencia de clientes por la empresa		
Casi siempre	12	37.50
Siempre	20	62.50
Total	32	100.00
Trato equitativo e igualitario		
Casi siempre	9	28.13
Siempre	23	71.87
Total	32	100.00
Respeto a los clientes		
Casi siempre	6	18.75
Siempre	26	81.25
Total	32	100.00

Continúa...

Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Veracidad y transparencia en el trato	n	%
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	6	18.74
Siempre	25	78.13
Total	32	100.00
Honestidad, cimiento para la correcta relación con los clientes		
Algunas veces	2	6.25
Casi siempre	6	18.75
Siempre	24	75.00
Total	32	100.00
Seguridad en cuanto al cumplimiento de expectativas		
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	9	28.13
Siempre	22	68.74
Total	32	100.00
Personal profesional en el rubro		
Algunas veces	5	15.63
Casi siempre	7	21.87
Siempre	20	62.50
Total	32	100.00
Cortesía, aspecto fundamental en la atención		
Casi siempre	10	31.25
Siempre	22	68.75
Total	32	100.00
Confianza con el trabajo encomendado		
Casi siempre	7	21.87
Siempre	25	78.13
Total	32	100.00
Puntualidad en cuanto a la apertura y cierre de local		
Nunca	2	6.24
Algunas veces	7	21.88
Casi siempre	8	25.00
Siempre	15	46.88
Total	32	100.00
Fácil acceso a la empresa		
Muy pocas veces	2	6.25

Continúa...

Concluye...

Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Fácil acceso a la empresa	n	%
Casi siempre	12	37.50
Siempre	18	56.25
Total	32	100.00
Facilidad en cuanto al horario de atención		
Casi siempre	14	43.75
Siempre	18	56.25
Total	32	100.00
Problemas escuchados referidos a la atención		
Casi siempre	13	40.63
Siempre	19	59.37
Total	32	100.00
Aclaración de dudas e inquietudes		
Casi siempre	9	28.13
Siempre	23	71.87
Total	32	100.00
Lenguaje común y considerable		
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	4	12.50
Siempre	27	84.37
Total	32	100.00
Comprensión y entendimiento de la situación		
Algunas veces	2	6.25
Casi siempre	6	18.75
Siempre	24	75.00
Total	32	100.00
Atención personalizada		
Algunas veces	1	3.13
Casi siempre	13	40.63
Siempre	18	56.24
Total	32	100.00
Conocimiento al detalle de necesidades del cliente		
Algunas veces	2	6.25
Casi siempre	8	25.00
Siempre	22	68.75
Total	32	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas del rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 4

Plan de mejora de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Problema	Causa	Solución – Aplicación de mejora	Responsables
Involucra a la gente correcta para gestionar calidad en su establecimiento.	No todos los líderes son conscientes de la importancia de contratar personal con aptitudes y preparación profesional.	Programar charlas periódicas a los propietarios del negocio sobre la importancia del adecuado reclutamiento de personal.	Propietario
Recopila datos disponibles para diagnosticar los diversos problemas e inquietudes de los clientes.	Los líderes en su mayoría no saben qué es lo que opinan los clientes acerca del servicio adquirido y si se cumplió o no con sus expectativas.	Instalar el buzón de sugerencias con el fin de saber qué tipo de atención recibió el cliente y en qué aspectos se debe de mejorar.	Propietario
Recopila datos e información que permitan implementar adecuadamente los planes.	No todos los líderes de las empresas se basan en experiencias relacionadas a la atención al cliente.	Realizar encuestas periódicas a los clientes para saber si se cumplió o no con sus expectativas.	Propietario

Realiza seguimiento y medición de procesos para verificar su cumplimiento.	No verifican si se está cumpliendo con los objetivos que al inicio planteó la empresa.	Reformular los objetivos que a un inicio se planteó y no dieron resultados.	Propietario
Comunica el proceso de mejora a todos los integrantes de la empresa.	No se realizan reuniones para informar a los colaboradores acerca de los defectos y logros de la empresa.	Proponer que se lleven a cabo reuniones que tengan por agenda tratar temas de información acerca de la empresa.	Propietario
Personal que labora en el establecimiento nunca utiliza uniforme que realce buena imagen.	Los líderes no exigen a los colaboradores a utilizar uniforme para poder diferenciarse de las demás empresas del mismo rubro.	Proponer un uniforme adecuado para la atención en el rubro e identificación del personal de otras empresas.	Propietario

5.2. Análisis de resultados

Características de los Representantes de las MYPE.

- El 53.13% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas oscilan de 18 a 31 años de edad, estos resultados coinciden con Ramírez (2018) quien obtuvo que el 57.10% de los representantes tienen de 29 a 39 años de edad y contrastan con Ríos (2015) quien señala que el 35.00% de los representantes legales tienen de 35 a 44 años. Esto demuestra que las Mype de los servicios técnicos de reparación de celulares en su mayoría pertenecen al rango de edad de 18 a 31 años de edad, ya que estas personas demuestran capacidad para poder administrar y controlar un negocio a través de las habilidades y conocimientos necesarios adquiridos.
- El 71.88% de los representantes legales pertenecen al género masculino, estos resultados coinciden con Ríos (2015) quien determina que el 65.00% de los representantes pertenecen al sexo masculino, del mismo modo coinciden con Ramírez (2018) quien manifiesta que el 71.40% de los representantes son del sexo masculino. Esto demuestra que los representantes de las Mype están dirigidos por personas del sexo masculino, los cuales tienen la iniciativa de administrar y hacer crecer el negocio estableciendo sistemas de operación.
- El 78.13% de los representantes legales son solteros, este resultado demuestra que en su mayoría los representantes de los servicios técnicos de reparación de celulares, son dirigidos por personas solteras, en la cual los representantes tienen prioridad por generar utilidades para posteriormente formar una familia asegurando bienestar y desarrollo personal.
- El 56.25% de los representantes legales cuentan con una carrera universitaria, estos resultados coinciden con Ríos (2015) quien señala que el 60.00% de los representantes legales cuentan con formación académica universitaria y contrastan con Ramírez (2018) quien manifiesta que el 57.10% de los

representantes tienen estudios no concluidos. Esto demuestra que los representantes de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, brindan servicios de calidad en su establecimiento; los cuales están garantizados por una educación de calidad; pues están preparados para enfrentar ciertos retos del mercado actual, enfocados a reforzar prácticas en calidad del servicio.

- El 59.38% de los representantes legales son dueños, esto demuestra que los representantes de las Mype de los establecimientos de servicios técnicos de reparación de celulares, son administrados por los dueños siendo los protagonistas en la atención que se les brinda a los clientes, siendo los responsables absolutos en las experiencias que serán partícipes los clientes en el lugar donde se lleve la atención.
- El 46.88% de los representantes legales desempeñan el cargo como dueños de 0 a 3 años en los establecimientos de atención, esto demuestra que los representantes de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, son los representantes legales los cuales muestran mayor preocupación por la atención y el servicio brindado a los clientes.

Características de las MYPE.

- El 43.75% de las empresas permanecen en el rubro de 0 a 3 años en el mercado, estos resultados contrastan con Ríos (2015) quien manifiesta que el 50.00% de las empresas se dedican al sector de servicios entre 5 a 7 años, también contrastan con Ramírez (2018) quien obtuvo que el 57.10% de las empresas tienen una permanencia en el mercado de 4 a 6 años. Esto demuestra que la mayoría de las Mype de los servicios técnicos de reparación de celulares, se encuentran en una etapa estable dentro del mercado, el cual garantiza su desarrollo y permanencia.
- El 93.75% de las empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores dentro de su establecimiento, estos resultados coinciden con Ríos (2015) el cual señala que

el 95.00% son trabajadores permanentes dentro de la organización, también coinciden con Ramírez (2018) quien señala que el 100.00% cuentan en su organización con un rango de 1 a 4 colaboradores. Esto demuestra que la mayoría de las Mype de los servicios técnicos de reparación de celulares, cuentan con personal dentro del establecimiento de 1 a 5 trabajadores, dependiendo de la demanda de los servicios y percances que se puedan presentar dentro de los establecimientos.

- El 53.13% del personal que labora en las MYPES son familiares, esto demuestra que la mayoría de las Mype de los servicios técnicos de reparación de celulares, prioriza dar trabajo a los integrantes de la familia, garantizando su crecimiento y desarrollo en conjunto.
- El 93.75% de los encuestados señalan que el objetivo de creación de la empresa es generar ganancias, estos resultados coinciden con Ríos (2015) quien determina que el 35.00% de los entrevistados determina que el objetivo de creación de la empresa es maximizar ganancias. Estos resultados demuestran que las Mype de los servicios técnicos de reparación de celulares, es generar ganancias, lo cual permite desarrollar un nivel de vida deseado permitiendo el origen de la cadena de valor en los establecimientos identificando los factores críticos de éxito, comprendiendo a forma de desarrollar competencias.
- El 68.75% de los encuestados señalan que son Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, esto demuestra que la mayoría de las Mype de los servicios técnicos de reparación de celulares, son personas naturales que cuentan con un patrimonio propio, distinto al del titular.
- El 93.75% señalan que su ingreso promedio mensual es de S/. 1 sol a 51,875, esto demuestra que la mayoría de los servicios técnicos de reparación de celulares, pertenecen a la categoría de Mype por tener un rango de ingreso permitido para dicha denominación, los cuales permiten el crecimiento y desarrollo de nuestro país.

Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas.

- El 40.63% de los encuestados mencionan que casi siempre involucran a la gente correcta para gestionar calidad en su establecimiento, este resultado demuestra que los gerentes de los servicios técnicos de celulares en su mayoría, son conscientes de contratar y/ o reclutar personal adecuado que ayuden a mejorar la reputación de la organización, con la intención de desarrollar cultura homogénea y fuerte.
- El 37.50% de los encuestados mencionan que siempre recopilan datos para diagnosticar los diversos problemas e inquietudes de los clientes, este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, hacen una autoevaluación de actividades y procedimientos en su establecimiento para detectar acciones, en plan de mejora resaltando su importancia en los valores, características, comportamientos y actitudes.
- El 53.13% de los representantes casi siempre establecen procedimientos que benefician a los clientes satisfaciendo sus necesidades, este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares en su mayoría, implantan calidad en atención, generando satisfacción con el servicio recibido, aplicando sistemas de incentivos como planes de beneficios por la participación mejorando el compromiso organizativo.
- El 40.63% de los representantes mencionan que, siempre desarrollan planes para entrenar y/o capacitar al personal, este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares generalmente, cuenta con colaboradores que están preparados para brindar atención de calidad, satisfaciendo expectativas y necesidades de los

clientes, orientados a evaluar resultados tanto de los colaboradores como los equipos que se utilizan dentro de los establecimientos de atención.

- El 50.00% de los representantes mencionan que siempre implementan procedimientos para enfrentar de esta manera los problemas de la organización. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, cuentan con políticas, reglas y procedimientos para disminuir los errores dentro de la organización, implementando estrategias defensivas, ofensivas y de fidelización.
- El 43.75% de los representantes casi siempre recoge datos e información que ayuden a implantar de manera adecuada y asertiva los planes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, inicialmente se informan para la decisión de implantar planes apropiados de acuerdo a sus necesidades, proporcionándose de información veraz y necesaria para la identificación de problemas y proponer soluciones.
- El 34.38% de los representantes señalan que siempre realizan seguimiento en cuanto a los planes implantados dentro de la organización con el fin de hacerlos cumplir, este resultado contrastan con Arrascue & Segura (2016) quienes señalan que el 71,40% de los gerentes no utilizan herramientas para realizar el seguimiento y desarrollo de la empresa. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, establecen planes para realizar el cumplimiento de derechos y obligaciones de los colaboradores, con el fin de que realicen sus actividades de manera correcta, elaborando acciones a través de las causas reales de los problemas.
- El 40.63% de los representantes señalan que siempre revisan los problemas y errores informando los resultados. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares,

informando los resultados acerca de los planes implantados anteriormente con el fin de retroalimentar a través de las políticas y procedimientos consolidando de esta manera las diferentes áreas existentes en la organización para reforzar la calidad en el servicio.

- El 53.13% de los representantes señalan que siempre actúan para mejorar el desempeño en lo que respecta a las actividades que les corresponde llevar a cabo. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, determinan nuevas acciones a llevar a cabo dentro de la organización con el fin de mejorar continuamente, agilizando las respuestas y el sano control de recursos que se utilizan en la entrega del servicio.
- El 56.25% de los representantes señalan que casi siempre informan a todos los colaboradores los procedimientos de mejora. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, informan continuamente a los colaboradores de los procedimientos a llevarse a cabo con el fin de mejorar como organización, en beneficio de los clientes, identificando los momentos y conociendo los niveles de desempeño.
- El 50.00% de los representantes señalan que siempre la atención a los clientes se lleva a cabo en un lugar donde el cliente se sienta cómodo. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, hacen lo posible por ofrecerles un lugar cálido y acogedor con el fin de que los clientes obtengan una experiencia grata, teniendo en cuenta que ni solo el servicio brindado al cliente es importante, sino también las condiciones del establecimiento en la que se llevan a cabo.
- El 68.75% de los encuestados señalan que siempre los equipos que se utilizan en la reparación de celulares están de acorde al mundo globalizado, este resultado coincide con Arrascue & Segura (2016) quienes determinan que el 100.00% de los entrevistados están totalmente de acuerdo con que la empresa

cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes y contrasta con Ramírez.(2018) quien señala que un 57.10% los gerentes no invierten en equipos que permitan mejorar el servicio. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, se preocupan por brindar un servicio de calidad y sobre todo eficiente, ya que cuentan con los equipos necesarios para hacerlo, los cuales son necesarios para enfrentar este mundo tan competitivo.

- El 68.75% de los entrevistados determinan que siempre poseen en los establecimientos de atención materiales de trabajo, los cuales respalden su trabajo. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, adquieren materiales que favorezcan la atención a los clientes de manera adecuada en los establecimientos, asociando de este modo las actividades y operaciones que se realizan dentro de la misma.
- El 34.38% de los entrevistados determinan que nunca utilizan uniforme para diferenciarse de los demás locales del mismo rubro, estos resultados contrastan con Arrascue & Segura (2016) quienes determinan que el 77.78% utilizan uniforme para la identificación del personal con los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, no tienen como prioridad el realce de buena imagen hacia los clientes, los cuales no realzan valor dentro de las instalaciones en las que se realizan la atención.
- El 62.50% de los encuestados señalan que siempre procuran solucionar problemas de los clientes demostrando interés por satisfacer sus expectativas, estos resultados coinciden con los obtenidos por Arrascue & Segura (2016) quienes manifiestan que el 66.67% de los entrevistados están totalmente de acuerdo en que demuestran interés por atender a los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares siempre tienen presente que el cliente es parte de la

organización y que son parte de la solución de los mismos siempre que las expectativas de los clientes sean los más razonables.

- El 46.88% de los encuestados señalan que siempre procuran atender los reclamos en el momento en los que se llevan a cabo, estos resultados contrastan con Arrascue & Segura (2016) quienes señalan que el 66.67% de los clientes no están de acuerdo con que la clínica solucione de manera inmediata los reclamos, también contrastan con Ramírez (2018) quien señala que el 71.40% de los entrevistados no han implementado dentro de sus organizaciones procedimientos para la atención de reclamos y sugerencias . Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, están dispuestos a solucionar de manera inmediata los inconvenientes que se suscitan al momento inicial de la atención, comenzando a promover las quejas y sugerencias dentro de los establecimientos de atención.

- El 62.50% de los entrevistados señalan que siempre cumplen con lo ofrecido al cliente, este resultado coincide por los obtenidos por Ramírez (2018) quien señala con un 57.10 % que los gerentes propician experiencias agradables a los clientes, también coincide con los obtenidos con Arrascue & Segura (2016), quienes manifiestan que el 88.88% de los entrevistados están de acuerdo en que la empresa cumple con las especificaciones del contrato en el servicio. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, procuran cumplir con lo que ofrece en cuanto a la reparación de los equipos, satisfaciendo de este modo sus expectativas y deseos.

- El 81.25% de los encuestados señalan que siempre se encuentran dispuestos ayudar a los clientes atendiendo sus necesidades. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, ayudan con la atención que brindan que el cliente se sienta satisfecho, debido a que cuentan con formación y cultura organizacional que

poseen los colaboradores para la identificación de las necesidades.

- El 53.13% de los encuestados señalan que siempre demuestran su capacidad profesional atendiendo de manera rápida, estos resultados coinciden con Arrascue & Segura (2016) quienes determinan que el 44.44% de los entrevistados están de acuerdo en que la organización atiende de manera inmediata a los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, tienen la voluntad y capacidad suficiente para atender de manera correcta y eficiente, asegurando satisfacción en los clientes.
- El 50.00% de los encuestados señalan que siempre contratan personal por su conocimiento, experiencia y forma de ser. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, contratan personal no solo por la apariencia física, sino toma en cuenta los conocimientos en el rubro, reclutando personal a través de previa evaluación para constatar que cuenta con el perfil que se requiere.
- El 71.88% de los encuestados señalan que siempre los Directivos toman decisiones importantes para el beneficio de la empresa, estos resultados contrastan con Ramírez (2018) quien señala que el 85.70% de los gerentes no actúan de acuerdo a su planeación. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, toman las decisiones más importantes de la organización, cumpliendo sus obligaciones como tal en beneficio de la organización, a través de información y soluciones que tienen que tener a la mano.
- El 53.13% de los encuestados señalan que siempre el personal que labora en el establecimiento demuestra que posee vocación de servicio, este resultado coincide con Arracue & Segura (2016) quienes manifiestan que el 75.00% de los encuestados están de acuerdo que los servicios obtenidos por el personal de la empresa es de su máxima satisfacción. Este resultado demuestra que las

personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, al personal que labora en los establecimientos les gusta desarrollar su trabajo, debido a que son gente preparada, suelen combinar formaciones adquiridas demostrando en sus actividades para con el cliente.

- El 71.88% de los encuestados señalan que siempre los clientes son tratados con amabilidad, estos resultados coinciden con Arrascue & Segura (2016) quienes determinan que el 88.90% está de acuerdo con la atención amable y cortés que realizan los colaboradores de la empresa, pero contrastan con Sales (2016) quien determina que un 45.45% del personal nunca son amables con los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, tratan a los clientes con amabilidad porque consideran que el trato que se le otorgue, es un factor importante que determina el lazo con los clientes, que no solo es importante tomar en cuenta el producto y/o servicio, sino también el trato y cumplimiento de expectativas.
- El 62.50% de los encuestados señalan que siempre brindan una adecuada atención a los clientes con la finalidad de obtener preferencia con la empresa, este resultado coincide con Arrascue & Segura (2016) quienes manifiestan que un 75.00% de los encuestados manifestaron que recomendarían el servicio dentro de la organización porque quedaron satisfechos con el mismo. Esto demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, consideran brindar buena atención con la finalidad de obtener la preferencia y fidelidad de los clientes en este mundo competente, debido a que establecen estrategias de fidelización a través de la atención y agradable experiencia que se le atribuye a los clientes.
- El 71.88% de los encuestados señalan que siempre consideran brindar trato equitativo e igualitario sin tener en cuenta sus condiciones, esto demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, brindan atención especial a todos sus clientes sin tomar en cuenta

ciertas características que poseen los clientes, los cuales les diferencian de los demás, debido a que toman en cuenta a los clientes como parte de la organización y reconocen que son prioridad.

- El 81.25% de los encuestados señalan que siempre en su establecimiento demuestran respeto por los clientes, este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, ponen en práctica uno de los valores fundamentales hacia los clientes con la intención de hacerlo sentir especial y lo más importante del lugar de establecimiento.
- El 78.13% de los encuestados mencionan que siempre la atención a los clientes es realizada de manera transparente, este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, consideran brindar atención a sus clientes de manera correcta, veraz y transparente debido a que los colaboradores poseen valores, buena formación académica y toma en serio a los clientes por considerarlos un factor muy importante.
- El 75.00% de los encuestados mencionan que siempre son honestos con los clientes, este resultado coincide con los obtenidos por Arrascue & Segura (2016) quienes señalan con un 88.88% de los encuestados están de acuerdo en que los problemas y soluciones detectados por la organización son confiables. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, son sinceros con los clientes para relacionarse de manera correcta y hacerles sentir cómodos, puesto que consideran que el trato honesto es base de una buena relación, teniendo en cuenta que los procesos establecidos para dar respuesta a los clientes en algunas ocasiones no son del todo favorables para ellos.
- El 68.75% de los encuestados mencionan que siempre otorgan seguridad en el momento de iniciar el servicio cumpliendo sus expectativas en cuanto al

servicio, estos resultados coinciden con Arrascue & Segura (2016) quienes señalan que el 77.78% de los entrevistados manifiestan estar de acuerdo que el staff de colaboradores inspiran seguridad y confianza al momento de informar a los pacientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, otorgan seguridad y confianza a los clientes mostrando interés en conocer sus necesidades para luego satisfacerlas.

- El 62.50% de los encuestados mencionan que siempre contratan personal que cuente con conocimientos para laborar en ese rubro. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, toman muy en cuenta las características de los postulantes al cargo, para que puedan desempeñarse eficientemente en el cargo, en beneficio de los clientes, demostrando su formación académica.
- El 68.75% de los encuestados mencionan que siempre brindan trato cortés puesto que consideran que es un aspecto fundamental y esperado por sus clientes, estos resultados coinciden con Arrascue & Segura (2016) quienes determinan que el 88.99% de los encuestados están de acuerdo que reciben un trato amable y cortés. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, considerando la cortesía como uno de los aspectos más relevantes los cuales pueden ser los que definen una relación estrecha con los clientes.
- El 78.13% de los encuestados mencionan que siempre brindan absoluta confianza a los clientes con lo que ofrecen, este resultado coincide con los obtenidos por Arrascue & Segura (2016) quienes señalan que el 66.67% de los entrevistados manifestaron que debido a que el personal de la empresa se encuentra capacitado en el rubro el servicio es seguro y confiable. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, cumplen en resolver los problemas que éste presente, en lo que respecta a la reparación de los celulares,

debido a que son personas preparadas para atender las necesidades de los clientes.

- El 46.88% de los encuestados señalan que siempre practican el valor de la puntualidad en cuanto a la apertura y cierre de local, estos resultados coinciden con los obtenidos por Arrascue & Segura (2016) quienes mencionan que el 66.67% de los entrevistados aseguran estar de acuerdo con que, la empresa ofrece atenciones dentro del establecimiento con horarios flexibles. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, apertura temprano el local brindando las facilidades del caso, resaltando uno de los valores importantes que hay que mostrar a los clientes, brindando las facilidades del caso.
- El 56.25% de los encuestados señalan que siempre atienden en un lugar de fácil acceso a los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, eligen un lugar céntrico para atender a los clientes, para de esta manera lograr acogida dentro de sus establecimientos de trabajo porque tienen en cuenta que el lugar en el que se encuentra el establecimiento también es uno de los factores importantes que suma a la organización.
- El 56.25% de los encuestados señalan que siempre brindan las facilidades en cuanto al horario establecido dentro de sus establecimientos, estos resultados coinciden con Arrascue & Segura (2016) quienes mencionan que el 77.78% están de acuerdo con el tiempo a esperar a ser atendidos por lo que lo consideran flexible. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, establecen horarios que se ajusten al tiempo de sus clientes, generando conformidad y atención oportuna en los mismos.
- El 59.38% de los encuestados señalan que escuchan los problemas que los clientes presentan. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo

de las Mypes de servicios técnicos de reparación de celulares, se concentran en el argumento que el cliente dará a conocer para que haya entendimiento y comprensión entre cliente y colaborador, cumpliendo las expectativas del servicio.

- El 71.88% de los encuestados señalan que siempre esclarecen las dudas e inquietudes de los clientes, estos resultados coinciden con Arrascue & Segura (2016) quienes manifiestan que el 77.88% del personal de servicio brindan información fiable a los clientes, pero contrastan con Sales (2016) quien señala que el 27.27% manifiestan que nunca son capaces de escuchar y responder las opiniones de los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, esclarecen dudas e inquietudes oportunamente a los clientes con la finalidad de que entiendan y estén seguros con la respuesta que obtendrán en cuanto al servicio solicitado.
- El 84.38% de los encuestados señalan que siempre utilizan un lenguaje sencillo con sus clientes. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes de las Mype de los servicios técnicos de reparación de celulares, utilizan lenguaje común y sencillo para lograr entendimiento y comprensión de las necesidades que presentan los clientes a través de la comunicación externa con los mismos.
- El 75.00% de los encuestados señalan que siempre entienden y comprenden la situación en la que se encuentran los clientes, estos resultados coinciden por los obtenidos por Arrascue & Segura (2016) quienes manifiestan que un 77.78% de los entrevistados afirman estar de acuerdo que los colaboradores de la empresa comprenden las necesidades de los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, practican la empatía para poder entender de esta manera las necesidades de los clientes y resolver sus dificultades, a través de las percepciones de los directivos acerca de sus expectativas.

- El 56.25% de los encuestados señalan que siempre la atención se lleva a cabo siendo la intención principal de que sea de manera personalizada, estos resultados coinciden con los obtenidos por Arrascue & Segura (2016) quienes manifiestan que el 55.56% los encuestados están de acuerdo en que la clínica otorga atención personalizada a los pacientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, tienen como prioridad atender de manera personalizada interesándose en las necesidades y expectativas que presentan al momento del inicio de la atención.

- El 68.75% de los encuestados señalan que siempre les interesa conocer al detalle las necesidades de los clientes. Este resultado demuestra que las personas que están a cargo de las Mype de servicios técnicos de reparación de celulares, procuran conocer al detalle los problemas para poder solucionarlos de manera eficaz, a través de la comunicación boca – oído y brindar al cliente el servicio esperado.

5.3. Plan de Mejora

1. Datos Generales

Nombre de la empresa: Establecimientos de reparación de celulares.

Dirección: Huaraz.

Dirigido a: Propietarios y Administradores de las Micro y pequeñas empresas del Rubro reparación de celulares.

Los establecimientos en los que se llevan a cabo las reparaciones de celulares en la Ciudad de Huaraz, se dio por las necesidades de las personas que tenían celulares de hallar un lugar en la que se puedan ofrecer servicios de reparación, es por ello que por iniciativa de los emprendedores que iniciaron con la venta de celulares se vieron en la necesidad de ofrecer servicios complementarios a su rubro de venta la instalación del servicio técnico de celulares, no obstante con el pasar de los años aumentaron los establecimientos de reparación de celulares, inclusive muy independiente de la venta de celulares, las cuales las que se adaptaron a las nuevas tendencias del mercado se mantienen firmen en el servicio.

2. Misión

Ofrecer servicios técnicos y comercialización de productos de telefonía móvil con calidad de atención, confiable, eficiente y ético, orientado a la satisfacción de necesidades y expectativas de nuestros clientes, basado en el trabajo en equipo. Somos un aporte positivo para nuestro país, pagando impuestos, generando empleo y buen ambiente de trabajo y obteniendo un justo margen de utilidad, con soluciones profesionales a las necesidades de nuestros clientes.

3. Visión

Posicionarse como una empresa importante en el mercado técnico de telefonía, confiando en el desarrollo mutuo con nuestros clientes. Posicionarnos como una

empresa de soluciones inmediatas con un compromiso identificado con nuestro país.

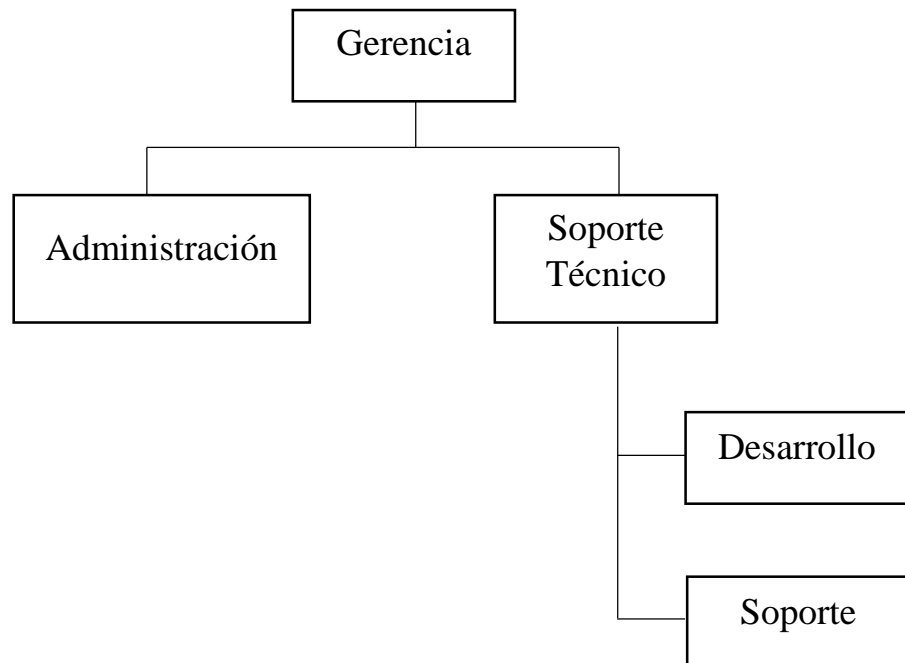
4. Objetivos

- Brindar el mejor servicio de reparación y mantenimiento de los celulares de nuestros clientes.
- Tener clientes potenciales que den buenas referencias de nuestros servicios.
- Contar con los mejores técnicos en celulares de la Ciudad.

5. Productos y servicios

- Celulares de diferentes marcas y modelos.
- Accesorios complementarios en general.
- Reparación de celulares de todas las marcas y modelos.

6. Organigrama de la empresa



7. Diagnóstico general

ANÁLISIS FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		1. Ubicación 2. Horarios 3. Carisma 4. Buen manejo de atención 5. Sistema avanzado 6. Información proipicia
OPORTUNIDADES	Estrategias F. O.	Estrategias D.O.
1. Implementación de servicios 2. Buena incidencia de ventas de productos adicionales 3. Manejo de publicidad 4. Manejo de promociones 5. Cadena de servicios técnicos 6. Mejoramiento de la imagen organizacional	Crecimiento promedio de usuarios F3, F4,O6 Aumentar la incidencia en la entrega de volantes promocionales F1,F2,O1,O3 Realizar convenios de capacitación con las empresas de telefonía F6,O4	Optimizar los espacios muertos D3,O1 Aprovechar la preferencia de las personas dando a conocer los demás puntos de venta D1,O3,O5 Incentivar a los colaboradores en el mantenimiento de la imagen D4,O6
AMENAZAS	Estrategias F. A.	Estrategias D. A.
1. Factor de competencia 2. Que los competidores de nuestro rubro ofrescan mejores servicios que el nuestro 3. Desconocimiento del establecimiento por los habitantes de la Ciudad	Gratificar y reconocer a aquellos colaboradores que se desempeñan correctamente F3,F4,A1 Aprovechar los recursos tecnológicos propios de la marca diferenciándonos de la competencia F6,F5	Estar atentos a los cambios de la competencia D1,A2 Optar por un local más amplio para mejor desenvolvimiento de los colaboradores y comodidad de los clientes D3,D6,A4

8. Indicadores de una buena gestión

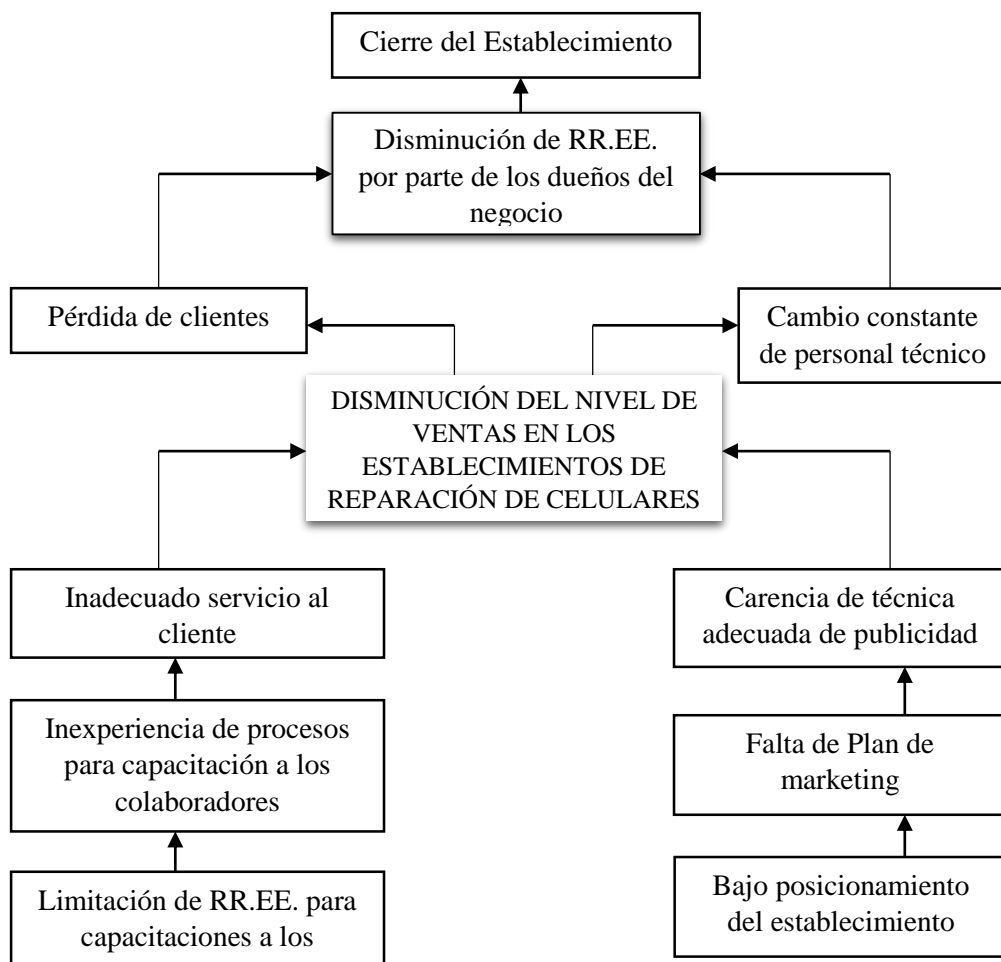
- Nivel de ventas en productos y/o servicios.
- Participación en el mercado.
- Satisfacción de los clientes en relación al servicio solicitado.
- Posicionamiento frente a la competencia.
- Rentabilidad de la empresa.
- Nivel de endeudamiento.
- Puntualidad en la entrega de los celulares.

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Nivel de ventas en productos y/o servicios	El nivel de clientes a disminuido	Mejorar las estrategias de atención al cliente
Participación en el mercado	No se ha determinado la participación en el mercado	Averiguar el nivel de ingreso de otros establecimientos
Satisfacción de los clientes en relación al servicio solicitado.	El cliente no está 100% satisfecho con el servicio	Realizar un servicio post venta
Posicionamiento frente a la competencia.	Los establecimientos de reparación de celulares si están posicionadas en el mercado	Ofrecer descuentos a los clientes que nos visitan frecuentemente
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad adquirida por la empresa es buena	Estudiar la posibilidad de inversión
Nivel de endeudamiento	La empresa es financiada por una entidad financiera	Realizar el pago puntual de su cronograma de pagos
Puntualidad en la entrega de los celulares	El servicio toma un tiempo determinado previo acuerdo con el cliente	No es necesario mejorar en este aspecto

9. Problemas

Problemas	Acción de mejora
El nivel de clientes a disminuído	Mejorar las estrategias de atención al cliente
El dueño y/o administrador no toma en cuenta la opinión de los colaboradores para la toma de decisiones	Realizar charlas de concientización para tomar en cuenta la opinión de los colaboradores, puesto que ellos están en contacto directo con los clientes.
Practican a medias la gestión de la calidad	Capacitar en cuanto a la práctica de la gestión de la calidad y mejora continua.

10. Causas del Problema



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones

N°	Mejorar las estrategias de atención al cliente	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Mejorar las estrategias de atención al cliente	Desconocimiento de las estrategias relacionadas con la atención al cliente	30 días	Fidelización del cliente y recomendación positiva del servicio	Identificar las mejores estrategias de atención al cliente
2	Realizar charlas de concientización para tomar en cuenta la opinión de los colaboradores, puesto que ellos están en contacto directo con los clientes.	Puede que el personal no considere como un aspecto importante para una adecuada atención	30 días	Conocer las expectativas de los clientes y tenerlo siempre en cuenta	Programar y llevarla a cabo con todos los integrantes de la empresa
3	Capacitar en cuanto a la práctica de la gestión de la calidad y mejora continua.	Quizá no consideren necesario las capacitaciones	30 días	Mejorar la organización	Buscar especialistas en el tema

11.2. Estrategias que se desean implementar

Área de Mejora: Recursos Humanos	
Descripción del problema	El nivel de clientes a disminuído debido a que el personal no sabe atender adecuadamente a los clientes y no aplica estrategias de atención adecuadas
Causas que provocan el problema	Carencias de capacitaciones al personal en los establecimientos, los cuales deciden actuar de acuerdo a su criterio

Objetivo a conseguir	Mejorar el nivel de clientes dentro del negocio Lograr que el personal se adapte a los cambios Aplicar la gestión de calidad en su totalidad
Acciones de mejora	Mejorar las estrategias de atención al cliente Realizar charlas de concientización para tomar en cuenta la opinión de los colaboradores, puesto que ellos están en contacto directo con los clientes. Capacitar en cuanto a la práctica de la gestión de la calidad y mejora continua.
Beneficios esperados	Mejorar la productividad de la empresa Lograr un mejor prestigio de la empresa

12. Recursos para la implementación de las estrategias

Humanos.

Económicos.

Tecnológicos.

13. Esquematizar las estrategias

Establecer acciones.

Estrategias.

Humanos.

Económicos.

Tecnológico.

Establecer el tiempo de desarrollo.

Establecer acciones	Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
Mejorar las estrategias de atención al cliente	Identificar las mejores estrategias de atención al cliente	Administrador y/o Dueño	S/. 2000.00	Uso de computadoras Proyector	30 días
Realizar charlas de concientización para tomar en cuenta la opinión de los colaboradores, puesto que ellos están en contacto directo con los clientes.	Programar y llevarla a cabo con todos los integrantes de la empresa	Administrador y/o Dueño	S/. 2000.00	Uso de computadoras Proyector	30 días
Capacitar en cuanto a la práctica de la gestión de la calidad y mejora continua.	Buscar especialistas en el tema	Administrador y/o Dueño	S/. 3000.00	Uso de computadoras Proyector Folletos	30 días

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nombre de la actividad	Cronograma de actividades		
	Enero	Febrero	Marzo
Hacer participar al personal en la toma de decisiones			
Implementar un programa de incentivos			
Implementar programas de capacitación al personal en temas de atención al cliente			

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares del Distrito de Huaraz, son las siguientes, presentan bajo porcentaje en cuanto a que algunas veces diagnostican diversos problemas e inquietudes de los clientes, lo mismo sucede en realizar el seguimiento y medición de los procesos, lo cual significa que les falta concientización en cuanto a seguir el proceso necesario para verificar su cumplimiento y monitoreo a todo el personal en cuanto a las actividades que realiza en sus establecimientos de atención, el uso del uniforme es opcional, el cual no permite la diferenciación de otros establecimientos del mismo rubro, generando la percepción de clientes con colaboradores con falta de personalidad.

Las principales características de los Representantes de las Mype se determinan de la siguiente manera: La mayoría de los encuestados tienen un rango de edad de 18 a 31 años de edad, son del género masculino y tienen grado de instrucción Universitario, los cuales presentan características idóneas para emprender un negocio duradero dentro del mercado ejerciendo actividades en el rubro de reparación de celulares, debido a que cuentan con una preparación no sólo académica sino también en valores éticos y ponerlos en práctica con los clientes.

Las principales características de las Micro y pequeñas empresas están determinadas por: La mayoría de las Mype cuentan con una estancia de período de tiempo de 0 a 3 años y que el objetivo de su creación es generar ganancias, los cuales están dirigidas por los dueños, los mismos que se hacen responsables de las experiencias percibidas por los clientes, porque ellos mejor que nadie saben que es lo que le conviene a la empresa.

Las principales características de la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las organizaciones están determinadas por: La mayoría de los encuestados toma acciones necesarias para mejorar continuamente el desempeño de los procesos, establecen los procesos necesarios que ayudan en la satisfacción de los clientes, comunica el proceso de mejora a todos los integrantes de las empresas, implementa procesos para solucionar los problemas de la empresa. Las principales características de la Atención al Cliente en las organizaciones están determinadas por: La mayoría de las Mype utilizan equipos de acuerdo con el avance de la tecnología para realizar la reparación de celulares, Solucionan problemas cumpliendo expectativas de los clientes, cumplen con lo establecido en el trato con el cliente en lo que respecta a la reparación de los celulares, siempre se muestran dispuestos ayudar en las necesidades de cada uno de los clientes, los colaboradores están en la capacidad de atender rápidamente a los clientes, siempre los colaboradores son contratados por su conocimiento, experiencia y su forma de ser, por los mismos que consideran que son aspectos importantes que son tomados en cuenta por los clientes.

Se elaboró el plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro reparación de celulares, en el que se diagnosticó que las Mype tienen un número regular de clientes, por lo que se ha creído conveniente mejorar las estrategias de atención al cliente, además de esto no se ha podido determinar su participación en el mercado, es por ello que se ha propuesto averiguar el nivel de ingreso de otros establecimientos, el cliente no está 100% satisfecho del servicio que recibe, es por ello se ha propuesto realizar un servicio post venta y para el posicionamiento del establecimiento en el mercado se ha propuesto otorgar descuentos a los clientes que recurren con frecuencia.

6.2. RECOMENDACIONES

Establecer correctamente la gestión de la calidad, haciendo partícipes de ello a los colaboradores, los cuales orienten a su cumplimiento a través del monitoreo de resultados.

Continuar con esas ganas de emprender un negocio que tenga permanencia y éxito en el mercado, poniendo en práctica sus valores, capacidades, formación académica y demás atributos necesarios para lograr sus objetivos personales y empresariales.

Agregar valores al servicio brindado al cliente, de acuerdo a sus necesidades y expectativas, tomando en cuenta que sus experiencias percibidas en el servicio sean de las más satisfactorias y tengan siempre un aspecto porque recurrir nuevamente al lugar.

Implantar la Gestión de la Calidad mediante la innovación gerencial, para que de este modo exista un complemento dentro de la organización. Las organizaciones tienen que tomar en cuenta todos los aspectos relacionados con la atención al cliente, tales como: los clientes no solo acuden al establecimiento a pagar por un producto y/o servicio sino por aspectos complementarios, tales como, buena atención, amabilidad, confianza, buen trato, entre otros.

Implementar el plan de mejora propuesto.

Referencias Bibliográficas

Arrascue, J. y. (2016). *Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción del Cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte "CLINIFER" Chiclayo, 2015*. Universidad Señor de Sipán. Pimentel: Universidad Señor de Sipán. Recuperado el 16 de Octubre de 2017, de [Repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2283/1/Tesis%20de%20Arrascue%20Delgado%20y%20Segura%20Cardozo.pdf](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2283/1/Tesis%20de%20Arrascue%20Delgado%20y%20Segura%20Cardozo.pdf)

Avolio Beatrice, M. A. (s.f.). *Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas en el Perú*. ACADEMIA CEMTRUM Católica, LIMA. Lima: ACADEMIA CEMTRUM Católica. Recuperado el 03 de Noviembre de 2017, de <file:///C:/Users/Pc/Downloads/4126-15740-1-PB.pdf>

Bollar, A. (24 de Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.portafolio.co/tendencias/millennials-le-dan-importancia-al-servicio-al-cliente-504418>

Camisón González, S. C. (2006). *Gestión de Calidad : Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. (Primera ed., Vol. I). (A. Cañizal, Ed.) Madrid, España, Madrid, España: Pearson Educación S.A. Recuperado el 26 de Setiembre de 2017

Castillo Gamarra, A. (Octubre de 2016). Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/tag/ley-30056/>

Castillo, R. S. (2016). *La Gestión de Calidad, Relacionado con el Servicio de Atención al Cliente en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1216/CALIDAD_DE_ATENCION_RUBIO_CASTILLO_ROBERT_SIMON.pdf?sequence=1

- César Cámison, S. C. (2006). *Gestión de Calidad: Conceptos, enfoques, Modelos*. (A. Cañizal, Ed.) Madrid, España: Pearson Educación, S.A. Recuperado el 13 de Noviembre de 2017
- Coello, A. A. (s.f.). *La Gestión de la Calidad: Conceptos básicos*. Facultad de Ciencias de la Documentación. Facultad de Ciencias de la Documentación. Recuperado el 13 de Noviembre de 2007, de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento9854.pdf>
- Cómo empezar un negocio de reparación de celulares. (s.f.). Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de <https://www.taringa.net/posts/economia-negocios/18749579/Como-empezar-un-negocio-de-reparacion-de-celulares.html>
- Expansión. (2009). Economía. *TARP*. Obtenido de <https://expansion.mx/economia/2009/06/04/el-tarp-es-un-programa-temporal-eu>
- Expreso, D. (18 de Agosto de 2018). Perú: situación de las micro y pequeñas empresas - Alfredo Palacios Dongo. pág. 12. Obtenido de Perú: situación de las micro y pequeñas empresas - Alfredo Palacios Dongo
- Gestión, D. (02 de Enero de 2014). “El Perú reúne las condiciones para ofrecer la mejor atención al cliente de América Latina”. (Gestión, Ed.) Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/peru-reune-condiciones-ofrecer-mejor-atencion-cliente-america-latina-289-noticia/>
- Guilarte, M. (2013). La monitorización TI es indispensable para llevar a cabo un negocio innovador. *Forrester Consulting y Aspect Software*. Obtenido de <https://www.muycomputerpro.com/2013/06/27/estudio-forrester-consulting>

- Integración, D. (13 de Mayo de 2017). Capacitación de Calidad de Servicio al cliente en el Centro Cultural.
- Kano Miranda, M. A. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector industrias - rubro panaderías, en el Distrito de Nuevo Chimbote del 2016*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- López Arias, A. (2014). Un buen servicio al cliente, base del éxito comercial. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/DR-872602>
- Pérez Julián, M. M. (2014). *Definición de*. Obtenido de <https://definicion.de/sector-terciario/>
- Pérez Porto, J. M. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/atencion/>
- Pizzo, M. (18 de Febrero de 2013). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/importancia-comunicacion-servicio-cliente/>
- Ramírez Gama, K. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas, distrito de Yarinacocha, año 2018*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Ríos Carranza, M. S. (2015). *Gestión de calidad, satisfacción a los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huanchaco año 2014* . Chimbote: Universidad católica los Ángeles Chimbote.
- R. M. (2014). INFOGRAFÍA: LOS 10 PAÍSES CON LA MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE. Obtenido de <https://www.merca20.com/infografia-los-10-paises-con-la-mejor-atencion-al-cliente/>

Sales, G. (2016). *Caracterización de la Capacitación en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro de Hoteles de Tres Estrellas del Distrito de Huaraz, 2016*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 16 de Octubre de 2017

Schnarch Kirberg, A. (2013). *Marketing para Pymes, un enfoque para latinoamérica*. México.

Summer, D. C. (2006). *Administración de la Calidad* (Primera Edición ed.). (P. M. Rosas, Ed.) México, México: Pearson Educación. Recuperado el 15 de Octubre de 2017

(Técnicas), U. (. (2009). *Herramientas para la Mejora de la Calidad*. Montevideo, Uruguay: UNIT. Recuperado el 17 de Mayo de 2018 *Cómo empezar un negocio de reparación de celulares*. (s.f.). Recuperado el 19 de Noviembre de 2017, de [celulares.html](#)

Thompson, I. (s.f.). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Ucha, F. (Mayo de 2011). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>

Ucha, F. (Mayo de 2011). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
N°	Actividades	Año 2017				Año 2018				Año 2019				Año 2020				Año 2020		
		Semestre II				Semestre II				Semestre I				Semestre I				Semestre II		
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Cocurricular		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del Proyecto	X																		
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		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	X	X	X											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información									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									
11	Redacción del informe preliminar											X								
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X						
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación.														X					

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% número	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones	100	0.10	10.00
Fotocopias	200	0.10	20.00
Empastado	200.00	3	600.00
Lapiceros	2	0.50	1.00
Sub total			631.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Internet	30	3	90.00
Sub Total			190.00
Taller de Titulación			
Matrícula	300.00	1	300.00
Pensión	850.00	2	1,700.00
Total de presupuesto desembolsable			2,000.00
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	10.00	3	30.00
Búsqueda de información en base de datos	15.00	2	30.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	25.00	3	75.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			185.00
Asesoría personalizada	50.00	1	50.00
Total de presupuesto no desembolsable			235.00
Total Presupuesto (S/.)			2,235.00

Anexo 3. Cuadro de Sondeo

N°	Directorio		
	Rubro: Reparación de Celulares		
	Razón Social	Dirección	Representante
1.-	Servicios Múltiples Francis	Av. Fitzcarrald	Castillo Rosas, Carlos
2.-	CJ Tell	Av. Toribio de Luzuriaga N° 557	Jimenez Romero Gerson Garlik
3.-	Casa de Celulares	Av. Fitzcarrald N°. 287	Teleandes Perú S.R.L.
4.-	Telecomunicaciones Jhover	Av. Toribio de Luzuriaga N° 601	JJ Mobile Perú S.A.C.
5.-	Multiservicios Homero	Av. Fitzcarrald N° 231	Julca Baylon Henry Homero
6.-	Multiservicios Garay	Av. Luzuriaga	Garay Rivera Arcadio Sotero
7.-	Multiservicios Yenny	Av. Luzuriaga	Garay Carlos Yenny Eugenia
8.-	Soltec A.R.J	Av. Luzuriaga	Damian Huaranga John Ricardo
9.-	Multiservicios Príncipe	Av. Fitzcarrald	Reyes Principe Kelvin Marcelino
10.-	Soporte Técnico Cell Solution	Av. Fitzcarrald	Ashtu Sosa Diego Eloy
11.-	Multiservicios Jhoelito	Jr. Caraz N° 620	Arias Abendaño Karen Ybet
12.-	Global Comunicaciones SLC	Av. Fitzcarrald N° 773	Carrasco Martell July Estela
13.-	Multiservicios PV	Av. Fitzcarrald	Villar León Janet Yovana
14.-	Servicios Múltiples g & a	Av. Fitzcarrald	Navarro Carvalho Pedro Sexto
15.-	Mobile Center Tamayo	Av. Fitzcarrald N° 101	Chiquian Crispin Eda Maritza
16.-	Isotel	Av. Fitzcarrald N° 304	Isotel S.A.C.

17.-	Multiservicios "Fredy"	Av. Fitzcarrald N° 128	Peña Garcilazo Fredy Isaias
18.-	Multiservicios Fabricio	Av. Fitzcarrald	Bron Santa Nayquel Eduardo
19.-	Multiservicios Minaya	Av. Fitzcarrald	Minaya Guillen Edith Milagros
20.-	Comercial Fitzcarrald	Av. Fitzcarrald	Minaya Guillen Elizabeth Maria
21.-	Multiservicios Jaciel	Av. Fitzcarrald	Multiservicios Jaciel E.I.R.L
22.-	Multiservicios Dianitel	Av. Fitzcarrald N° 373	Lazarte vasquez williams robert
23.-	Multiservicios Chekacell	Av. Fitzcarrald N° 340	Milla Lazaro Esther Rosa
24.-	CJ TELL	Av. Luzuriaga N° 581	Jimenez Romero Guildo Eduardo
25.-	Multiservicios Cave	Av. Fitzcarrald N° 208	Cadillo Vega Oriol Simeón
26.-	Telecomunicaciones G & D	Av. Raymondi N° 641	Díaz Yauri Ruth Marianela
27.-	Gigacel	Av. Luzuriaga N° 475	Gigacel S.A.C.
28.-	Cell House	Av. Fitzcarrald N° 388	Ramírez Villafane Wendy Yuvita
29.-	Multiservicios Rihana	Av. Raymondi s/n	Ramos Flores Betty Alejandrina
30.-	Red de comunicaciones y servicios generales	Av. Raymondi N° 646	Red de comunicaciones & servicios generales s.r.l.
31.-	Daniel inversiones	Av. Luzuriaga N° 606	Daniel Inversiones S.A.C.
32.-	Multiservicios	Jr. Caraz N° 606	Vega Mejía Raquel Aurora

Anexo 4. Consentimiento informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar sobre el Marketing como factor relevante en la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si conoce y aplica o no la Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones sobre la Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro reparación de celulares, Distrito de Huaraz, 2018.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de la Universidad Sede Central – ULADECH Católica – EPADM al celular 980 259211 si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela Profesional de Administración, Telf.: 350190, Email: escuela_administracion@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Nombre y firma del DTI

Nombre y Firma del Participante

Fecha.....Hora.....

Anexo 5. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro reparación de celulares

Nivel / Especialidad	Código de alumno	Ciclo:	Fecha:
ESTUDIANTE	1211140027	VIII	14/10/2018

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos 53 proposiciones, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la opción que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

I.- DATOS GENERALES	
<p>1. Edad a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años</p> <p>2. Genero a) Masculino b) Femenino</p> <p>3. Estado civil a) Soltero b) Casado</p> <p>4. Grado de instrucción a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria</p> <p>5. Cargo que desempeña a) Dueño b) Administrador</p> <p>6. Tiempo que desempeña en el cargo a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años</p>	<p>7. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años</p> <p>8. Número de Trabajadores a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores.</p> <p>9. Las personas que trabajan en su empresa son: a) Familiares b) Personas no familiares.</p> <p>10. Objetivo de creación a) Generar ganancia b) Subsistencia</p> <p>11. Tipo de constitución de la Empresa a) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) b) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL) c) Sociedad Anónima Cerrada (SAC) d) Sociedad Anónima (SA)</p>

	12. Nivel de Ingreso Promedio Mensual a) De s/.1.00 a s/. 51,875.00 b) De s/. 51,875.00 a s/. 587,916.00 c) Más de s/. 587,916.00
--	---

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
----------------------------	--------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------

II.- VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD						
1 = Nunca 2 = Muy pocas veces 3 = Algunas veces 4 = Casi siempre 5 = Siempre						
Nº	DESCRIPCIÓN	-	VALORACIÓN			+
PLANEAR						
13.	Involucra Ud. a la gente correcta para gestionar calidad en su establecimiento.	1	2	3	4	5
14.	Recopila datos disponibles para diagnosticar los diversos problemas e inquietudes de los clientes.	1	2	3	4	5
15.	Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes	1	2	3	4	5
16.	Desarrolla planes para entrenar y/o capacitar al personal.	1	2	3	4	5
HACER						
17.	Implementa procesos para solucionar los problemas de la empresa.	1	2	3	4	5
18.	Recopila datos e información que permitan implementar adecuadamente los planes.	1	2	3	4	5
VERIFICAR						
19.	Realiza el seguimiento y medición de procesos para verificar su cumplimiento.	1	2	3	4	5
20.	Revisa los problemas y errores e informa los resultados.	1	2	3	4	5
ACTUAR						

21.	Toma acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.	1	2	3	4	5
22.	Comunica el proceso de mejora a todos los integrantes de la empresa.	1	2	3	4	5
III.- VARIABLE: ATENCIÓN AL CIENTE						
ELEMENTOS TANGIBLES						
23.	Las Instalaciones en la que se lleva a cabo su negocio facilitan la atención al cliente.	1	2	3	4	5
24.	Los equipos para reparación de celulares son los adecuados y están de acorde con el avance de la tecnología.	1	2	3	4	5
25.	Cuenta con materiales de trabajo que permiten atender adecuadamente al cliente.	1	2	3	4	5
26.	El personal que labora en nuestro establecimiento utiliza uniforme que realza buena imagen.	1	2	3	4	5
FIABILIDAD						
27.	Cumple con las expectativas de solución de los problemas que tiene el cliente con respecto a sus celulares.	1	2	3	4	5
28.	Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno.	1	2	3	4	5
29.	Cumple con lo establecido en el trato con el cliente en lo que respecta a la reparación de celulares.	1	2	3	4	5
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
30.	Está dispuesto a ayudar en las necesidades de cada uno de los clientes.	1	2	3	4	5
31.	Los trabajadores están en la capacidad de atender a los clientes de manera rápida en lo que respecta a la reparación de celulares.	1	2	3	4	5
PROFESIONALIDAD						
32.	El personal es contratado por su conocimiento, experiencia y su forma de ser.	1	2	3	4	5
33.	Los Directivos tienen la capacidad de tomar decisiones importantes para el beneficio de la empresa.	1	2	3	4	5
34.	El personal que labora en este establecimiento tiene y/o demuestra vocación de servicio con los clientes.	1	2	3	4	5
CORTESÍA						
35.	Los clientes de nuestra empresa son tratados con amabilidad.	1	2	3	4	5

36.	La adecuada atención que se le brinda a nuestros clientes permite la preferencia hacia nuestra empresa.	1	2	3	4	5
37.	La consideración que se tiene a los clientes es equitativo e igualitario sin importar condiciones que éste presente.	1	2	3	4	5
38.	El respeto al cliente, es uno de los valores que se cultiva en este establecimiento.	1	2	3	4	5
CREDIBILIDAD						
39.	La atención a los clientes son realizados con veracidad y transparencia.	1	2	3	4	5
40.	La honestidad es uno de los valores practicados en nuestro establecimiento y es el cimiento para la correcta relación con los clientes.	1	2	3	4	5
41.	Brindamos plena seguridad a nuestros clientes cumpliendo con sus expectativas.	1	2	3	4	5
SEGURIDAD						
42.	El personal que labora en este establecimiento cuenta con conocimiento necesario para laborar en este rubro.	1	2	3	4	5
43.	La cortesía es un aspecto fundamental y esperado por nuestros clientes.	1	2	3	4	5
44.	En la empresa se brinda absoluta confianza a nuestros clientes con el trabajo encomendado.	1	2	3	4	5
ACCESIBILIDAD						
45.	Se practica la puntualidad en cuanto a la apertura y cierre de local.	1	2	3	4	5
46.	El lugar de atención es de fácil acceso para nuestros clientes.	1	2	3	4	5
47.	Se les brinda las facilidades a los clientes en cuanto al horario de atención.	1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN						
48.	Se trata de escuchar los problemas de los clientes referidos a la atención.	1	2	3	4	5
49.	Se informa a nuestros clientes acerca de sus dudas e inquietudes.	1	2	3	4	5
50.	Utilizamos el lenguaje común para entablar una conversación sencilla y coherente con nuestros clientes.	1	2	3	4	5
COMPRENSIÓN DEL CLIENTE						
51.	La empresa entiende y comprende la situación del cliente.	1	2	3	4	5

52.	La empresa entiende y comprende la situación del cliente.	1	2	3	4	5
53.	La empresa procura conocer en detalle las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo 6. Hoja de Tabulación

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1. Edad	a) 18-30 años		17	53.10%
	b) 31-50 años		14	43.80%
	c) 51 a más		1	3.10%
				100.00%
2. Género	a) Masculino		23	71.88%
	b) femenino		9	28.13%
				100.00%
3. Estado civil	a) Soltero		25	78.13%
	b) Casado		7	21.88%
				100.00%
4. Formación Académica	a) Secundaria		2	6.25%
	b) Superior no universitario		12	37.50%
	c) Superior universitario		18	56.25%
				100.00%
5. Cargo que desempeña	a) Dueño		19	59.38%
	b) Administrador		13	40.63%
				100.00%
6. Tiempo en el cargo	a) 0-3 años		15	46.88%
	b) 4-6 años		11	34.38%
	c) 7 a más años		6	18.75%
				100.00%
7. Período de estancia en el rubro	a) 0-3 años		14	43.75%
	b) 4-6 años		11	34.38%
	c) 7 a más años		7	21.88%
				100.00%
8. Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores		30	93.75%
	b) 6 a 10 trabajadores		1	3.13%
	c) 11 a más trabajadores		1	3.13%
				100.00%
9. Personas que trabajaron	a) Familiares		17	53.13%
	b) No familiares		15	46.88%
				100.00%
10. Objetivo de creación	a) Generar ganancias		30	93.75%
	b) Subsistencia		1	3.13%
	c) Otros		1	3.13%
				100.00%
11. Tipo de	a) EIRL		22	68.75%

constitución de la empresa	b) SRL		4	12.50%
	c) SAC		4	12.50%
	d) SA		2	6.25%
12. Nivel de Ingreso	a) S/1.00 a S/.51.875		30	93.75%
	b) S/. 51.875 a S/.587.916		1	3.13%
	c) Más de S/. 587.916		1	3.13%
				100.00%
13. Involucra Ud. a la gente correcta para gestionar calidad en su establecimiento.	Nunca		2	6.25%
	Algunas veces		7	21.88%
	Casi siempre		13	40.63%
	Siempre		10	31.25%
			100.00%	
14. Recopila datos disponibles para diagnosticar los diversos problemas e inquietudes de los clientes.	Algunas veces		8	25.00%
	Casi siempre		12	37.50%
	Siempre		12	37.50%
				100.00%
15. Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes.	Algunas veces		2	6.25%
	Casi siempre		17	53.13%
	Siempre		13	40.63%
				100.00%
16. Desarrolla planes para entrenar y/o capacitar al personal.	Muy pocas veces		1	3.13%
	Algunas veces		6	18.75%
	Casi siempre		12	37.50%
	Siempre		13	40.63%
			100.00%	
17. Implementa procesos para solucionar los problemas de la empresa	Muy pocas veces		2	6.25%
	Algunas veces		3	9.38%
	Casi siempre		11	34.38%
	Siempre		16	50.00%
			100.00%	
18. Recopila datos e información que permitan implementar adecuadamente los planes	Algunas veces		7	21.88%
	Casi siempre		14	43.75%
	Siempre		11	34.38%
			100.00%	
19. Realiza el seguimiento y medición de	Muy pocas veces		5	15.63%
	Algunas veces		5	15.63%

procesos para verificar su cumplimiento	Casi siempre		11	34.38%
	Siempre		11	34.38%
20. Revisa los problemas y errores e informa los resultados	Muy pocas veces		2	6.25%
	Algunas veces		6	18.75%
	Casi siempre		11	34.38%
	Siempre		13	40.63%
				100.00%
21. Toma acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos	Muy pocas veces		1	3.13%
	Algunas veces		6	18.75%
	Casi siempre		8	25.00%
	Siempre		17	53.13%
				100.00%
22. Comunica el proceso de mejora a todos los integrantes de la empresa	Muy pocas veces		2	6.25%
	Algunas veces		2	6.25%
	Casi siempre		18	56.25%
	Siempre		10	31.25%
				100.00%
23. Las instalaciones en la que se lleva a cabo su negocio facilitan la atención al cliente	Muy pocas veces		2	6.25%
	Algunas veces		1	3.13%
	Casi siempre		13	40.63%
	Siempre		16	50.00%
				100.00%
24. Los equipos para reparación de celulares son los adecuados y están de acorde con el avance de la tecnología	Algunas veces		1	3.13%
	Casi siempre		9	28.13%
	Siempre		22	68.75%
				100.00%
25. Cuenta con materiales de trabajo que permiten atender adecuadamente al cliente	Nunca		3	9.38%
	Muy pocas veces		1	3.13%
	Algunas veces		1	3.13%
	Casi siempre		5	15.63%
	Siempre		22	68.75%
				100.00%
26. El personal que labora en nuestro establecimiento utiliza uniforme	Nunca		11	34.38%
	Muy pocas veces		3	9.38%
	Algunas veces		3	9.38%
	Casi siempre		8	25.00%
	Siempre		3	9.38%

que realiza buena imagen			7	21.88% 100.00%
27. Soluciona problemas con respecto a los celulares de los clientes cumpliendo con sus expectativas	Algunas veces		3	9.38%
	Casi siempre		9	28.13%
	Siempre		20	62.50% 100.00%
28. Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno	Nunca		1	3.13%
	Algunas veces		4	12.50%
	Casi siempre		12	37.50%
	Siempre		15	46.88% 100.00%
29. Cumple con lo establecido en el trato con el cliente en lo que respecta a la reparación de celulares	Casi siempre		12	37.50%
	Siempre		20	62.50% 100.00%
30. Está dispuesto a ayudar en las necesidades de cada uno de los clientes	Algunas veces		2	6.25%
	Casi siempre		4	12.50%
	Siempre		26	81.25% 100.00%
31. Los trabajadores están en la capacidad de atender a los clientes de manera rápida en lo que respecta a la reparación de celulares	Nunca		2	6.25%
	Algunas veces		4	12.50%
	Casi siempre		9	28.13%
	Siempre		17	53.13% 100.00%
32. El personal es contratado por su conocimiento, experiencia y su forma de ser	Nunca		1	3.13%
	Muy pocas veces		1	3.13%
	Algunas veces		3	9.38%
	Casi siempre		11	34.38%
	Siempre		16	50.00% 100.00%
33. Los Directivos tienen la capacidad de	Algunas veces		5	15.63%
	Casi siempre		4	12.50%
	Siempre		23	71.88%

tomar decisiones importantes en beneficio de la organización				100.00%
34. El personal que labora en este establecimiento tiene y/o demuestra vocación de servicio con los usuarios	Muy pocas veces		3	9.38%
	Algunas veces		1	3.13%
	Casi siempre		11	34.38%
	Siempre		17	53.13%
				100.00%
35. Los clientes de nuestra empresa son tratados con amabilidad	Algunas veces		1	3.13%
	Casi siempre		8	25.00%
	Siempre		23	71.88%
				100.00%
36. La adecuada atención que se les brinda a nuestros clientes permite la preferencia hacia nuestra empresa	Casi siempre		12	37.50%
	Siempre		20	62.50%
				100.00%
37. La consideración que se tiene a nuestros clientes es equitativo e igualatorio sin importar condiciones que éste presente	Casi siempre		9	28.13%
	Siempre		23	71.88%
				100.00%
38. El respeto al cliente, es uno de los valores que se cultiva en este establecimiento	Casi siempre		6	18.75%
	Siempre		26	81.25%
				100.00%
39. La atención a los clientes es realizada con veracidad y transparencia	Algunas veces		1	3.13%
	Casi siempre		6	18.75%
	Siempre		25	78.13%
				100.00%
40. La honestidad es uno de los valores practicados en	Algunas veces		2	6.25%
	Casi siempre		6	18.75%
	Siempre		24	75.00%
				100.00%

nuestro establecimiento y es el cimiento para la correcta relación con nuestros clientes				
41. Brindamos plena seguridad a nuestros clientes cumpliendo con sus expectativas	Algunas veces Casi siempre Siempre	 	1 9 22	3.13% 28.13% 68.75% 100.00%
42. El personal que labora en este establecimiento cuenta con conocimiento necesario para laborar en este rubro	Algunas veces Casi siempre Siempre	 	5 7 20	15.63% 21.88% 62.50% 100.00%
43. La cortesía es un aspecto fundamental y esperado por nuestros clientes	Casi siempre Siempre	 	10 22	31.25% 68.75% 100.00%
44. En la empresa se brinda absoluta confianza a nuestros clientes con el trabajo encomendado	Casi siempre Siempre	 	7 25	21.88% 78.13% 100.00%
45. Se practica la puntualidad en cuanto a la apertura y cierre del local	Nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	 	2 7 8 15	6.25% 21.88% 25.00% 46.88% 100.00%
46. El lugar de atención es de fácil acceso para nuestros clientes	Muy pocas veces Casi siempre Siempre	 	2 12 18	6.25% 37.50% 56.25% 100.00%
47. Se les brinda las facilidades a los clientes en cuanto al horario de atención	Casi siempre Siempre	 	14 18	43.75% 56.25% 100.00%

48. Se trata de escuchar los problemas de los clientes referidos a la atención	Casi siempre Siempre	 	13 19	40.63% 59.38% 100.00%
49. Se informa a nuestros clientes acerca de sus dudas e inquietudes	Casi siempre Siempre	 	9 23	28.13% 71.88% 100.00%
50. Utilizamos el lenguaje común para entablar una conversación sencilla y coherente con nuestros clientes	Algunas veces Casi siempre Siempre	 	1 4 27	3.13% 12.50% 84.38% 100.00%
51. La empresa entiende y comprende la situación del cliente	Algunas veces Casi siempre Siempre	 	2 6 24	6.25% 18.75% 75.00% 100.00%
52. La atención al cliente se realiza con la finalidad de que sea más personalizada	Algunas veces Casi siempre Siempre	 	1 13 18	3.13% 40.63% 56.25% 100.00%
53. La empresa procura conocer en detalle las necesidades del cliente	Algunas veces Casi siempre Siempre	 	2 8 22	6.25% 25.00% 68.75% 100.00%

Anexo 7. Figuras

a) Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro reparación de celulares.

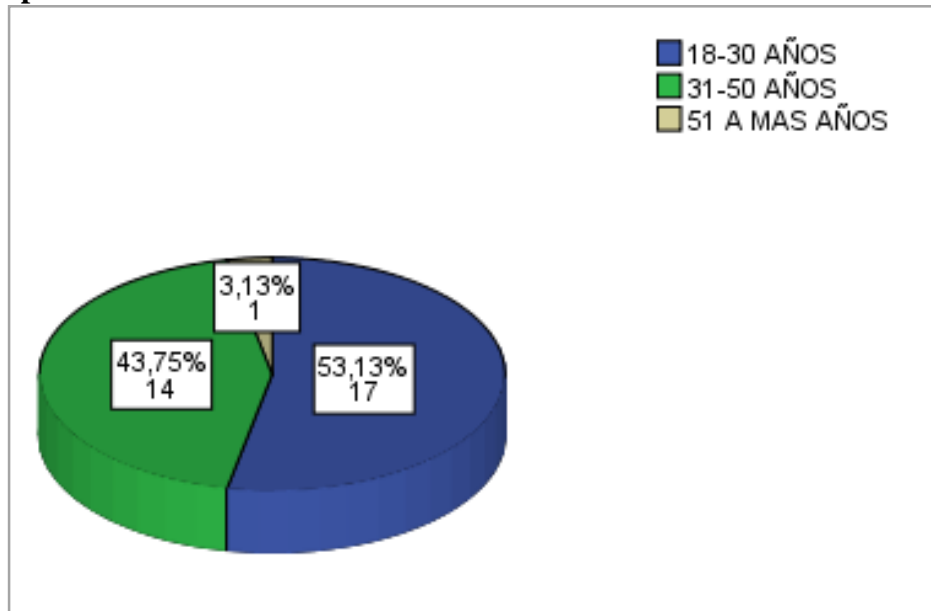


Figura 1. Edad de los Representantes

Fuente. Tabla 1

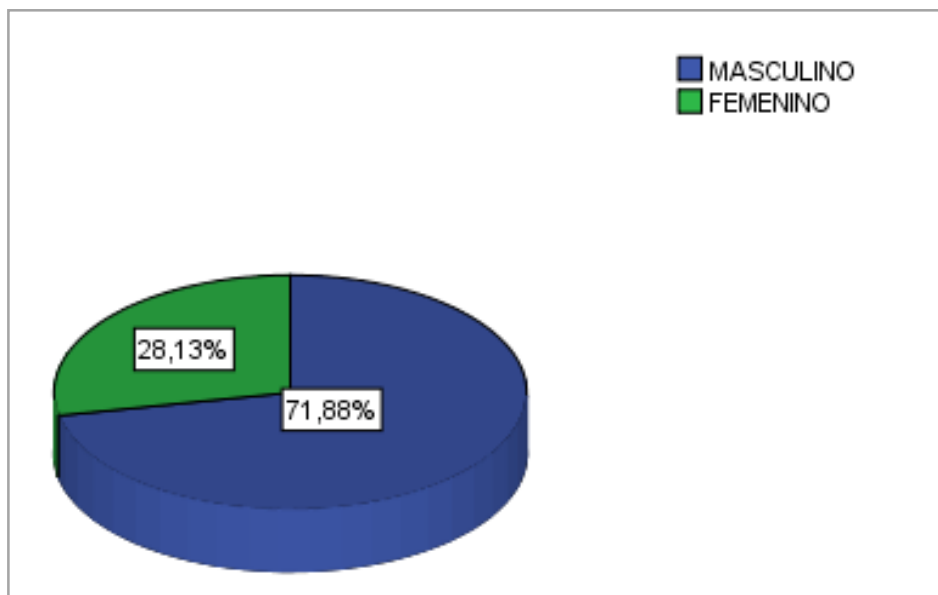


Figura 2. Género de los Representantes

Fuente. Tabla 1

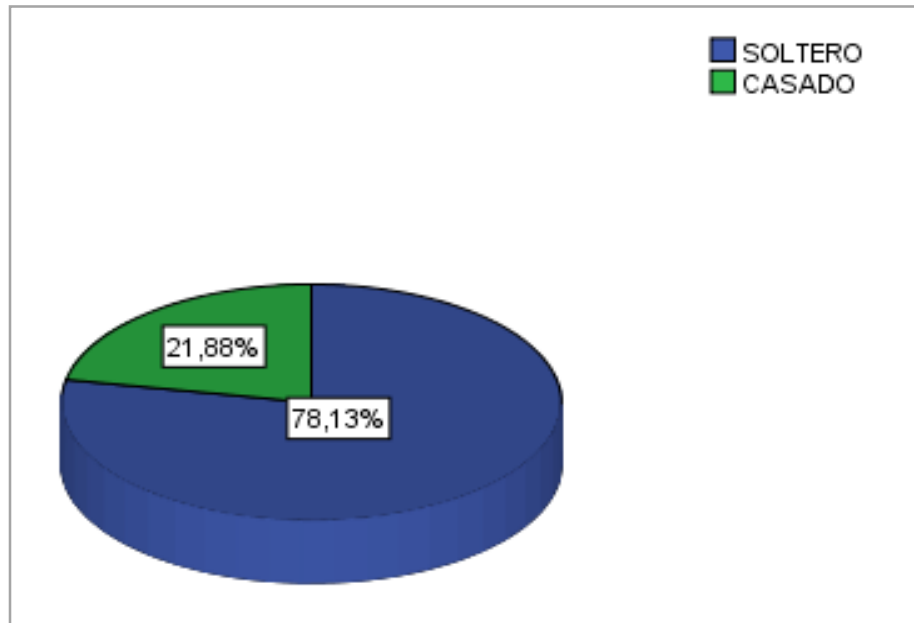


Figura 3. Estado Civil de los Representantes

Fuente. Tabla 1

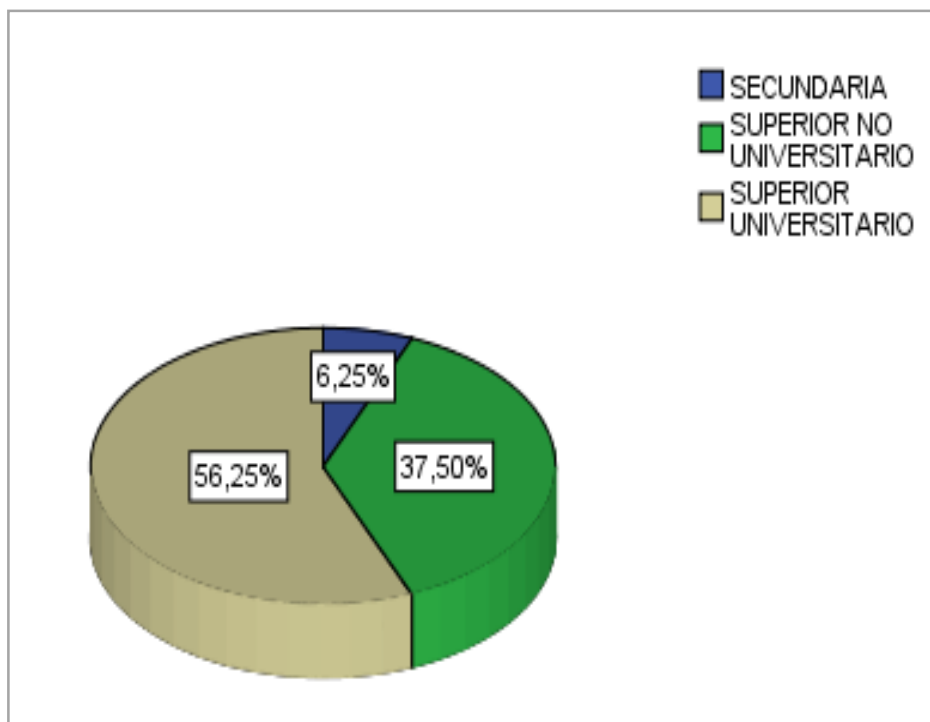


Figura 4. Grado de Instrucción de los Representantes

Fuente. Tabla 1

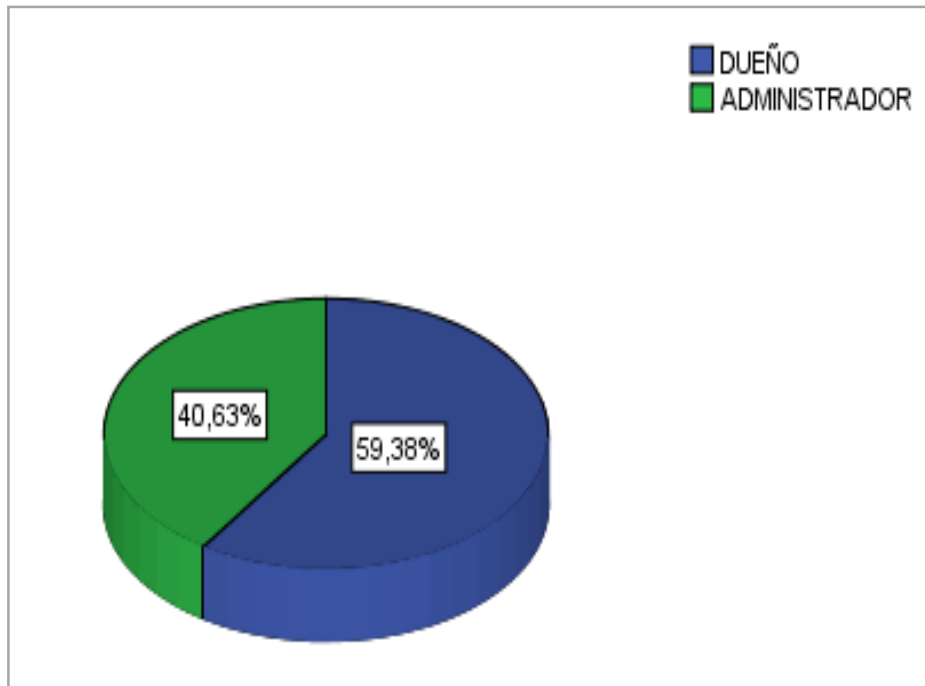


Figura 5. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

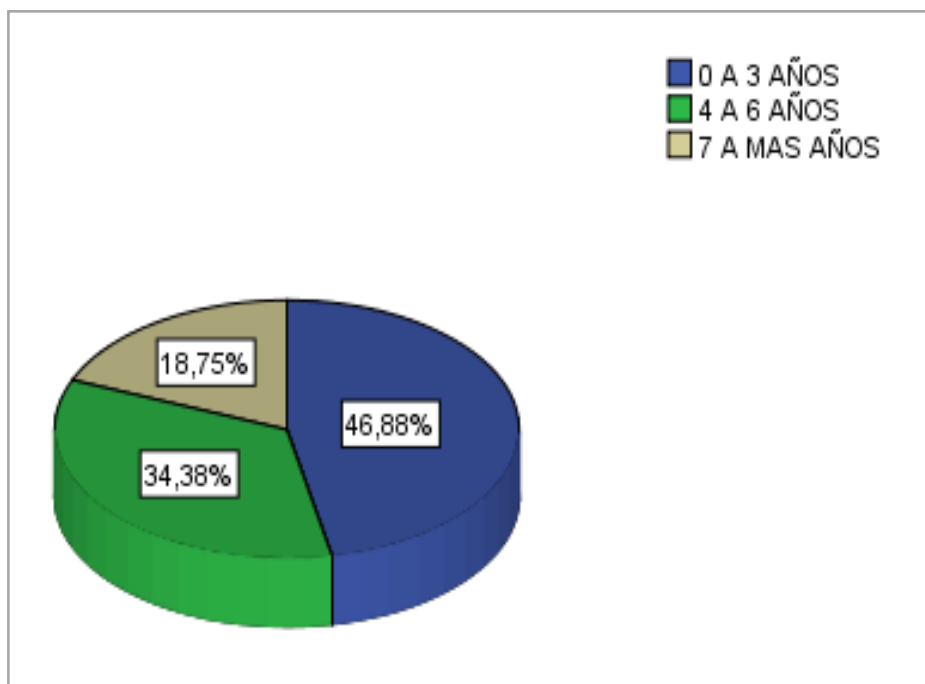


Figura 6. Experiencia en el cargo

Fuente. Tabla 1

b) Referente a las características de las MYPES del rubro reparación de celulares.

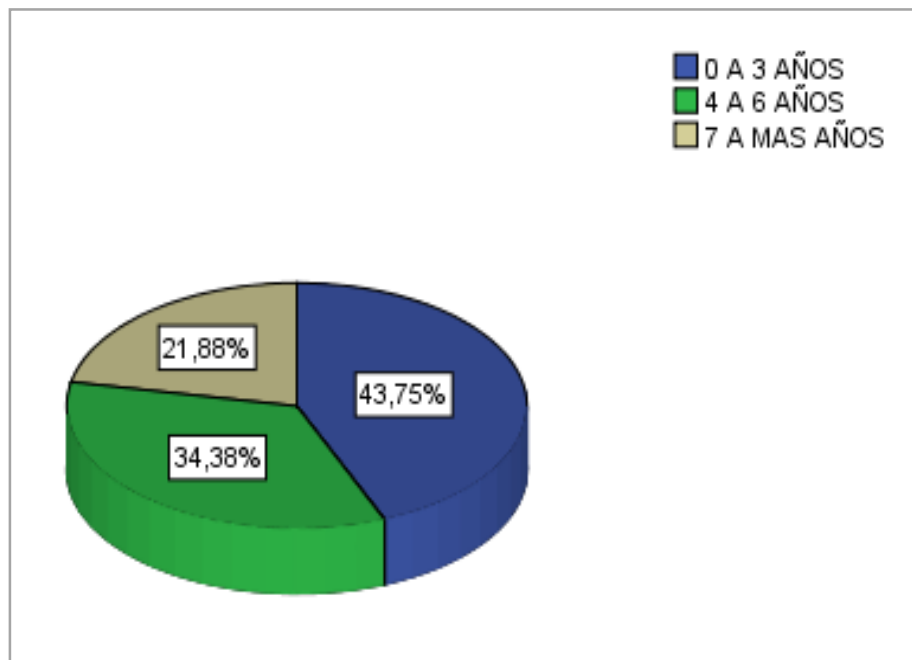


Figura 7. Tiempo de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

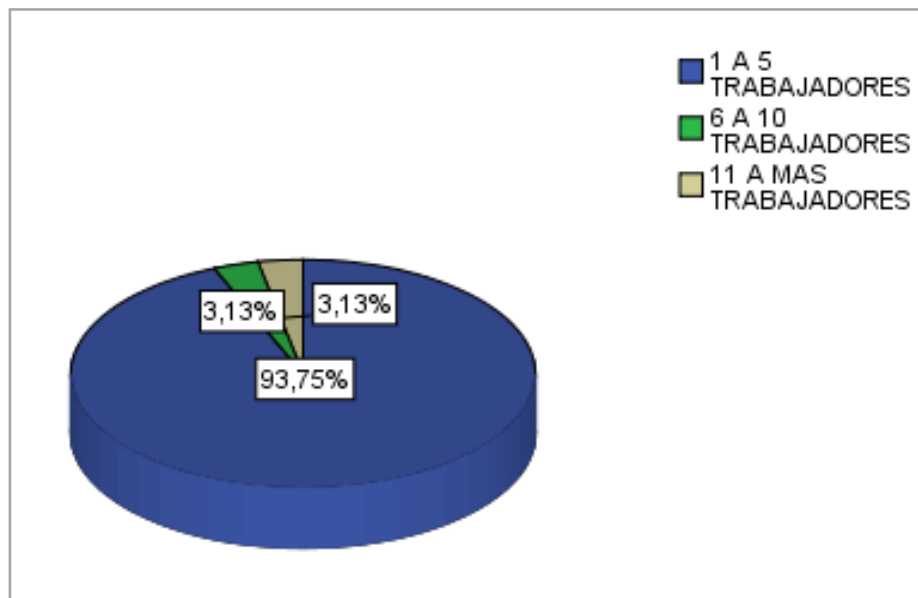


Figura 8. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

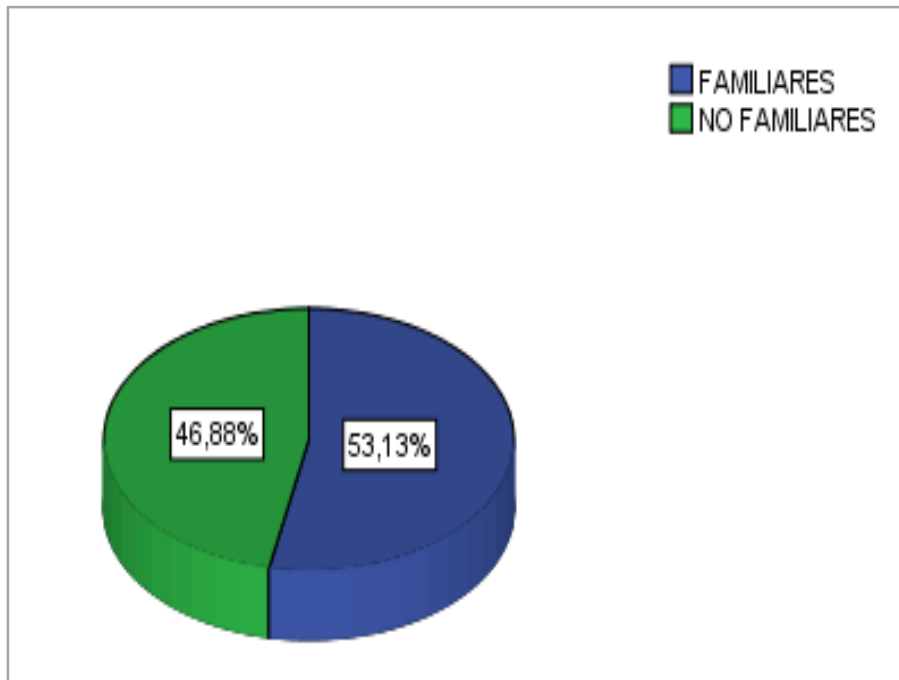


Figura 9. Personas que trabajan en la empresa

Fuente. Tabla 2

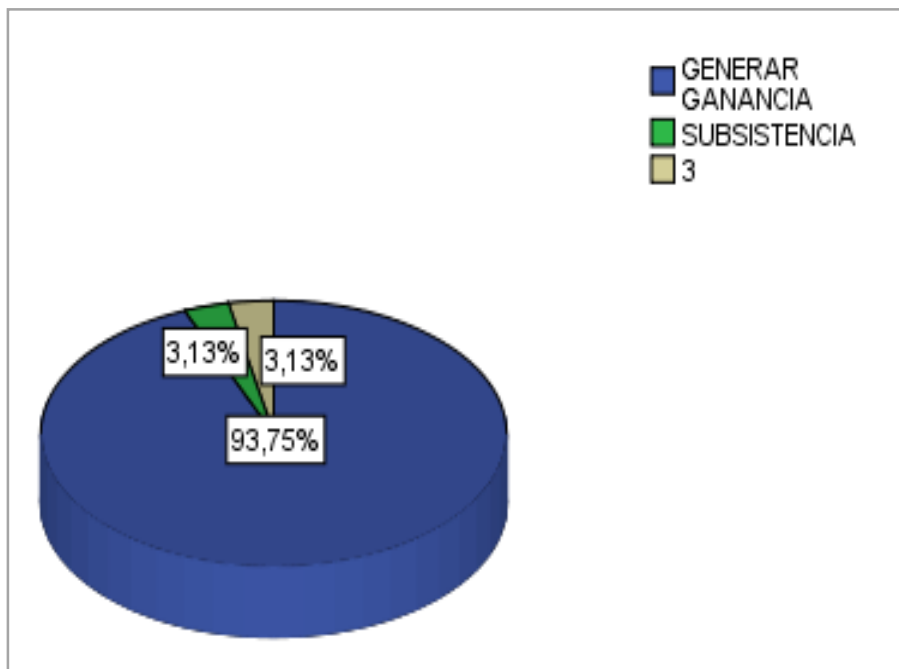


Figura 10. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

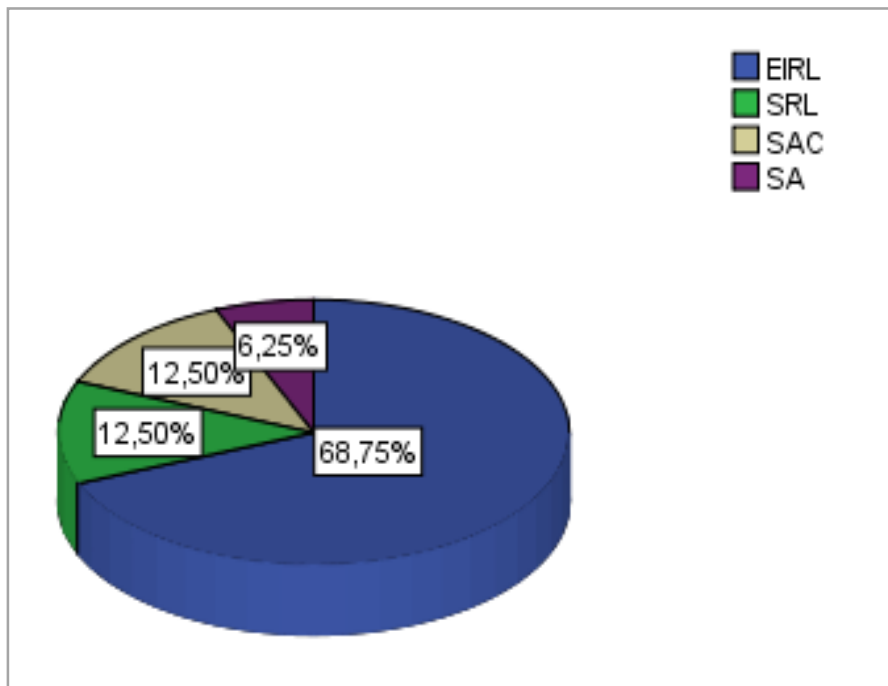


Figura 11. Tipo de constitución de la empresa

Fuente. Tabla 2

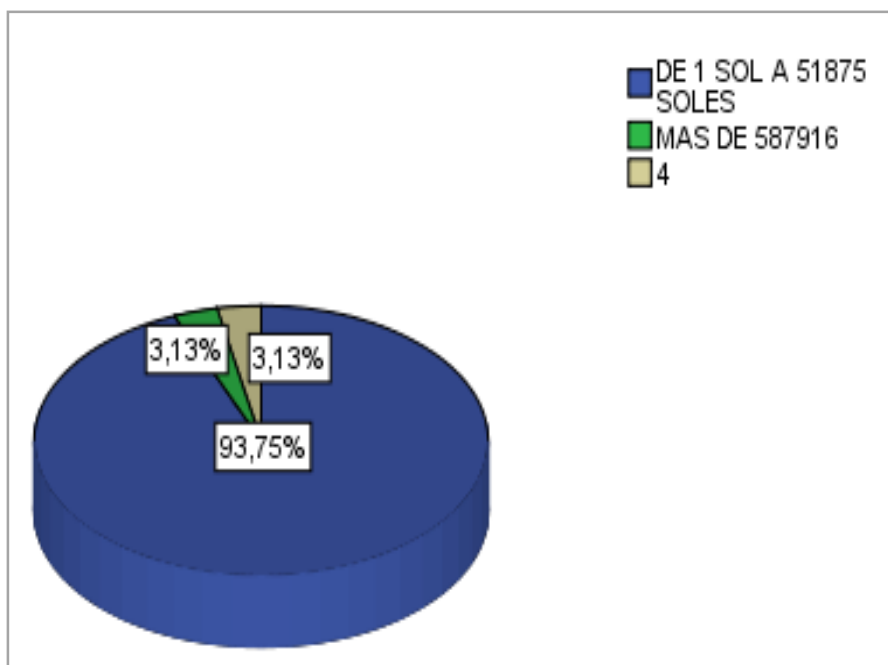


Figura 12. Nivel de ingreso promedio mensual

Fuente. Tabla 2

c) Referente a las Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las MYPES del Rubro Reparación de Celulares.

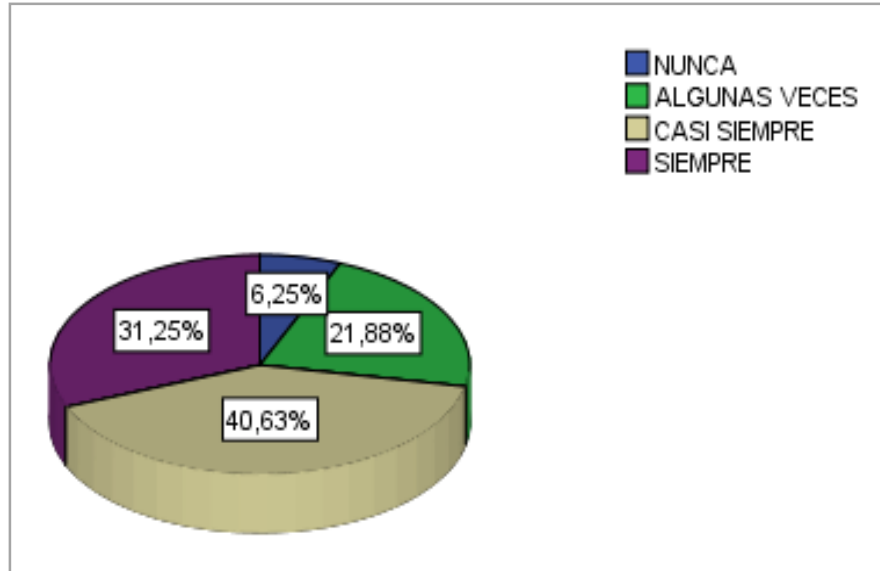


Figura 13. Gestión de calidad en el establecimiento

Fuente. Tabla 3

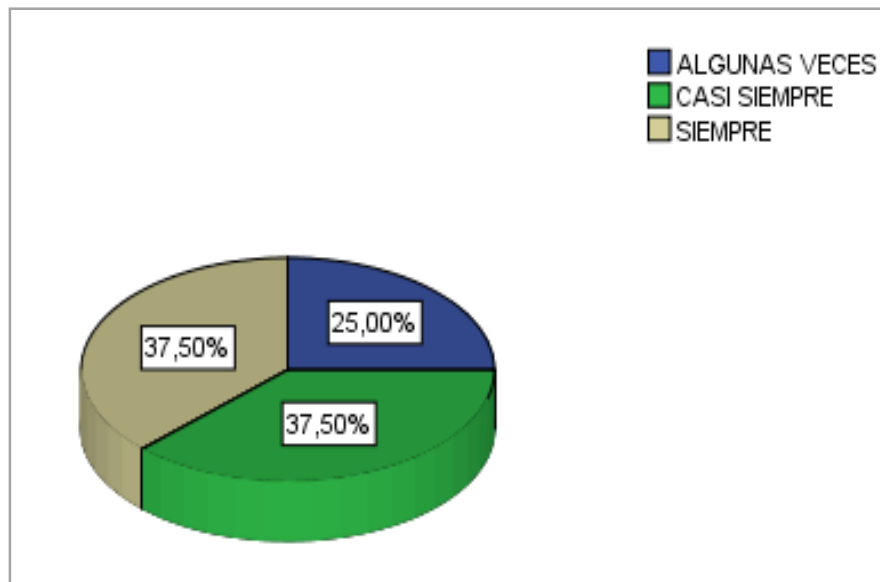


Figura 14. Diagnóstico de problemas de los clientes

Fuente. Tabla 3

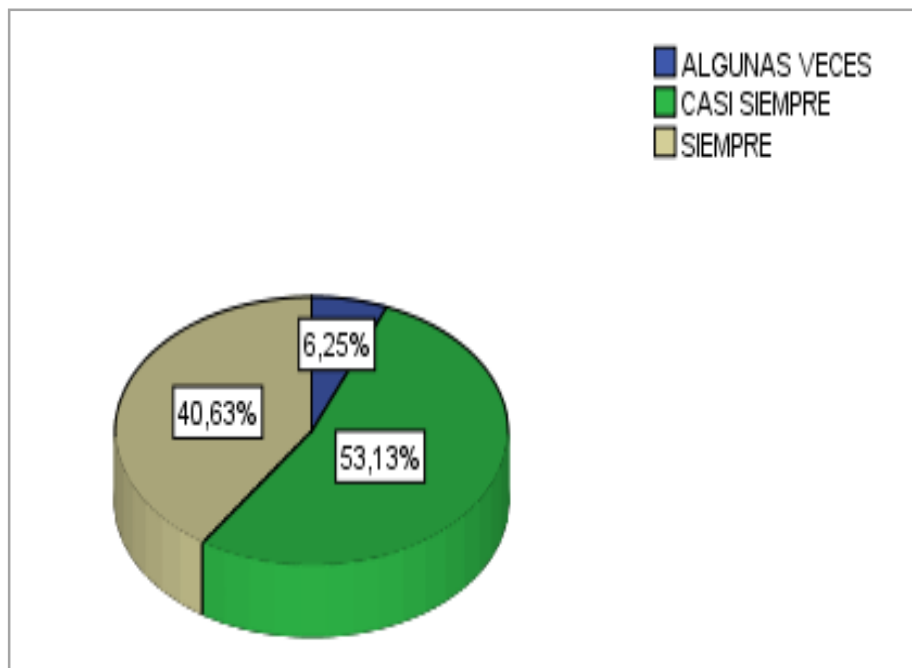


Figura 15. Procesos necesarios para satisfacción de los clientes

Fuente. Tabla 3

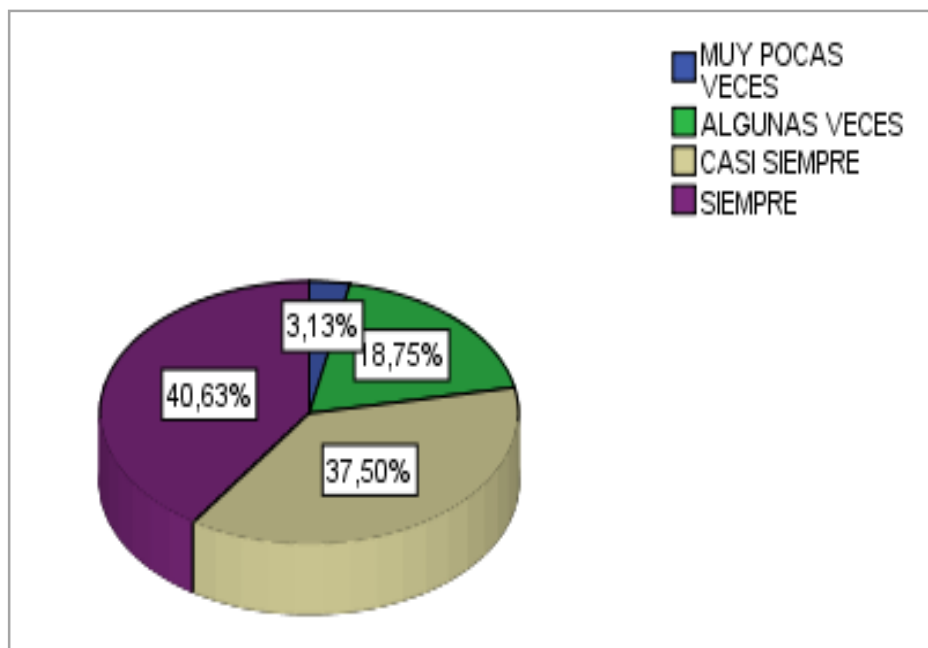


Figura 16. Capacitación al personal

Fuente. Tabla 3

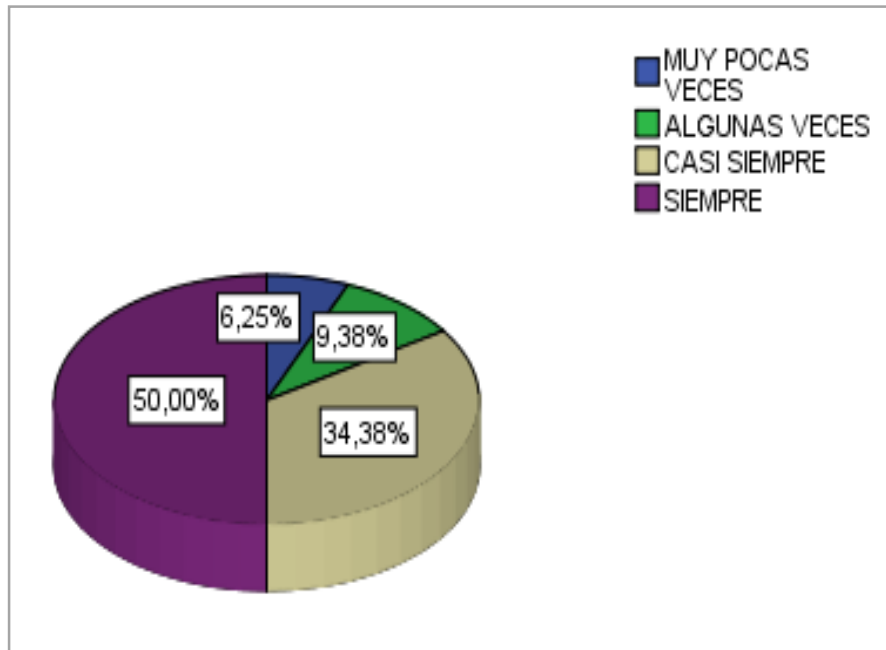


Figura 17. Solución de problemas de la empresa

Fuente. Tabla 3

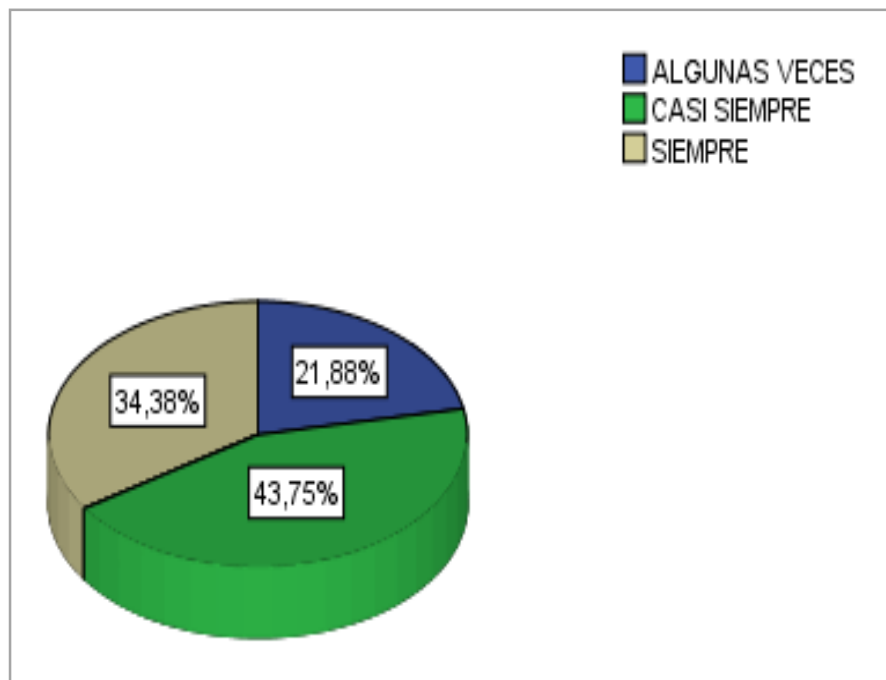


Figura 18. Implementación de planes

Fuente. Tabla 3

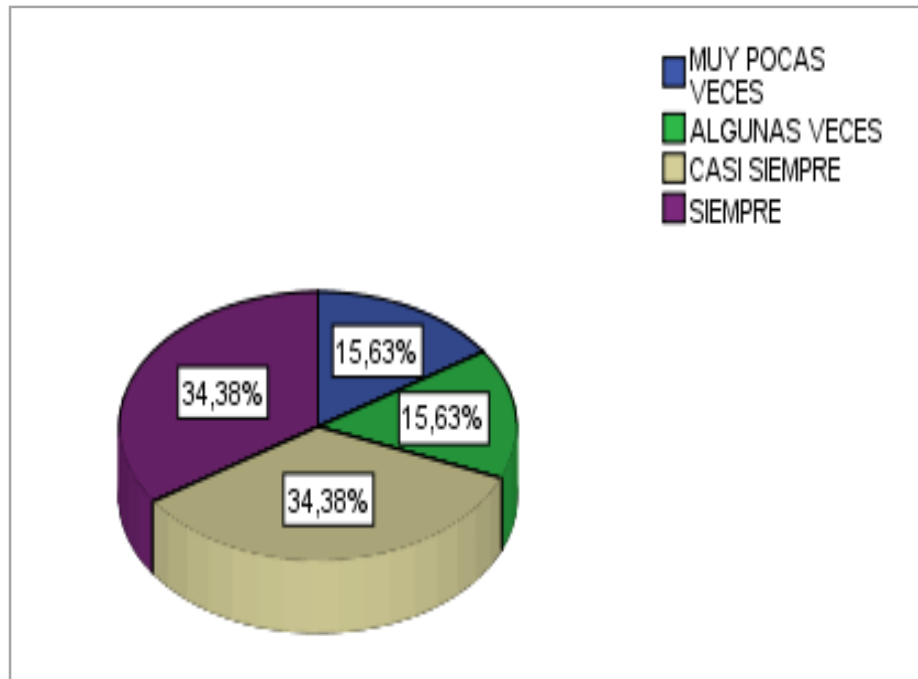


Figura 19. Seguimiento y medición de procesos

Fuente. Tabla 3

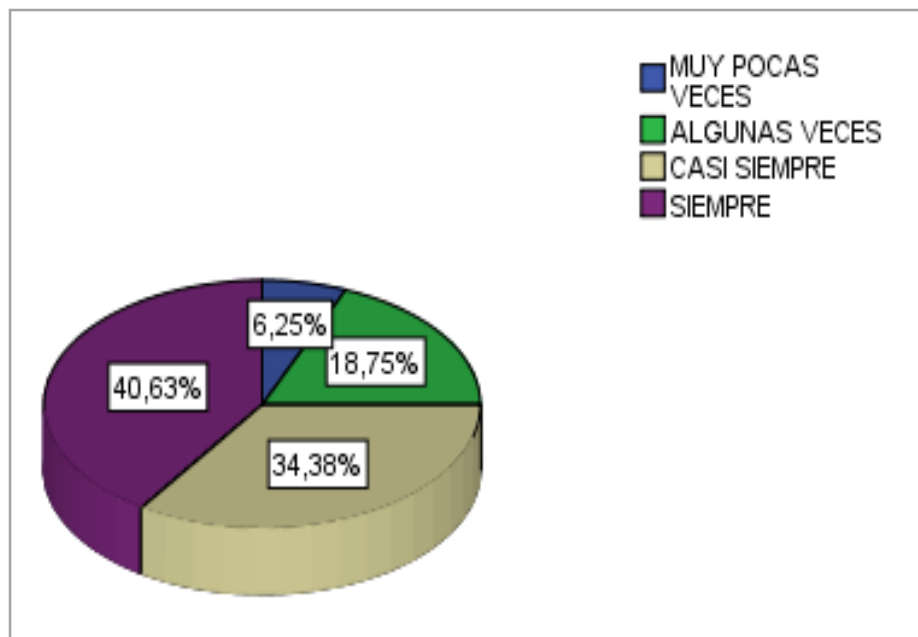


Figura 20. Informe de resultados

Fuente. Tabla 3

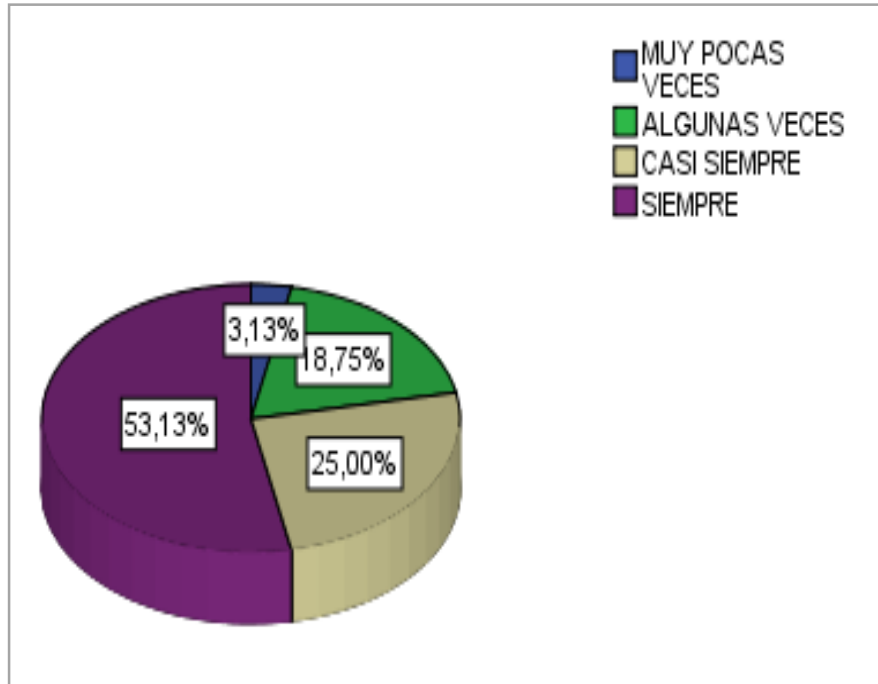


Figura 21. Acciones para la mejora de procesos

Fuente. Tabla 3

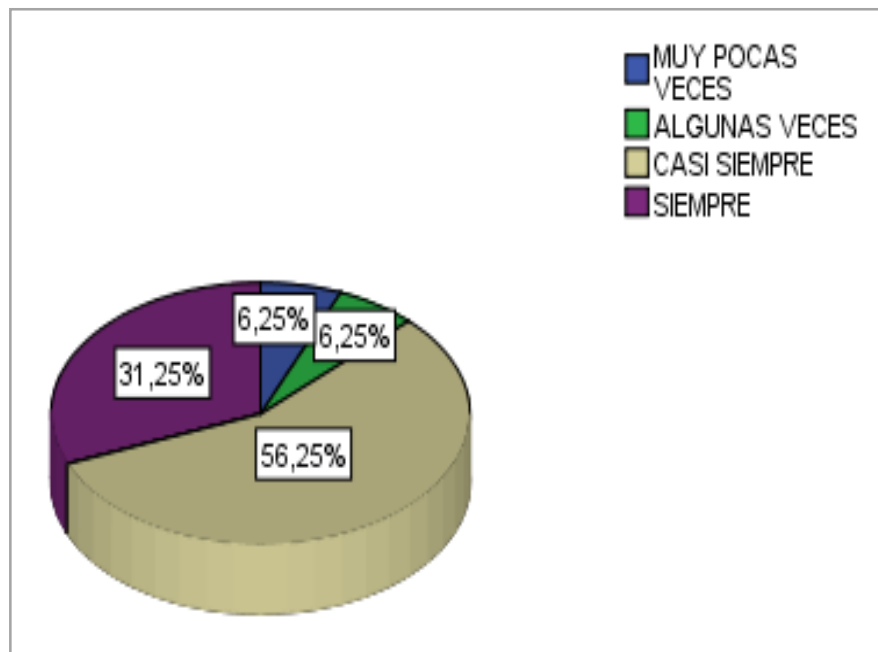


Figura 22. Informe de procesos de mejora

Fuente. Tabla 3

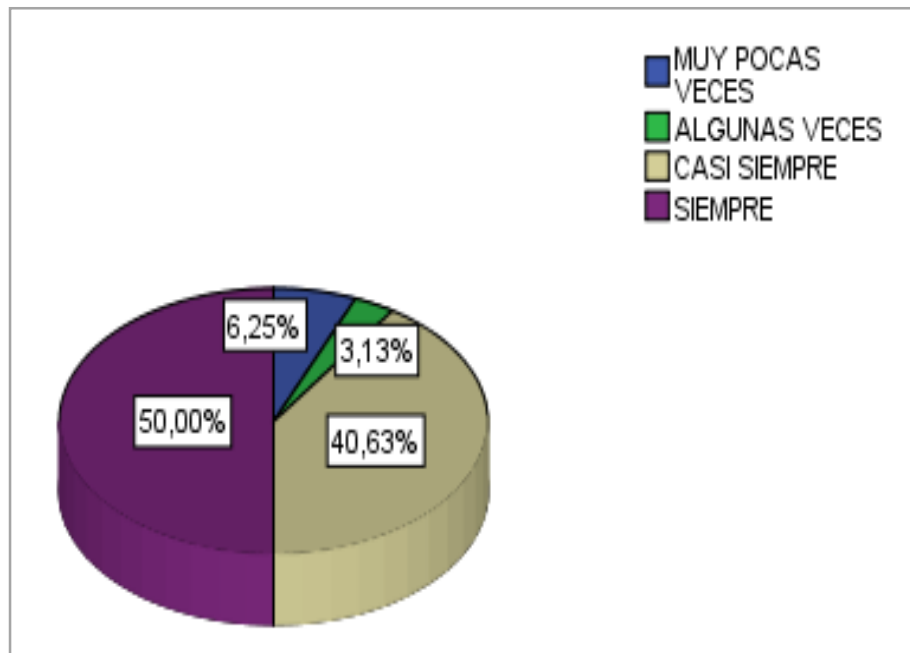


Figura 23. Facilidad de atención al cliente a través de instalaciones

Fuente. Tabla 3

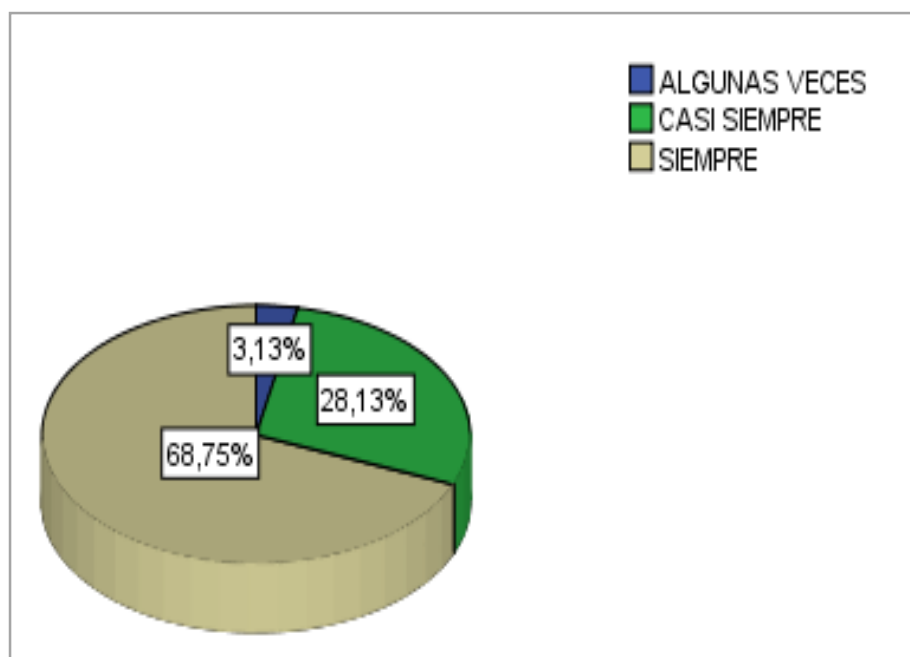


Figura 24. Equipos de reparación actualizados

Fuente. Tabla 3

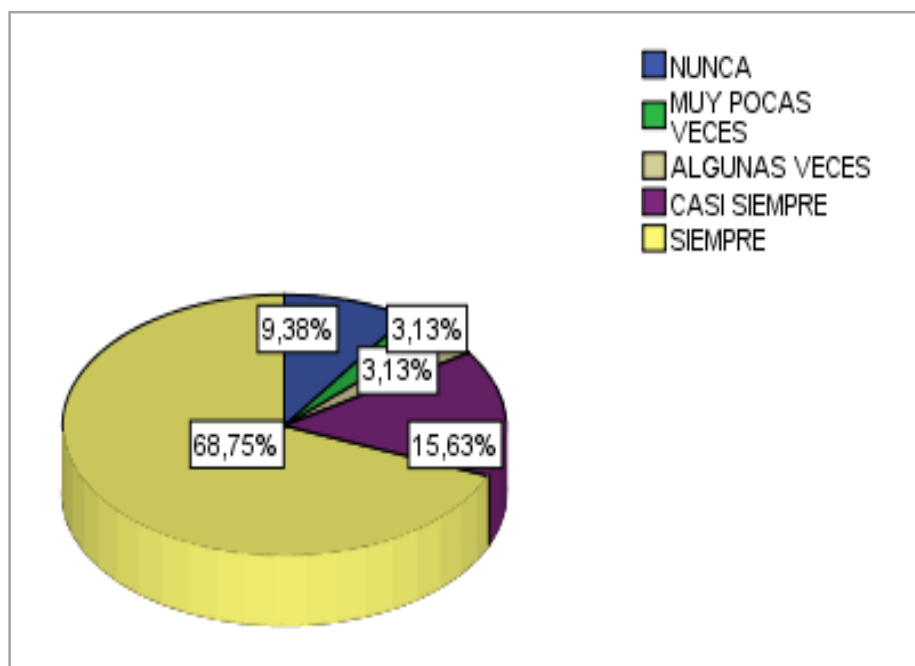


Figura 25. Uso de materiales adecuados de trabajo

Fuente. Tabla 3

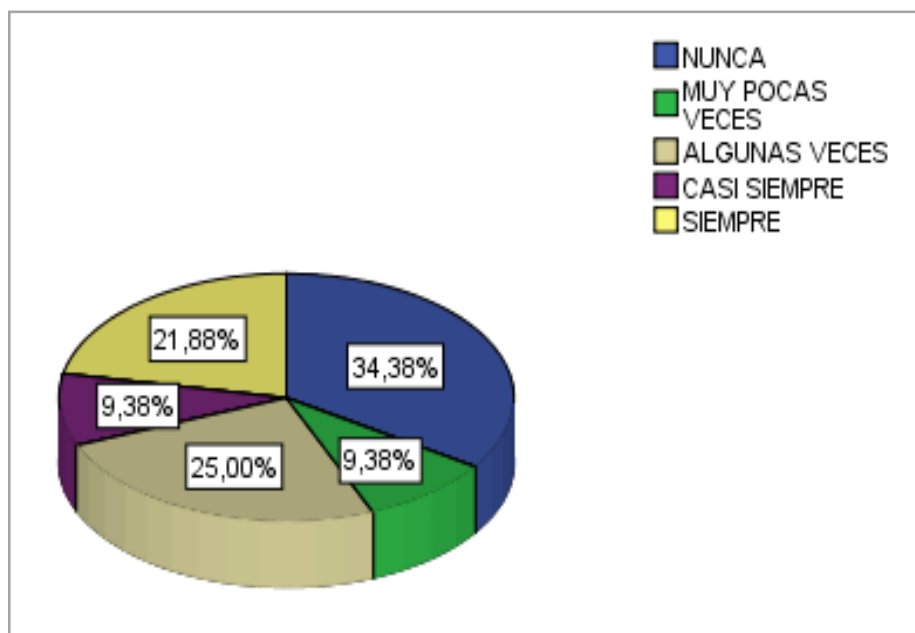


Figura 26. Uso de uniforme por el personal

Fuente. Tabla 3

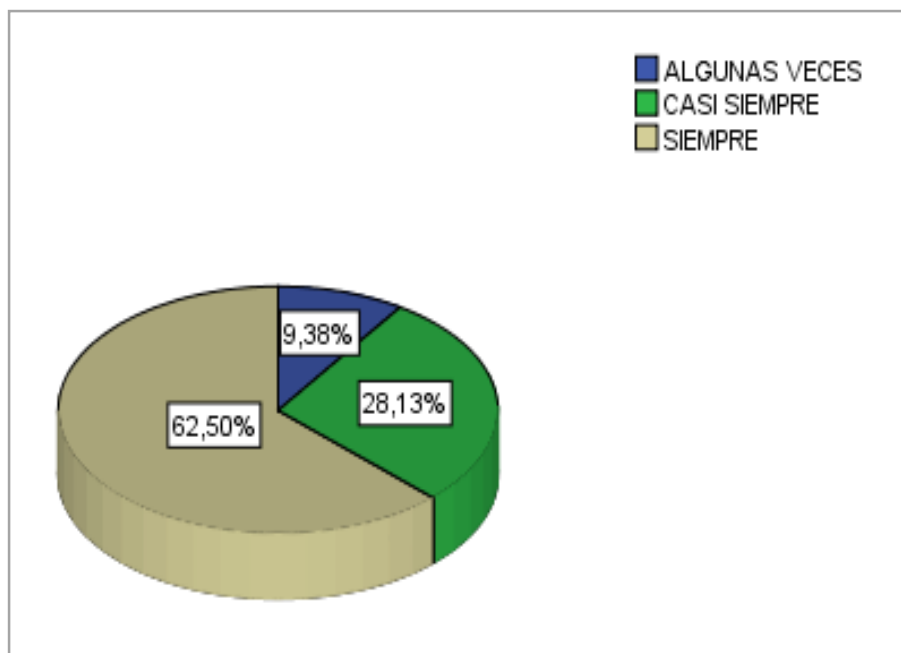


Figura 27. Expectativas de solución de problemas

Fuente. Tabla 3

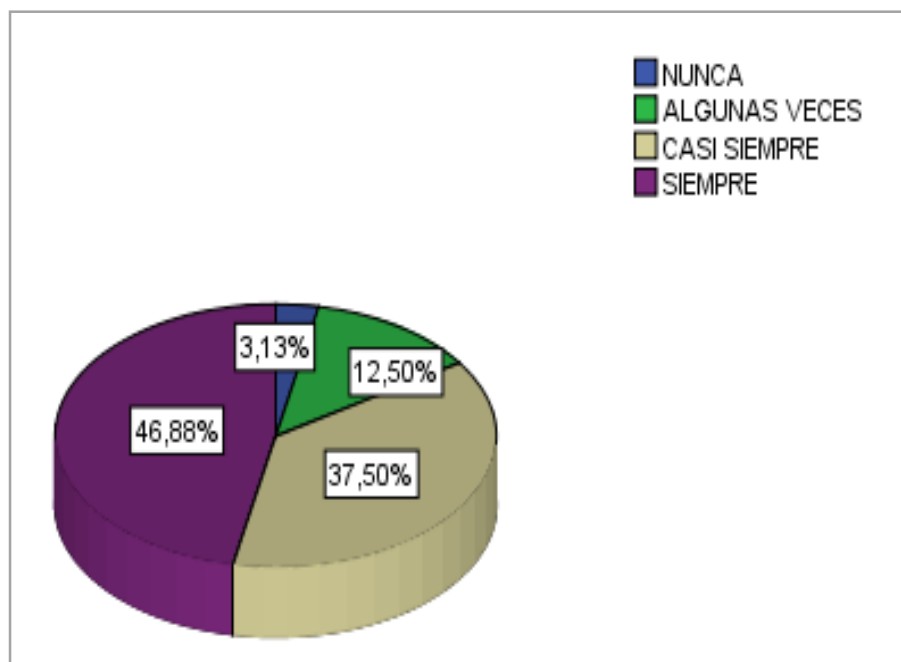


Figura 28. Solución eficaz y oportuna de reclamos

Fuente. Tabla 3

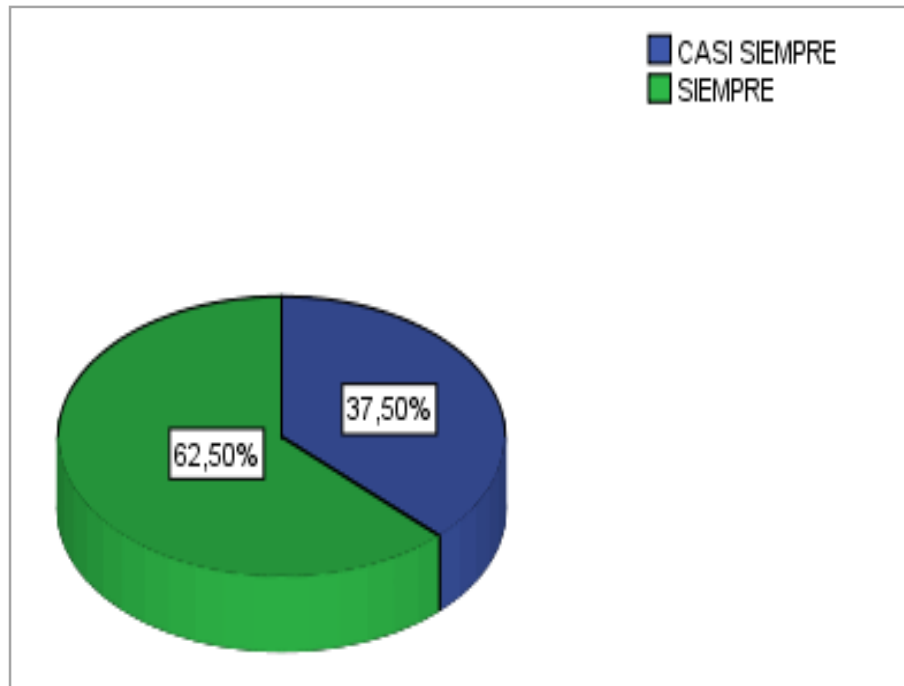


Figura 29. Cumplimiento de trato establecido

Fuente. Tabla 3

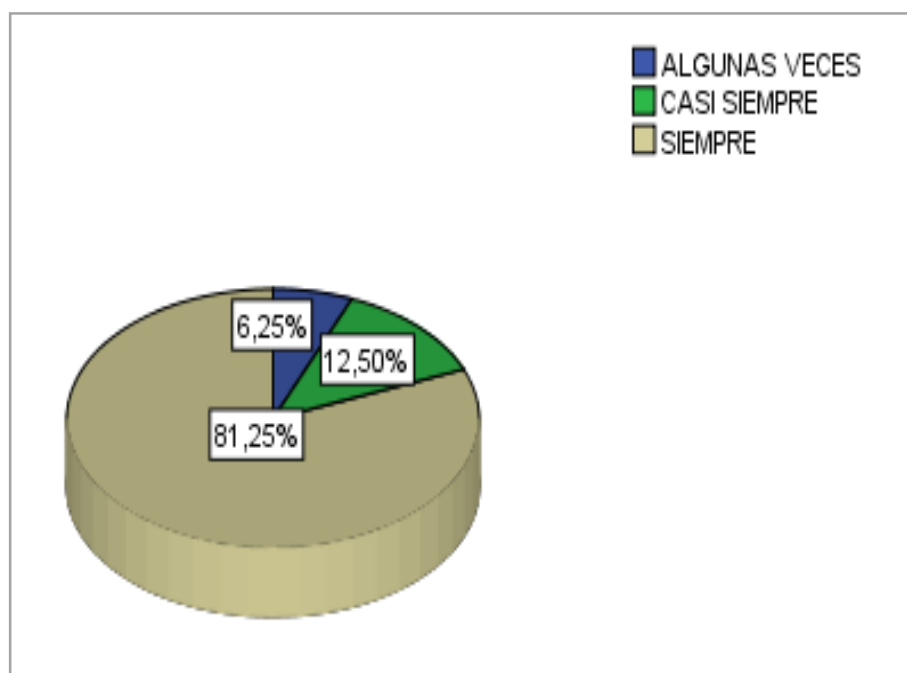


Figura 30. Apoyo en las necesidades de los clientes

Fuente. Tabla 3

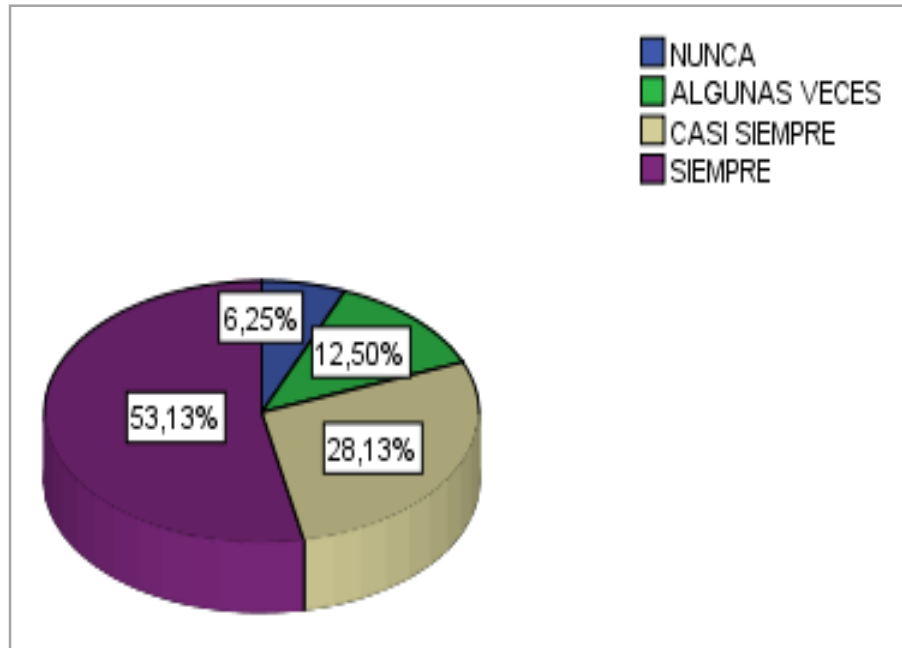


Figura 31. Capacidad de atención rápida

Fuente. Tabla 3

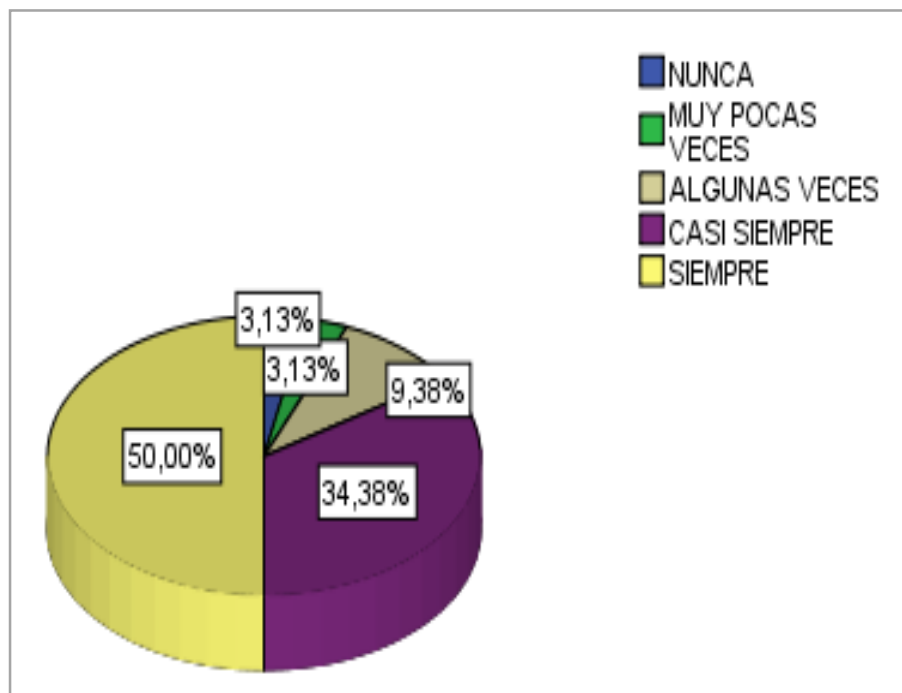


Figura 32. Actitudes y aptitudes del personal

Fuente. Tabla 3

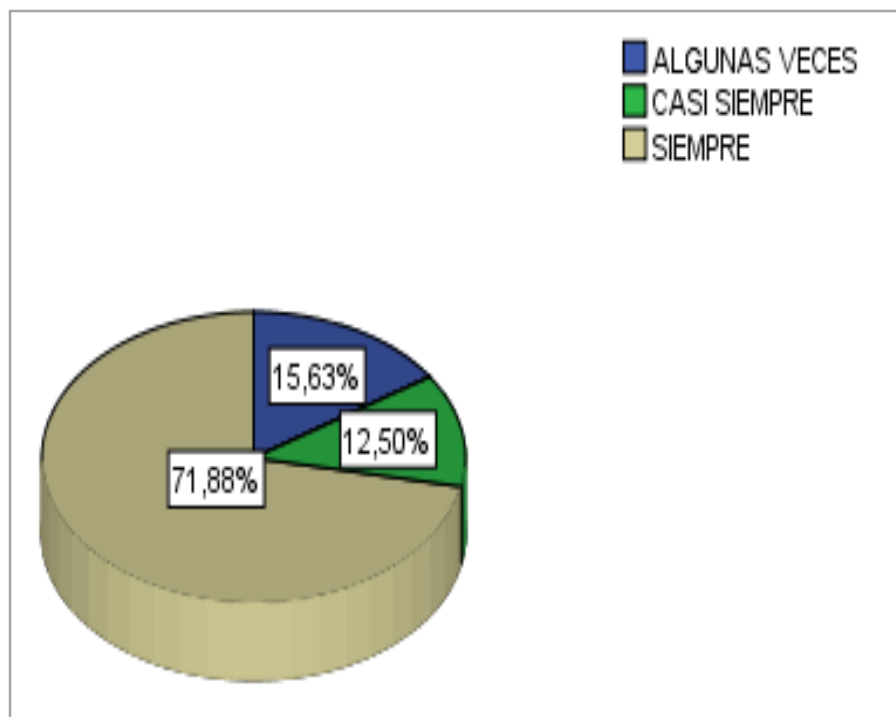


Figura 33. Capacidad de los directivos en la toma de decisiones

Fuente. Tabla 3.

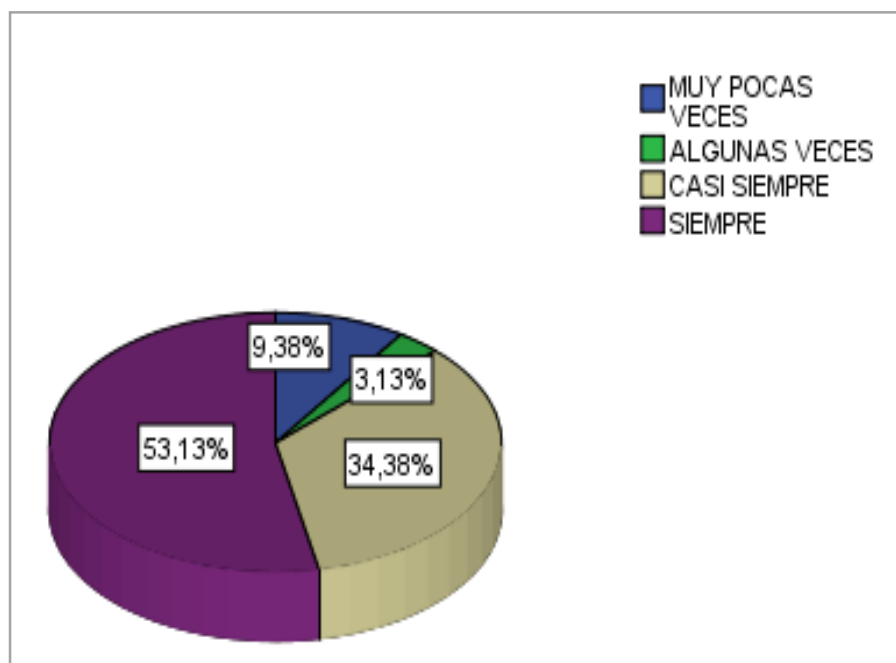


Figura 34. Vocación de servicio

Fuente. Tabla 3

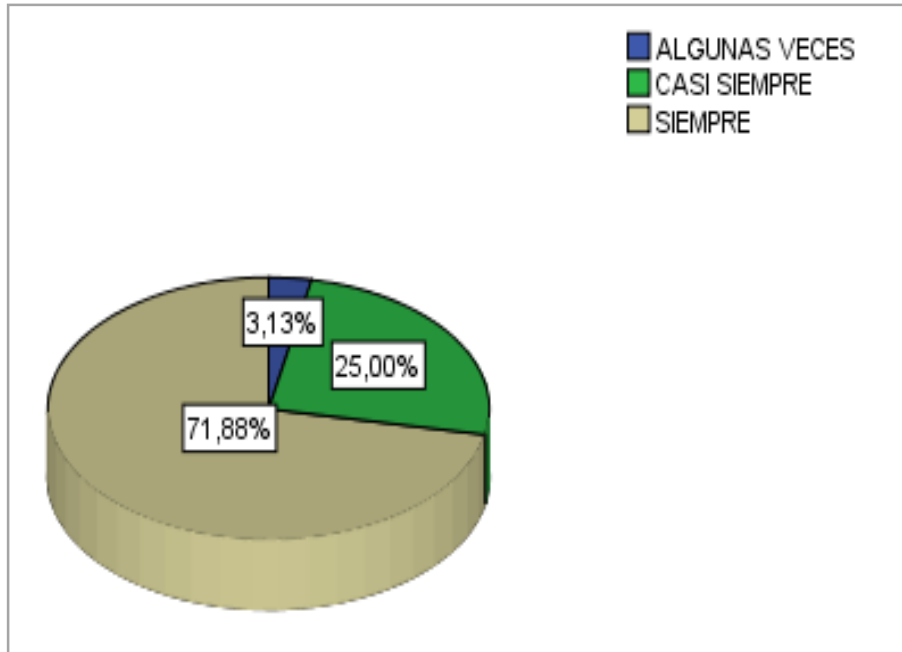


Figura 35. Trato amable

Fuente. Tabla 3

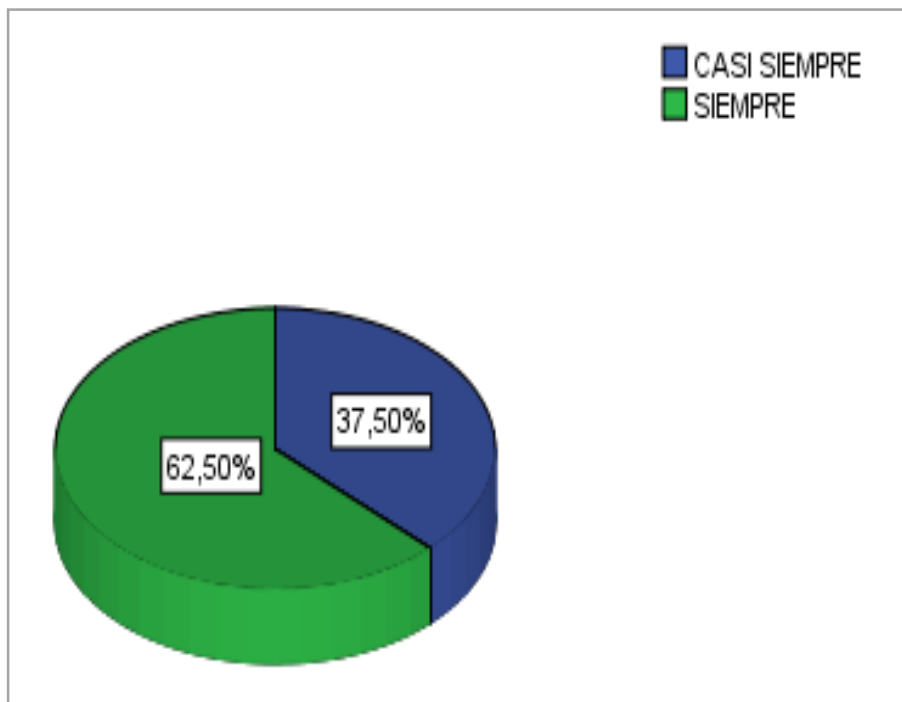


Figura 36. Preferencia de clientes por la empresa

Fuente. Tabla 3

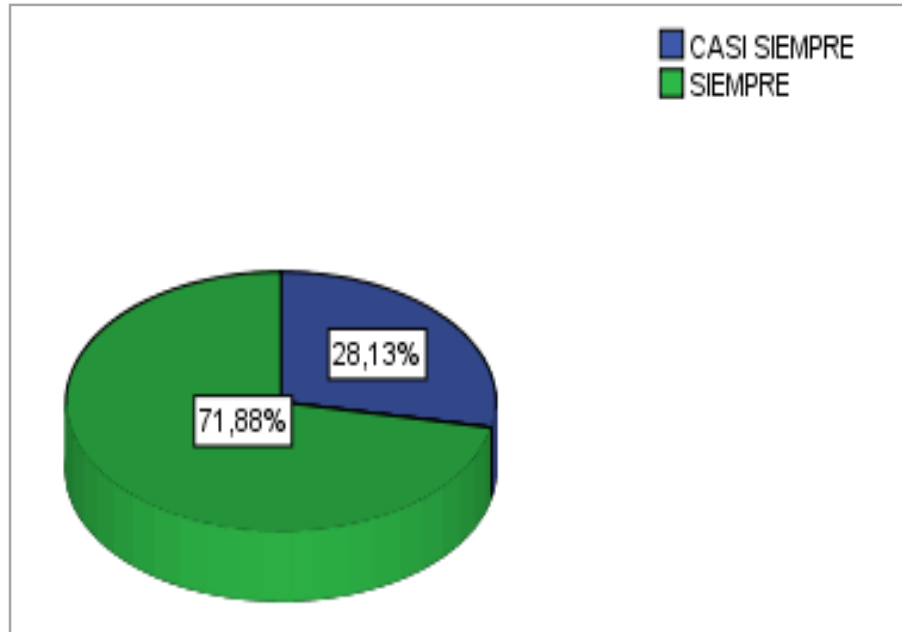


Figura 37. Trato equitativo e igualitario

Fuente. Tabla 3

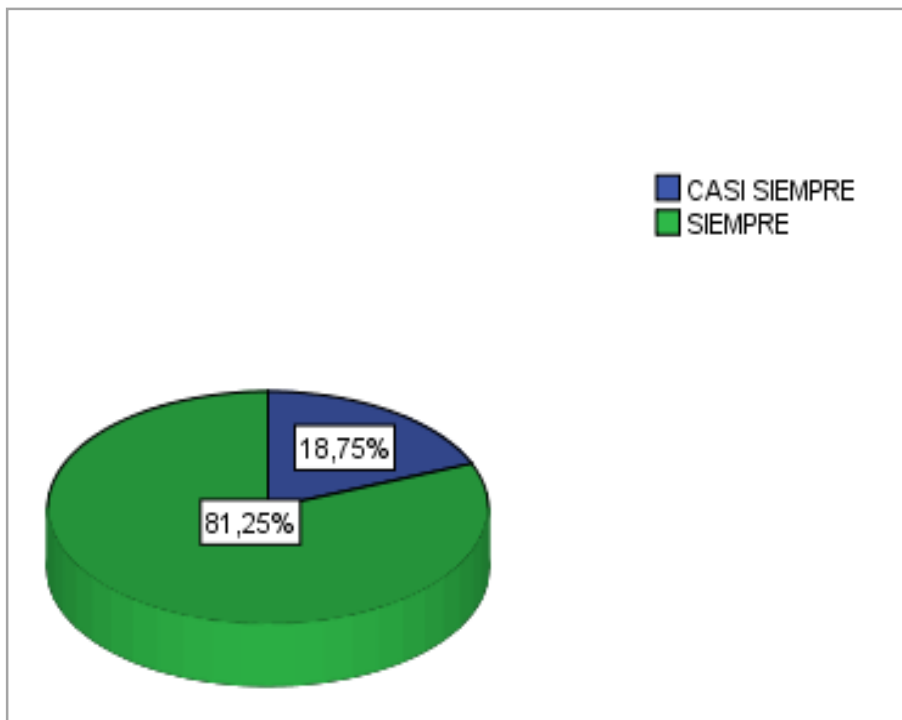


Figura 38. Respeto a los clientes

Fuente. Tabla 3

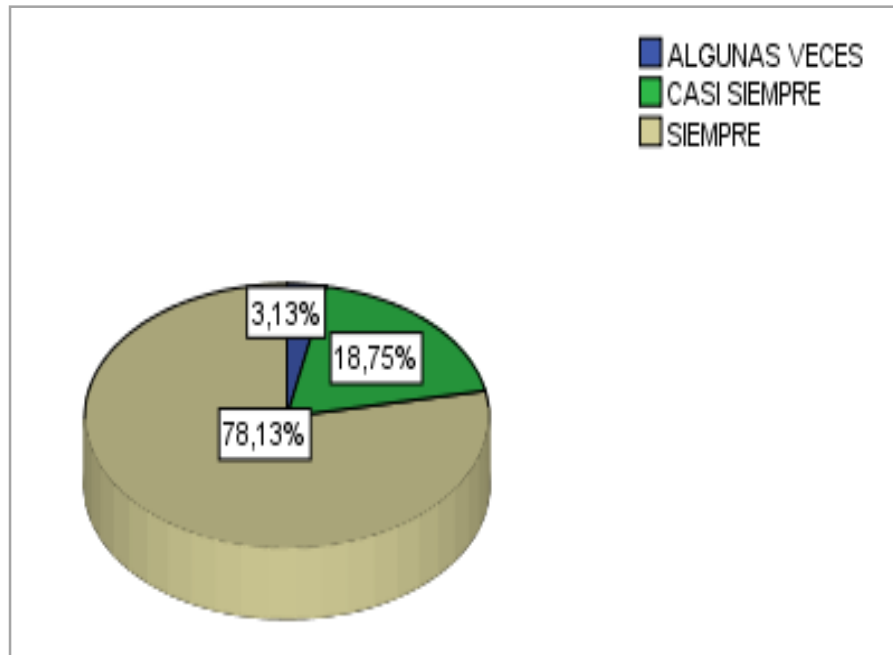


Figura 39. Veracidad y transparencia en el trato

Fuente. Tabla 3

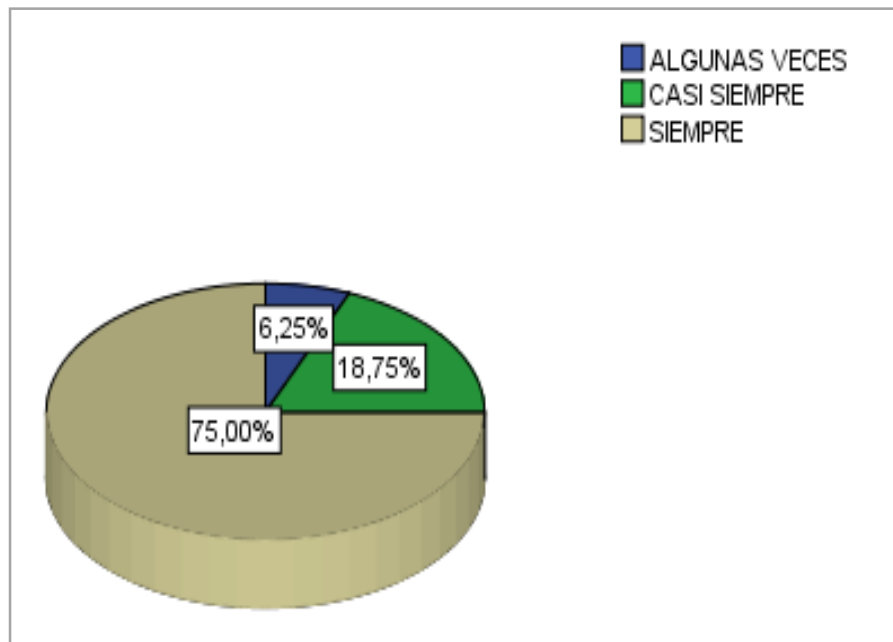


Figura 40. Honestidad, cimiento para la correcta relación con los clientes

Fuente. Tabla 3

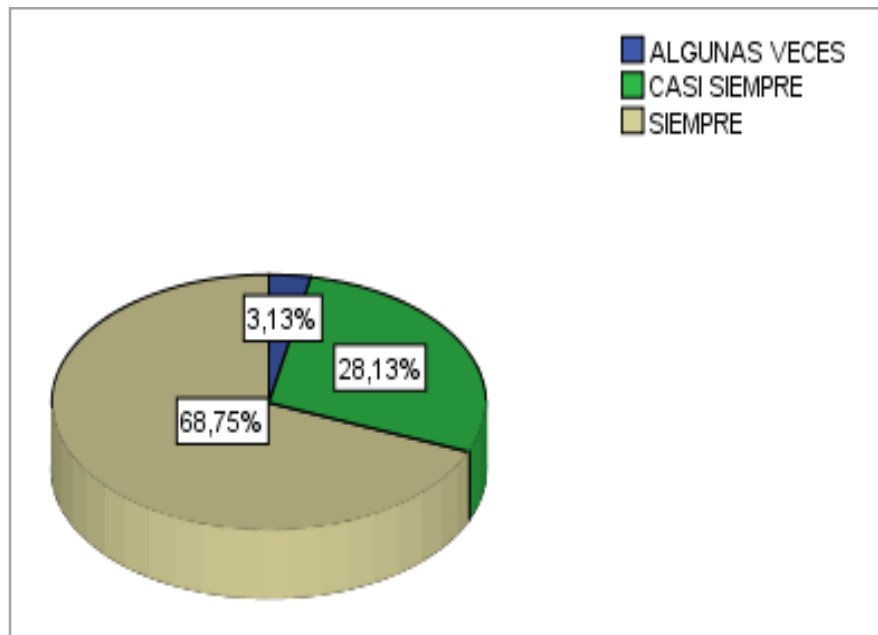


Figura 41. Seguridad en cuanto al cumplimiento de expectativas

Fuente. Tabla 3

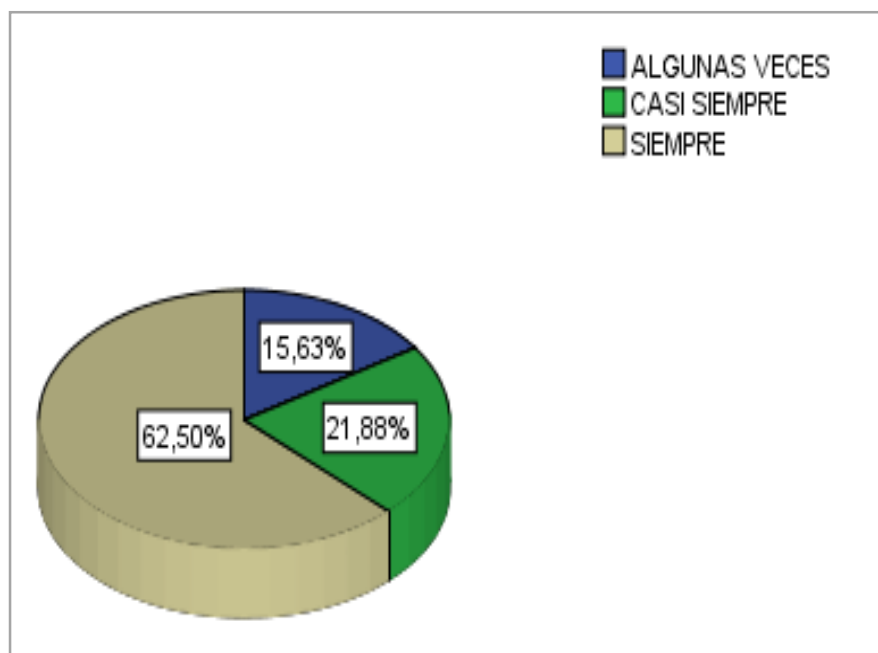


Figura 42. Personal profesional en el rubro

Fuente. Tabla 3

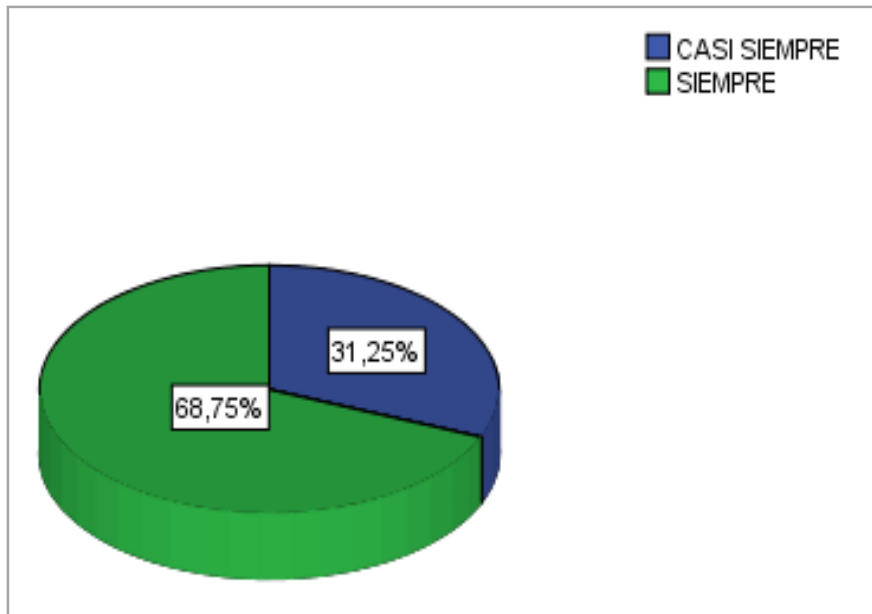


Figura 43. Cortesía, aspecto fundamental en la atención

Fuente. Tabla 3

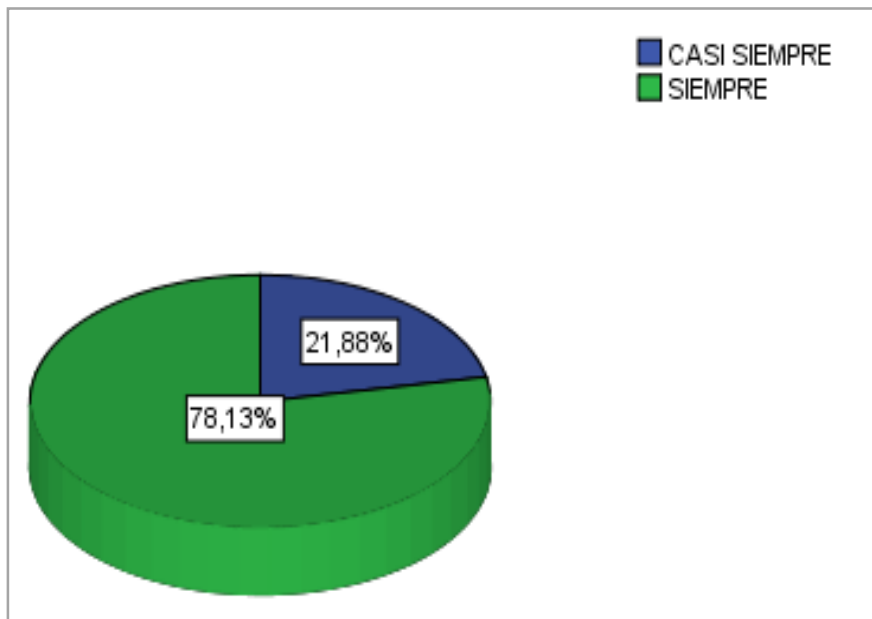


Figura 44. Confianza con el trabajo encomendado

Fuente. Tabla 3

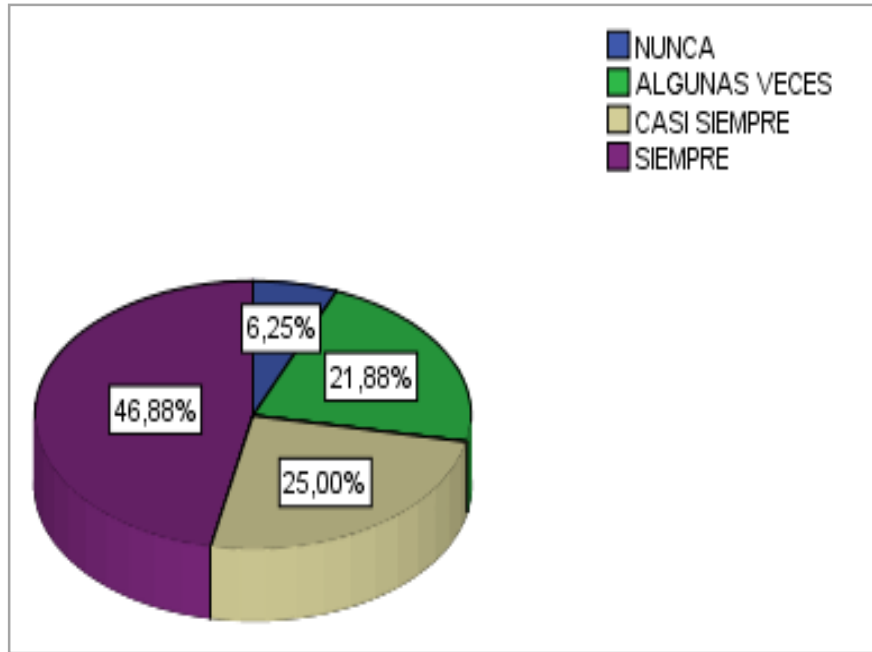


Figura 45. Puntualidad en cuanto a la apertura y cierre de local

Fuente. Tabla 3

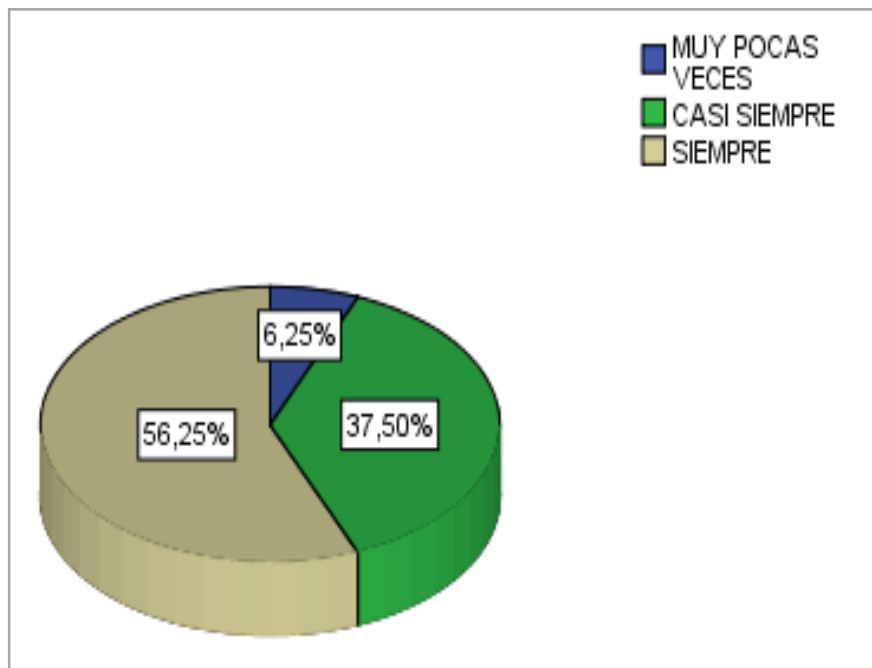


Figura 46. Fácil acceso a la empresa

Fuente. Tabla 3

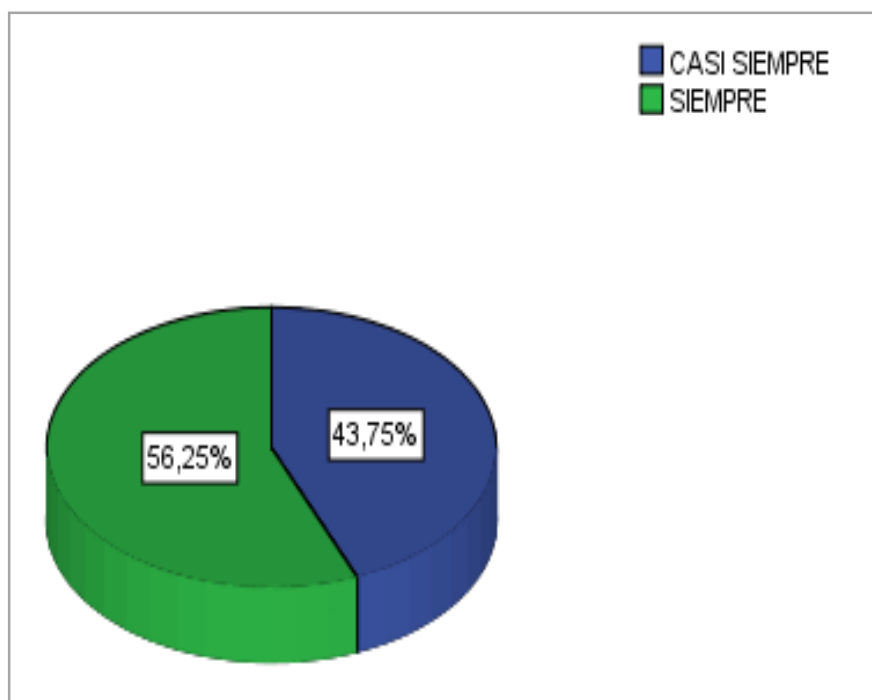


Figura 47. Facilidad en cuanto al horario de atención

Fuente. Tabla 3

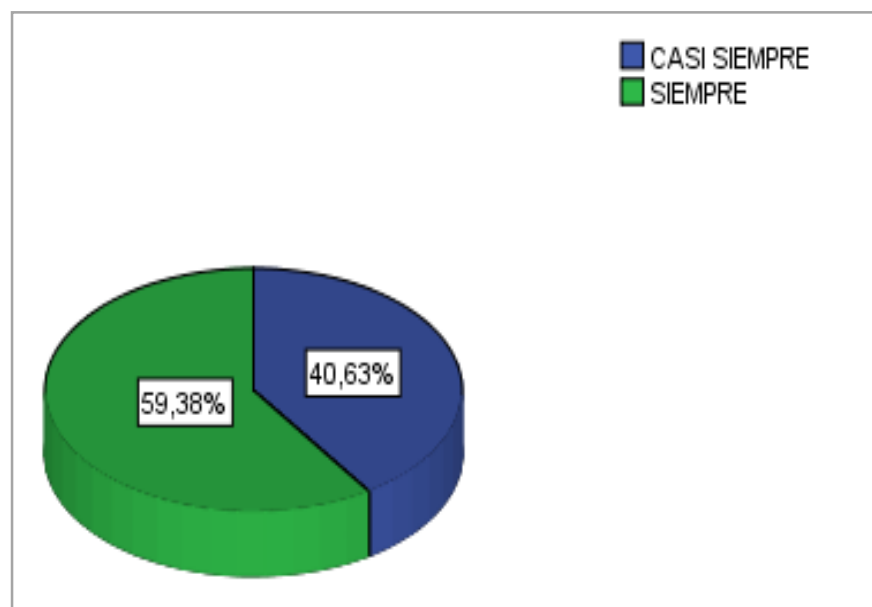


Figura 48. Problemas escuchados referidos a la atención

Fuente. Tabla 3

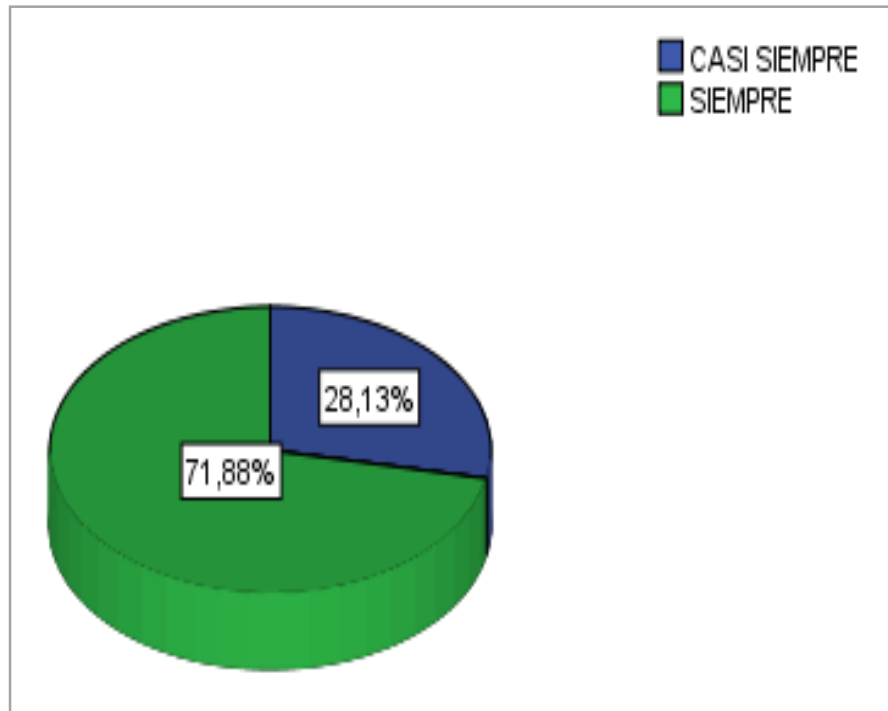


Figura 49. Aclaración de dudas e inquietudes.

Fuente. Tabla 3

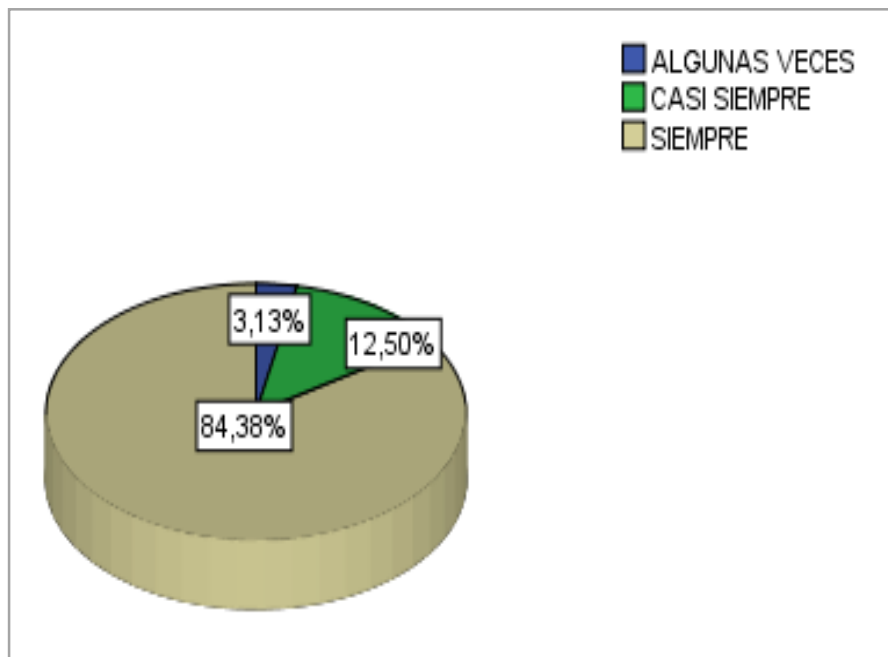


Figura 50. Lenguaje común y coherente

Fuente. Tabla 3

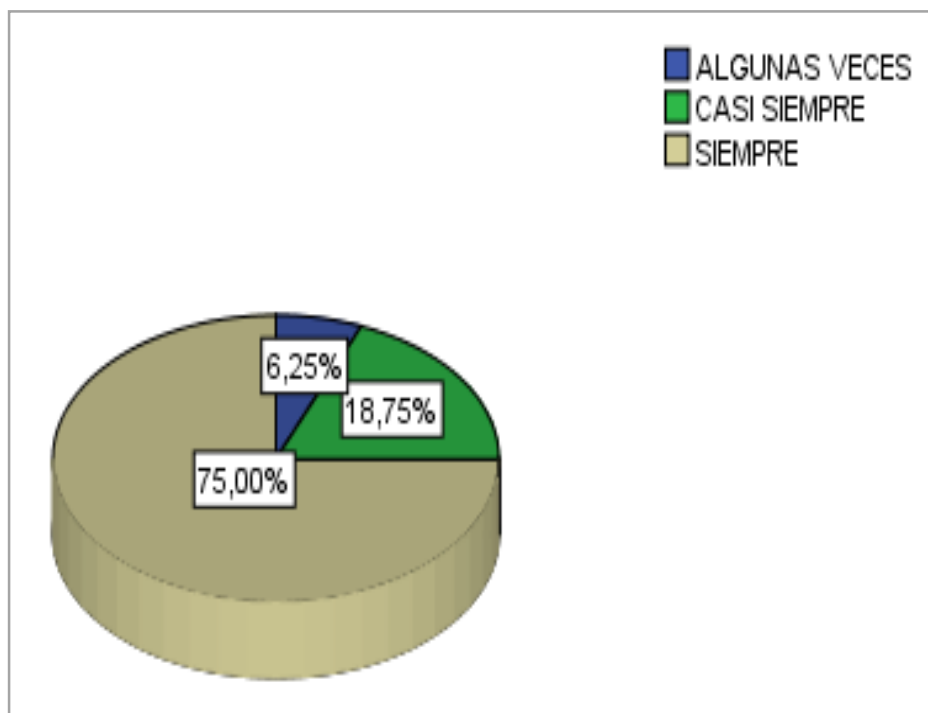


Figura 51. Comprensión y entendimiento de la situación

Fuente. Tabla 3

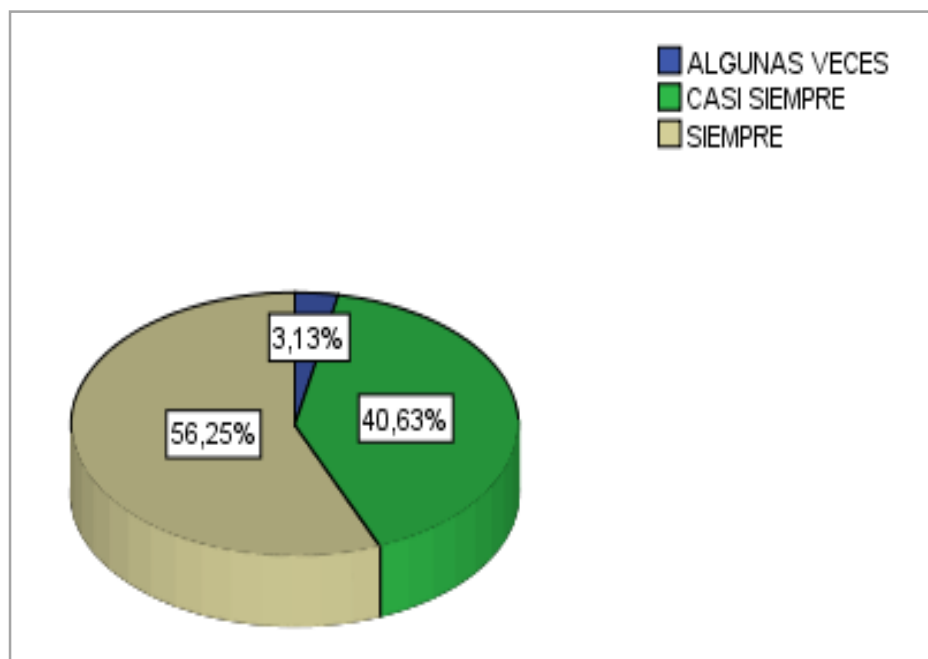


Figura 52. Atención personalizada

Fuente. Tabla 3

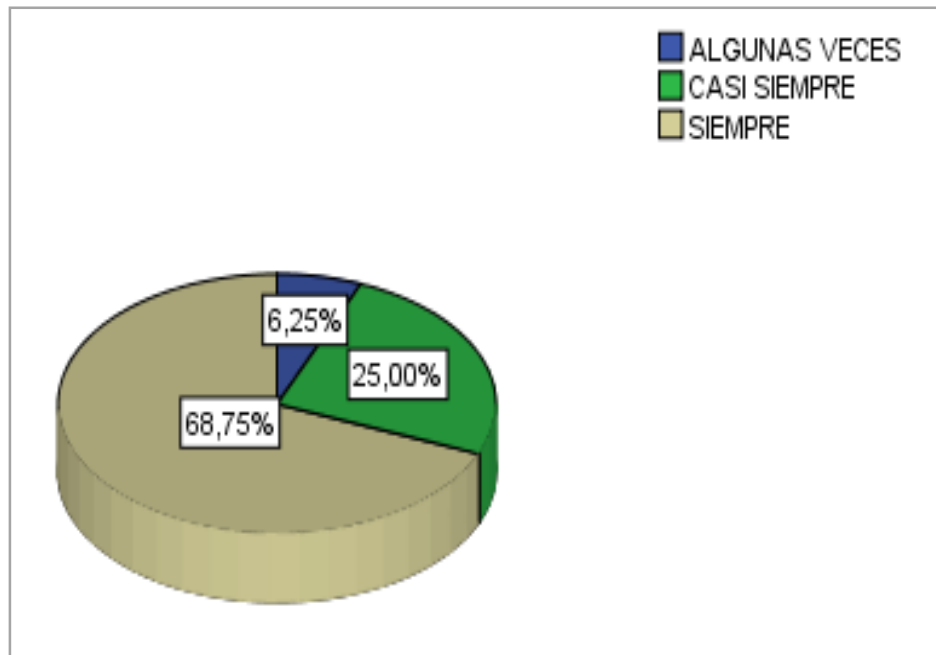


Figura 53. Conocimiento al detalle de necesidades del cliente

Fuente. Tabla 3

4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 150 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 4%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.