



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR
RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN
DE MEJORA EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DEL
DISTRITO DE AMARILIS-HUÁNUCO, 2020**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

ARENAS CAPCHA FABIOLA KRIHESLI
ORCID: 0000-0002-6684-5650

ASESOR

GARCIA APAC JULIAN SPENCER
ORCID: 0000-0002-3321-5820

LIMA – PERÚ
2020

1. Equipo de Trabajo.

AUTORA

Arenas Capcha, Fabiola Krihesli

ORCID: 0000-0002-6684-5650

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

ASESOR

García Apac, Julián Spencer

ORCID: 0000-0002-3321-5820

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

JURADO

Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoyá, Victor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

2. Hoja de Firma del Jurado y Asesor

JURADO

MEZA DE LOS SANTOS, Juan Pablo

Presidente

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda

Miembro

ESPINOSA OTOYA, Victor Hugo

Miembro

GARCÍA APAC, Julián Spencer

Asesor

3. Hoja de Agradecimiento y/o Dedicatoria

DEDICATORIA

A Dios, por su protección y bendición que me permite pasar cada obstáculo que se me presenta por darme fuerzas para seguir adelante y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que son mi soporte y compañía.

A mis padres y a mi hija por ser el motor de mi vida, por brindarme su apoyo incondicional, quienes me enseñaron afrontar momentos difíciles, a nunca rendirme y a luchar por mis sueños. Quienes supieron consolarme cuando mi vida cruzaba el camino del fracaso, y festejaban conmigo cuando mi vida acariciaba la victoria, quienes confiaron en mí y quienes han hecho de mí una mejor persona.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, centro del saber, por acogerme en sus aulas para lograr mi formación profesional como Licenciada en Administración.

A los docentes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por brindarme una formación integral, humanista y competitiva.

Al Mg. Julián Spencer García Apac, por haberme asesorado y proporcionado aportes de vital importancia en el presente trabajo de investigación.

A los dueños y administradores de las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco, por el apoyo desinteresado en la aplicación, avance y elaboración de la presente investigación.

Y a todas aquellas personas de mi alrededor que han creído en mí y me han brindado su apoyo.

La autora.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal. La población fue de 10 MYPEs, la muestra es no probabilístico; muestreo poblacional, como técnica se utilizó la encuesta, instrumento fue el cuestionario, conformado por 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 60% conocen la gestión de calidad, el 65% existe poca iniciativa en los colaboradores para su implementación, el 90% miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 100% apoya a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% alcanzan sus objetivos y metas trazadas, el 80% conocen el termino atención al cliente, el 50% aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 90% maneja la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 50% brindan un servicio de calidad con atención personalizada, el 80% brindan una buena atención a sus clientes, el 60% mejora la atención al cliente con amabilidad, el 60% utiliza la estrategia mejorar calidad de servicio para satisfacer las necesidades del cliente, el 60% tiene como ventaja la rentabilidad al ofrecer una buena atención al cliente, las conclusiones: La mayoría de MYPEs están empleando gestión de calidad, priorizan el buen trato a través de la amabilidad y como herramienta la comunicación, a través de la observación miden el rendimiento de personal, el cual tiene poca iniciativa, existe contribución.

Palabras clave: Atención, calidad, cliente, gestión, MYPEs, transportes.

SUMMARY

The general objective of this research was to determine the characteristics of customer service as a relevant factor in quality management and improvement plan in MSEs in the service sector, interprovincial transport item in the Amarilis-Huánuco District. The research methodology was quantitative, descriptive level and non-experimental-transversal design. The population was 10 MYPEs, the sample is non-probabilistic; Population sampling, as a technique the survey was used, an instrument was the questionnaire, made up of 22 questions, obtaining the following results: 60% know about quality management, 65% there is little initiative on the part of the worker for its implementation, 90 % measure staff performance through observation, 100% contribute to improving business performance, 100% achieve their objectives and goals, 80% know the term customer service, 50% apply management of quality in the service provided to their customers, 90% use communication as a tool for quality service, 50% provide quality service with personalized attention, 80% provide good customer service, 60% improves customer service with kindness, 60% use the strategy to improve quality of service to satisfy customer needs, 60% have the advantage of profitability by providing good service to the client, the conclusions: Most MYPEs are applying quality management, prioritize good treatment through kindness and communication as a tool, through observation they measure the performance of staff, which has little initiative, there is contribution .

Keywords: Attention, quality, client, management, MYPEs, transport.

4. Contenido.

ÍNDICE

| | |
|---|------|
| 1. Equipo de Trabajo..... | ii |
| 2. Hoja de Firma del Jurado y Asesor..... | iii |
| 3. Hoja de Agradecimiento y/o Dedicatoria..... | iv |
| 4. Resumen y Abstract..... | vi |
| 5. Contenido..... | viii |
| 6. Índice de cuadros, tablas y gráficos..... | ix |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 5 |
| 2.1. Antecedentes..... | 5 |
| 2.2. Bases teóricas de la investigación..... | 25 |
| III. HIPÓTESIS..... | 40 |
| IV. METODOLOGÍA..... | 41 |
| 4.1. Diseño de la investigación..... | 41 |
| 4.2. Población y muestra..... | 42 |
| 4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 45 |
| 4.5. Plan de análisis..... | 45 |
| 4.6. Matriz de Consistencia..... | 46 |
| 7.9. Principios éticos..... | 47 |
| V. RESULTADOS..... | 51 |
| 5.1. Resultados..... | 51 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 73 |
| Aspectos complementarios..... | 75 |
| Referencias bibliográficas..... | 76 |
| ANEXOS..... | 80 |

5. Índice de cuadros, tablas y figuras

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

| | |
|---|-----------|
| Cuadro 1. | 43 |
| Definición y operacionalización de variables, dimensiones e indicadores | |
| Tabla 1. | 51 |
| Características de los representantes de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. | |
| Tabla 2. | 52 |
| Características de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. | |
| Tabla 3. | 53 |
| Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de la calidad en las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. | |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----------|
| Figura 1 | 55 |
| Edad | |
| Figura 2 | 55 |
| Genero | |
| Figura 3 | 56 |
| Grado de instrucción | |
| Figura 4 | 56 |
| Cargo que desempeña | |
| Figura 5 | 57 |
| Tiempo que desempeña en el cargo | |
| Figura 6 | 57 |
| Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro | |
| Figura 7 | 58 |
| Número de trabajadores | |
| Figura 8 | 58 |
| Las personas que trabajan en su empresa son: | |
| Figura 9 | 59 |
| Objetivo de creación | |
| Figura 10 | 59 |
| Conocimiento del término gestión de calidad | |
| Figura 11 | 60 |
| Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad | |
| Figura 12 | 60 |
| Técnicas para medir el rendimiento del personal | |
| Figura 13 | 61 |
| La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio | |
| Figura 14 | 61 |
| La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa | |
| Figura 15 | 62 |
| Conocimiento del término atención al cliente | |
| Figura 16 | 62 |
| Aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes | |
| Figura 17 | 63 |
| Herramientas que utiliza para un servicio de calidad | |
| Figura 18 | 63 |
| Principales factores para brindar un servicio de calidad en su empresa | |
| Figura 19 | 64 |
| La atención que brinda a los clientes es: | |
| Figura 20 | 64 |
| De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa | |
| Figura 21 | 65 |
| Estrategias que utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente | |
| Figura 22 | 65 |
| Ventajas que tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente | |

I. INTRODUCCIÓN

En América Latina y el Caribe las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) son los agentes económicos con mayor capacidad para crear empleo; sin embargo, presentan bajos niveles de productividad y una elevada informalidad, esto debido a factores como, poca capacitación de los involucrados, bajo capital, inseguridad y poco apoyo de los gobiernos involucrados.

Perú, no es ajeno a este fenómeno llamado MYPEs, ya que ellas son la puerta principal para una mejor calidad de vida, con una posición individual o colectiva en un determinado sector, y si hay una mejora, muchos crecen individualmente y generan un crecimiento colectivo. Las micro y pequeñas empresas, en nuestro país representan el 99% de todos los negocios del Perú, las cuales producen el 40% del PBI y dan empleo a más del 85% de la fuerza laboral El Peruano (2020).

En el Perú se habla de Pymes desde hace 40 años; pero a pesar de ser una de las principales fuentes de trabajo y responsables del desarrollo económico, estas, se enfrentan a grandes desafíos como, la informalidad, escaso conocimiento de tecnología, dificultad para acceder a financiamientos y poca ayuda del estado.

Actualmente las MYPEs están pasando por una crisis económica global y ha afectado el bienestar, causada por la pandemia del coronavirus. Se estima que a nivel mundial las MYPEs son las más afectados por la pandemia, entre las actividades más perjudicadas son los servicios de alojamiento y hotelería, las agencias de viajes; la industria textil y la confección. Ante esta situación, los gobiernos buscan apoyar a las MYPEs. En varios países de América Latina y el Caribe (ALC) han adoptado una serie de disposiciones económicas que tienen que ver principalmente con el aplazamiento del pago de impuestos y créditos, el aumento de garantías para préstamos y el

otorgamiento de créditos blandos y subvenciones, se enfocan en establecer moratorias tributarias, reducciones temporales en contribuciones a los sistemas de pensiones, líneas de crédito blando, así como renegociaciones o aplazamientos de términos de deudas para las MYPEs.

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (IEDEP- CCL, 2020) estima que el PBI caería 3,7% para este año 2020 por efecto del COVID-19. Las micro y pequeñas empresas (MYPES) ante este nuevo escenario son las más afectadas el gobierno junto al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) crearon medidas económicas para apoyar a las MYPES, a través de los programas de Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la micro y pequeña empresa (FAE-MYPE). La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) flexibilizó el tratamiento de las provisiones que se aplican a los créditos que se otorguen en los programas.

Es así los MYPEs del Distrito de Amarilis Provincia y Región Huánuco del sector transporte uno de los rubros más afectados por la pandemia, actualmente vienen activando sus servicios con ciertas limitaciones como reduciendo de la cantidad de pasajeros por las medidas de seguridad de distanciamiento pero el aumento de los pasajes los clientes no conformes con lo establecidos recorren a las competencias en este caso los transportes informales, por ende reducción personal que labora y disminución de ingresos económicos.

En la presente investigación se plasma la importancia de brindar una adecuada atención al cliente, por ello es necesario aplicar en el Distrito de Amarilis-Huánuco en las MYPES del sector servicio, rubro transportes, la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad para la mejora de estas MYPES. Por ello se aplica la

siguiente investigación titulada: atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial del distrito de amarilis-Huánuco, 2020. Del cual tenemos el siguiente problema científico: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020? El objetivo general de la investigación es: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. De lo cual se derivaron los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de los representantes de los MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Describir las características de las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Establecer las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación, para las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

Justificación teórica: La presente investigación aportará conceptos teóricos actualizadas en las variables atención al cliente y gestión de calidad. Justificación metodológica, se aplica metodologías reconocidas en la investigación científica y el uso de los instrumentos que permiten la recopilación de datos para su análisis respectivo. Justificación practica: servirá como antecedente para los estudios posteriores y fuente de consultas para los microempresarios y a cualquier interesado

en general en esta materia, poder acceder a esta investigación y aplicar las propuestas de mejora para el desarrollo de sus empresas.

En cuanto a la metodología empleada en esta investigación, fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y diseño: no experimental, transversal. Cuantitativa porque se recolectaron los datos de la situación actual para evaluar y analizar los resultados, explicar la problemática y proponer soluciones, descriptiva porque se describieron situaciones, contextos y eventos del objeto de estudio, no experimental, porque no se manipularon las variables y transversal porque se recolectó los datos en un solo tiempo. La población y muestra está conformado por 10 agencias del Distrito, a quienes se les aplicó un cuestionario.

Los principales resultados de la investigación fueron: El 60% conocen la gestión de calidad, el 65% existe poca iniciativa en los colaboradores para su implementación, el 90% miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 100% apoya a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% alcanzan sus objetivos y metas trazadas, el 80% conocen el termino atención al cliente, el 50% aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 90% maneja la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 50% brindan un servicio de calidad con atención personalizada, el 80% brindan una buena atención a sus clientes, el 60% mejora la atención al cliente con amabilidad, el 60% utiliza la estrategia mejorar calidad de servicio para satisfacer las necesidades del cliente, el 60% tiene como ventaja la rentabilidad al ofrecer una buena atención al cliente.

Conclusión principal: Implementar herramientas de gestión de calidad, para que así puedan dar un mejor servicio a los clientes y buscar la fidelización de los mismos. Esto

llevaría a que los representantes como sus colaboradores deberán capacitarse en forma continua, sobre temas que sean relacionados al negocio que se practica.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Marco teórico

2.1. Antecedentes.

Antecedentes internacionales.

Collantes (2016), en su tesis. *Mejoramiento de un modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente en una empresa de telefonía móvil en la ciudad de Guayaquil*, para optar el grado de Magister en Administración de Empresas-Facultad de Ciencias Administrativas en la Universidad de Guayaquil-Ecuador. La presente tesis tuvo como objetivo general: Diseñar un modelo de gestión para la atención al cliente de servicio de telefonía móvil de una empresa de la ciudad de Guayaquil; metodología de la investigación fue mixto, es decir cualitativo-cuantitativa, nivel de investigación descriptivo explicativo, técnica utilizada observación con el instrumento entrevistas, encuestas, focus group, lluvia de ideas, muestra toma como evidencia las encuestas ya realizadas por la empresa de telefonía móvil en un local de atención al cliente de la ciudad de Guayaquil, debido a que la empresa no autorizó encuesta a sus clientes, plantea las siguientes conclusiones: Actualmente el número de quejas que se encuentran en el Buzón de Sugerencias por atención al cliente de las empresas de telefonía móvil es elevado. Ante ello se ha visto la necesidad de crear un ente regulador para la medición de esa calidad, sin embargo, no se cristalizan planes de mejora para el desarrollo de estrategias que mejoren la experiencia del cliente. Los servicios de telefonía móvil en el Ecuador tienen el modelo de atención al cliente basado en Centros

de Atención, sin embargo y de acuerdo a las encuestas, el factor más débil de estos establecimientos es el tiempo de atención al usuario. La fundamentación de la propuesta se establece mediante el ciclo de la mejora, en donde se establece un plan de acción, que es revisado en su ejecución y luego retroalimentadas para evitar debilidades en los procesos. La mejora de los modelos de gestión de la calidad se basa no solo en la impresión del cliente, sino también en el involucramiento del personal que aporte con ideas y estrategias basadas en su experiencia de atención al cliente en los diferentes contextos del servicio. Cuando se involucran, van más allá de lo básico y lo establecido en el manual fortaleciendo la empatía y el compromiso por la empresa. Comentario los clientes en la actualidad son más exigentes en cuanto a la atención, trato y tiempo en tal sentido se debe aplicar la presente investigación en la empresa.

Sánchez (2018), en su tesis. *La gestión de calidad en el servicio al cliente como factor de competitividad en las pymes del sector comercio-rubro venta de ropa confeccionadas al por menor de la ciudad de Milagro*, para optar título de Ingeniera Comercial-Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales en la Universidad Estatal de Milagro-Ecuador. La presente tesis tuvo como objetivo general: Analizar la influencia de la gestión de calidad en el servicio al cliente en la competitividad de las PYMES del sector comercio-rubro venta de ropa confeccionadas al por menor de la ciudad de Milagro; metodología de la investigación fue cualitativo, nivel de investigación descriptivo, técnica utilizada encuesta con el instrumento cuestionario, muestra 15 PYMES del sector comercio-rubro venta de ropa confeccionadas al por menor de la ciudad de Milagro, plantea las siguientes conclusiones: La gestión de calidad es un elemento primordial para obtener la competitividad y reforzar el comercio cuando la economía de las PYMES conlleva, a una negociación entre

pequeñas, medianas y grandes empresas. Promover estrategias al personal permite mejorar la gestión de calidad en el servicio al cliente, esto puede darse mediante la capacitación al personal, adicionando evaluaciones constantemente, incrementando la motivación, sugerir al cliente el servicio a domicilio, y de ninguna manera dar al cliente como respuesta un NO se puede, o eso NO me toca a mí. Se debe brindar información sobre un adecuado reclutamiento del personal para obtener una contratación eficaz mediante un proceso de selección que permitirá definir el puesto que debe cumplir el aspirante, además hay que incluir pruebas que aporten a la selección de la persona de manera precisa para medir el nivel de conocimiento, desempeño y capacidades que posee el candidato, esto se lo puede hacer a través de convenio con la UNEML. Determinar la visión es una parte prioritaria de las PYMES, por lo tanto, debe ser coherente y tener estabilidad, oportunidades y expectativas para que pueda valorar el manifiesto de proyección generando sistemáticamente nuevas ideas para la satisfacción de necesidades que está en función de un grupo de clientes, en términos de consumo y en función de tecnología. En otras palabras, la empresa debe proyectar entusiasmo, creatividad, al servicio al cliente de una manera clara y directa. Comentario la gestión de calidad es un elemento primordial para obtener la competitividad y reforzar el comercio de las MYPEs.

Chóez (2019), en su tesis. *La calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en centros de salud públicos del Canton la Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018*, para optar título de Ingeniera de Administración de Empresas-Facultad de Ciencias Administrativas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena-Ecuador. La presente tesis tuvo como objetivo general: Analizar la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en centros de salud públicos del cantón La Libertad;

metodología de la investigación fue exploratorio-descriptivo mediante enfoque inductivo-deductivo, técnica utilizada encuesta, entrevista y ficha de observación, muestra 339 clientes internos y externos de los centros de salud públicos del Cantón la Libertad, provincia de Santa Elena, plantea las siguientes conclusiones: Con el diagnóstico realizado se concluye que la atención brindada en los centros de salud tipo “A” del cantón La Libertad, presenta novedades, las cuales fueron identificadas mediante un cuestionario aplicado al usuario. Las áreas de salud publicas tipo “A” del cantón La Libertad presentan factores notorios, el espacio de estos establecimientos no es adecuado, la excesiva cantidad de pacientes, y la comunicación escasa entre el paciente y los colaboradores genera inconvenientes al momento de dar atención debido a que el personal posiblemente no esté acostumbrado a tratar este tipo de situaciones. Con la implementación de las mejoras propuestas se espera que los centros de salud tipo “A” del cantón La Libertad tengan importantes resultados en la calidad de servicio generado a los clientes los mismos que garanticen bienestar, comodidad, confiabilidad y seguridad. Comentario en el sector público de los servicios en salud existe mucha deficiencia en cuanto a la atención al cliente, en la actualidad es una crisis en realidad por la pandemia del COVID-19.

Cardenas y Yessid (2019), en su tesis. *Formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 y el modelo serviqual del banco comercial, sede Bogotá*, para optar diplomado HSEQ- Facultad de Ingeniería en la Universidad Cooperativa de Colombia Bogotá. La presente tesis tuvo como objetivo general: Formular de acciones de mejora en el área de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001 E ISO 14000 y modelo de Bonita 7 en el banco Comercial sede Bogotá; metodología de la investigación fue cuantitativo,

con el nivel de investigación descriptivo, técnica utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario, muestra 100 usuarios del Banco Continental de Colombia-sede Bogotá, plantea las siguientes conclusiones: Se toma una muestra de una población de 100 usuarios del banco Comercial, donde se evidencia que el 35 % de los vinculados al banco, deduce que el servicio prestado por el área de servicio al cliente es aceptable, un 32 % que es insuficiente, un 22% deficiente y un 11 % dice que es sobresaliente. Esta primera cifra nos lleva a concluir que el potencial en atención que brindan los colaboradores de la organización, no cumplen con los intereses y necesidades de los usuarios del banco Comercial, sede Bogotá. Formarse permite adquirir habilidades y capacidades necesarias para el desempeño adecuado del trabajo. Al realizar el modelo de encuesta Servqual, se observó que en los siguientes factores: percepción de la fiabilidad obtiene una calificación de 1,9% y el factor capacidad de respuesta un 2,38%. Esto nos indica una alerta para que las oportunidades de mejora sean presentadas de una manera versátil por el área de servicio al cliente de Comercial, aplicando la norma ISO 9001:2015, a los usuarios de la organización financiera, sede Bogotá. Con un 3% el factor empatía, nos muestra que los factores críticos que tienen mayor incidencia son la falta de credibilidad en el área de atención al cliente, hace que los usuarios del banco Comercial, sede Bogotá, no tomen todo el paquete de servicios con una misma entidad financiera si no que acuden a otras entidades buscando las mejores tasas de financiación. Como resultado a las acciones de mejora presentadas, es posible concluir que el 75% de los usuarios de Banco Comercial, sede Bogotá, volverían a utilizar el servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta las acciones de mejora tomando como referencia la norma ISO 9001:2015. Comentario las cifras nos llevan a indicar que se debe potenciar en atención al cliente, reforzar la

capacitación a los colaboradores de la organización por ende se debe aplicar la presente investigación.

Carchi (2016), en su tesis. *Estrategias para mejorar el servicio de atención al cliente, en el gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial rural de general Proaño, Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago*, para optar título de Licenciada en Secretariado General- Facultad de Administración de Empresas en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo-Ecuador. La presente tesis tuvo como objetivo general: Diseñar estrategias para mejorar el servicio de atención al cliente, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de General Proaño; metodología de la investigación fue cuantitativo, con el nivel de investigación descriptivo, técnica utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario, muestra 230 clientes externos e internos del GAD Parroquial General Proaño, plantea las siguientes conclusiones: Si bien en los resultados del sondeo realizado sobre atención al cliente, se evidencia un nivel aceptable, tanto en los indicadores de satisfacción de clientes externos como internos, merece una lectura desde un enfoque de calidad total que implicaría la necesidad del GAD Parroquial de imponerse objetivos más altos en este tema. Lo anteriormente expresado se basa en que la mayoría de personas consultadas calificó de buena la calidad de atención del GAD Parroquial, sin embargo, solamente el 1% consideró que era excelente y un 12 % calificó como una atención entre regular y mala. Igual sucede con el ambiente laboral y con las relaciones interpersonales, lo cual implica que es importante estar bien, pero se puede estar mejor. La agilidad en la atención y mejorar el tiempo de respuesta es uno de los temas en que el GAD Parroquial de General Proaño obtiene porcentaje más bajos, esto incide en el porcentaje alcanzado en la pregunta de nivel de satisfacción del cliente externo, cuando

las personas consultada en un 47% no están satisfechas con la atención recibida; trayendo nuevamente la reflexión: a pesar de estar aparentemente bien; desde la perspectiva del cliente externo, es necesario mayor calidad en la atención brindada por el GAD. En el tema de la calificación del nivel de satisfacción del cliente externo, puede influir además la eficacia y la eficiencia de la gestión del GAD Parroquial a la hora de implementar su planificación a través de diversos proyectos que no se terminan a tiempo, ni con la calidad esperada por los barrios y comunidades. Comentario sugiero establecer elementos que le permitan mejorar en su gestión como aplicar el presente estudio y perfeccionar la calidad de la atención a sus clientes internos y externos.

Antecedentes nacionales

Kano (2019), en su tesis. *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de nuevo Chimbote, 2019*, para optar título de Licenciada en Administración-Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Determinar las características en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019; metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, técnica utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario de 22 preguntas, muestra 20 micro y pequeñas empresas servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría (40) de representantes tienen entre 31 a 50 años, el 65% son del género masculino, la mayoría relativa (45%) tienen un grado de instrucción de educación

básica, el 80% se desempeña como administrador y tienen en el cargo de 0 a 3 años. La mayoría (45%) de Mypes tienen en el rubro de 7 a más años, el 90% tienen de 1 a 5 trabajadores, la mayoría (85%) de empleados son personas ajenas al negocio y el 95% afirman que el objetivo de su creación es generar ganancia. La mayoría (85%) de los representantes si conocen el término Gestión de calidad, la totalidad afirma que la atención al cliente es la técnica moderna de gestión que usan, la totalidad afirma que si se alcanzan los objetivos y metas trazadas gracias a la gestión de calidad, la mayoría (95%) afirma que la gestión de calidad mejora el servicio de la empresa, la totalidad afirma que la atención al cliente es fundamental para que el cliente retorne a la empresa, la mayoría (60%) afirma que la comunicación es la herramienta de calidad que aplican en el servicio, la mayoría (75%) comenta que la atención personalizada es uno de los principales factores para la calidad del servicio, la totalidad nos dice que la atención que brindan es buena, la mitad (50%) afirma que tener clientes satisfechos son los resultados de su atención al cliente, la totalidad afirma que la atención al cliente es factor relevante en la gestión, la totalidad afirma que la atención es un factor relevante para medir la satisfacción del cliente, la mayoría relativa (40%) de los representantes saben que al aplicar una adecuada gestión en base a la atención al cliente obtendrán muchas ventajas como una buena imagen con respecto a su competencia y la mayoría (90%) utiliza reglamento de la empresa como norma de atención al cliente. Comentario sugiero capacitación constante a sus colaboradores, implementar e aplicar un plan estratégico en base a puntos fuertes y debilidades de la empresa, teniendo como base los beneficios que se obtienen de una adecuada atención al cliente como la propuesta del presente estudio.

Flores (2020), en su tesis. *Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, Distrito de Huarney, 2019*, para optar título de Licenciado en Administración-Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, distrito de Huarney, 2019; metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, técnica utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario de 22 preguntas, muestra 7 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, distrito de Huarney, 2019, llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, tienen grado de instrucción no universitario, son los dueños de las empresas, y tienen entre 4 a 6 años en el cargo. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años, tienen entre 1 a 5 trabajadores, tienen a personas no familiares laborando, y se formaron para generar ganancias. La mayoría de los representantes si conocen el termino gestión de calidad, aplican la atención al cliente, tienen poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad, miden el rendimiento del personal con la técnica de la observación, expresan que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa, si conocen el termino atención al cliente, aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, expresan que la atención al cliente es importante para que este regrese, utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente, expresan que el factor de calidad de servicio es la rapidez en la

atención, del mismo modo manifiestan que la atención que brindan es buena, y han logrado como resultados mejorar la satisfacción del cliente. Comentario evidenciado los resultados la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican la atención al cliente, se ve que utilizan la confianza y la rapidez en el servicio.

Trebejo (2019), en su tesis. *La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánico, en el Distrito de Huacho, 2019*, para optar título de Licenciado en Administración-Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Determinar las principales características en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019; metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, técnica utilizada la encuesta y como instrumento el cuestionario, muestra 18 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019, llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a las edades de los representantes se concluye más de la mitad tienen una edad promedio entre 31 a 50 años. En cuanto al género se obtuvo que la mayoría son del género masculino. Con relación al grado de Instrucción se obtuvo que cuentan con estudio superior no universitario, en cuanto al cargo que desempeñan los se obtuvo que más de la mitad tienen su propio negocio, en cuanto al tiempo que se vienen desempeñándose en el cargo tienen de 4 a 6 años. En cuanto al número de empleados las empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, en cuanto al objetivo por la que se creó la empresa más de la mitad manifiesta que fue para generar

ganancias y con relación al tiempo trabajando en el rubro se obtuvo que tiene de entre 4 a 6 años en el rubro de metalmecánica. En cuanto a que, si las micro y pequeñas empresas conocen el término de Gestión de Calidad manifestaron en su mayoría que no la conocen, con relación al uso de las técnicas de Gestión de Calidad no usan en su mayoría ninguna técnica para mejorar la gestión de calidad, con respecto a las técnicas que aplica para medir el rendimiento de los trabajadores de su empresa, se obtuvo que las micro y pequeñas empresas aplica la técnica de la observación y la técnica de la evaluación, también manifiestan que a veces la gestión de calidad ayudaría a alcanzar los objetivos y metas, una cantidad mayor de los representantes desconocen acerca de la atención al cliente, la mayoría de los representantes tratan de brindar un buen trato hacia los clientes, la mitad de ellos brinda una buena atención y orientación a los clientes y un porcentaje considerable manifestaron no haber brindado ninguna capacitación. Comentario evidenciado las cifras de los resultados necesita implementar herramientas de gestión de calidad, para que así puedan dar un mejor servicio a los clientes y buscar o trabajar en la fidelización de los clientes. Esto llevaría a que los representantes como sus colaboradores deberán capacitarse en forma continua.

Rodriguez (2019), en su tesis. *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Distrito de Santiago de Chuco, 2019*, para optar título de Licenciada en Administración-Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPEs

del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Santiago de Chuco, 2019; metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, muestra 10 MYPEs del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Santiago de Chuco, 2019, llegando a las siguientes conclusiones: De la investigación se concluye que la mayoría de los representantes de las Mypes tienen de 31 a 50 años de edad y son de género femenino, la mayoría relativa tienen estudios superiores universitarios, la mitad tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo y la totalidad son dueños de los negocios. Con respecto a las características de las Mypes, se concluye que la mayoría relativa tiene más de 7 años de funcionamiento, la mayoría tiene de 1 a 5 trabajadores, asimismo la mayoría prefiere contratar a personas no familiares y la totalidad desconoce lo que significa REMYPE y por ende tampoco se encuentran registradas en REMYPE. En respuesta al tercer objetivo específico, se concluye: la mayoría conoce sobre el término de gestión de calidad y la técnica que conocen es la atención al cliente, la mayoría manifiesta que sí aplica una técnica de gestión de calidad, asimismo la totalidad considera que la gestión de calidad es importante y que una gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de su empresa. Con respecto a la atención al cliente, la totalidad conoce lo que significa la atención al cliente y lo considera como un factor importante para la gestión de calidad; de igual manera la totalidad considera que la atención al cliente es importante en el crecimiento de su negocio y manifiestan que su negocio ofrece un servicio de calidad; la mayoría relativa manifiesta que con ofrecer un servicio de calidad en atención al cliente les ha permitido lograr el incremento de sus ventas; la mayoría de las Mypes encuestadas utiliza una atención personalizada para ofrecer un servicio de calidad,

asimismo la mayoría tiene un reglamento interno; la mitad considera que al ofrecer un servicio de calidad le permitiría tener más rentabilidad; la totalidad considera que su servicio está orientados a los clientes y cumple con las necesidades de los mismos; la mayoría mide mensualmente la satisfacción de sus clientes, la totalidad considera que tiene clientes fieles; la mayoría no ha recibido capacitación en atención al cliente; la mayoría de los micro empresarios en estudio evalúan a su personal a través de la observación, la mitad motiva a su personal con la flexibilidad de horarios y la totalidad está de acuerdo en acceder a un plan de mejora que les ayude a ofrecer un servicio de calidad. Comentario según los resultados la mayoría consideran a la atención al cliente que es de gran importancia para sus empresas, pero hace falta la capacitación permanente a los dueños y sus colaboradores.

Suing (2019), en su tesis. *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado Pacanguilla del Distrito de Pacanga, Provincia de Chepén, 2019*, para optar título de Licenciada en Administración- Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado Pacanguilla, Distrito Pacanga, Provincia Chepén, 2019; metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario de 28 preguntas, muestra 20 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado Pacanguilla, Distrito Pacanga, Provincia Chepén,

2019, llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes legales de las Mypes del rubro restaurantes (55.5%) tienen una edad que oscila entre 31-50 años, son de género femenino (70.0%), tienen grado de instrucción educación básica (75.0%), la totalidad (100.0%) de los representantes de las Mypes son dueños de sus negocios y al mismo tiempo asumen funciones de administración, finalmente la mayoría relativa (40.0%) tienen una permanencia en el cargo de 4 a 6 años. La mayoría relativa de los restaurantes (40.0%) en cuanto a los años de funcionamiento en el mercado tienen de 4 a 6 años, la mayoría (95.0%) tienen de 01 a 05 trabajadores en el negocio, la mayoría (90.0%) de las personas que laboran en sus empresas tienen vínculo familiar (familiares) y por último la mayoría de los restaurantes fueron creados con el objetivo de generar ganancias (80.0%). La mayoría de los representantes de las Mypes (65.0%) tienen conocimiento del término gestión de calidad, al mismo tiempo la mayoría (75.0%) afirman conocer la atención al cliente como técnica de gestión de calidad, la mayoría (60.0%) poseen dificultades en sus trabajadores lo que impide la implementación de gestión de calidad, éstos tienen poca iniciativa, la mayoría (90.0%) conocen como técnica para medir el rendimiento del personal a través de la observación, la totalidad (100.0%) de las Mypes contribuyen a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de la calidad, del mismo modo la totalidad (100.0%) consideran que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría (85.0%) conocen el término de atención al cliente, a la vez la mayoría (60.0%) aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, la totalidad de los representantes de las Mypes (100.0%) creen fundamental la atención al cliente para que éste regrese al establecimiento, la mayoría (55.0%) utilizan la comunicación como herramienta para obtener un servicio de calidad, la mitad de las

Mypes (50.0%) ofrecen atención personalizada como principal factor para brindar un servicio de calidad, la mayoría (80.0%) de los restaurantes brindan una buena atención al cliente, la mayoría relativa (35.0%) han obtenido incremento en las ventas como resultado de haber brindado una buena atención al cliente, la totalidad (100.0%) consideran la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad, del mismo modo la totalidad (100.0%) de los representantes de las Mypes consideran que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar los niveles de satisfacción en el cliente, la mayoría relativa (45.0%) a través de la amabilidad han mejorado la atención al cliente, la mayoría relativa (45.0%) han mejorado la calidad del producto y/o servicio siendo éste una estrategia que utilizan para la satisfacción de las necesidades del cliente, la mayoría (55.0%) han logrado la rentabilidad como ventaja de brindar una buena atención al cliente y por último la mayoría (55.0%) utilizan dentro de su empresa como normas para mejorar la atención al cliente, la ley de protección al consumidor. Comentario según los resultados la mayoría de las MYPES aplican la gestión de calidad priorizando la atención al cliente, pero necesitan implementar y aplicar planes de mejora como la presente investigación.

Antecedentes locales

Balbin (2017), en su tesis. *Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en el ISO 9001:2015, para la empresa INDUGA FELIX E.I.R.L- Huánuco 2017*, para optar título de Ingeniero Industrial-Facultad de Ingeniería Industrial y Sistemas en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” Huánuco-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: diseñar un sistema de gestión de calidad para la empresa INDUGA FELIX E.I.R.L HUANUCO; metodología de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental, técnica la encuesta,

observación como instrumento cuestionario y entrevista, muestra está constituida por todos los procesos bajo el alcance de la NORMA ISO 9001:2015 de la empresa INDUGA FELIX, se concluyó: Se realizó el diagnóstico del estado actual de la empresa INDUGA FELIX bajo el alcance de la norma ISO 9001:2015, haciendo uso de la lista de chequeo, el cual mostro que la empresa no tiene documentado sus procedimientos y no cuenta con un manual de calidad. El análisis de resultados del diagnóstico de la organización evidenció que el nivel de cumplimiento correspondiente a los ítems de la norma ISO 9001:2015 fue de 7% lo que refleja la deficiencia e inexistencia del sistema de gestión de calidad, dicha información permitirá a la empresa conocer los puntos críticos de incumplimiento de la norma de calidad. Evidenciando la importancia de realizar un diseño de un sistema de gestión de este tipo. Se desarrolló la documentación necesaria del sistema de gestión de calidad para la empresa INDUGA FELIX, facilitando así la información respecto a los procedimientos, registros de trabajo y manual de calidad, lo que permitirá dejar una base para la implementación del sistema de calidad y así estandarizar actividades, realizar el control y seguimiento a los procesos existentes y de esta manera generar una mejora general de todos los procesos, y del cumplimiento de los requisitos de la norma. Comentario implementar el diseño de gestión de calidad permitirá a la empresa conocer los puntos críticos de incumplimiento de la norma de calidad y su importancia de realizar un diseño de un sistema de gestión de este tipo.

Palomino (2018), en su tesis. *Diseño de un sistema de gestión de calidad en consultoría "CARRANZA" E.I.R.L. para la mejora del desempeño en sus procesos bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2015*, para optar título de Ingeniero Industrial-Facultad de Ingeniería Industrial y Sistemas en la Universidad Nacional

“Hermilio Valdizan” Huánuco-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Diseñar el sistema de Gestión de la Calidad para Consultoría CARRANZA E.I.R.L. según la norma ISO 9001:2015 para mejorar la calidad en sus procesos; metodología de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptivo de diseño no experimental-transversal, técnica observación como instrumento lista de verificación e indicadores, muestra está constituida por todos los procesos de Consultoría Carranza E.I.R.L. bajo el alcance de la norma ISO 9001:2015, se concluyó: Se elaboraron 15 procedimientos, 19 se actualizaron; se elaboraron 14 formatos, 27 se actualizaron; se elaboró el Manual del Sistema de Gestión de Calidad y se actualizó el Manual de Organizaciones y Funciones. Documentos que formaran parte de la información documentada del Sistema de Gestión de la Calidad. En el diagnóstico inicial se realizó con la Lista de Verificación de ISO 9001: 2015 lo cual se llegó a la conclusión que la empresa cumplía solo con el 30% del total de los ítems a evaluar, además de ello que algunos procedimientos no sabían la existencia ya que no lo tenían implementado; lo que refleja la deficiencia e inexistencia del sistema de gestión de calidad, dicha información permitirá a la empresa conocer los puntos críticos de incumplimiento de la norma de calidad. Evidenciando la importancia de realizar un diseño de un sistema de gestión de este tipo. Se determinaron los procedimientos y formatos a utilizar en la etapa de Planificación lo cual comprende: La Planificación de los objetivos y Programas; Acciones para abordar riesgos y oportunidades, manual de Organizaciones y Funciones, entre otros. Se determinaron los procedimientos y formatos a elaborar del proceso del área de Operación de la empresa que comprende: Área de Proyecto y Área Técnica Administrativa. Comentario el Sistema de Gestión de la Calidad que se implementa a través de la norma ISO 9001:2015 brindará a la empresa un soporte

eficaz y eficiente para cumplir con los objetivos planteados, desde identificar los requisitos de los clientes hasta la satisfacción de sus necesidades.

Victorio y Riveros (2016), en su tesis. *Impacto en la atención al cliente, con la implementación de la red social facebook en el recreo turístico la Perricholi, Huánuco, 2016*, para optar título de Licenciado en Administración-Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” Huánuco-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Determinar el impacto en las ventas del Recreo Turístico “La Perricholi”, con la implementación de un portal web y el uso de la red social Facebook; metodología de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptivo-explicativo de diseño cuasi experimental-transversal, técnica encuesta como el instrumento cuestionario dirigido a los trabajadores y clientes del recreo turístico “La Perricholi”, se concluyó: El Recreo Turístico “La Perricholi”, no dispone de personal técnico calificado en publicidad digital, para fines de aplicación en la red social del Facebook. El Recreo Turístico “La Perricholi”, si dispone de equipo de cómputo suficiente, así como con el acceso al Internet para crear e implementar una cuenta empresarial en la red social del Facebook. Se ha logrado implementar una cuenta empresarial en la red social del Facebook, cuya dirección es Facebook/RecreoLaPerricholi, para los fines de comunicación y publicidad con los clientes y el público usuario en general. El Recreo Turístico “La Perricholi”, realizaba su publicidad mediante los medios tradicionales, como los folletos impresos, anuncios emisoras radiales y anuncios en carteles. Luego con el desarrollo del presente trabajo de investigación, se posibilitó realizar la comunicación y publicidad mediante la red social del Facebook en el Internet, cuyo alcance es en todo el mundo. Comentario las redes sociales uno de ellos el Facebook en la actualidad

se convierte el medio de comunicación y publicidad con mayor acogida con los clientes.

Falcon (2017), en su tesis. *Implementación de un sistema web de gestión de ventas para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el dorado Huánuco 2017*, para optar título de Ingeniería de Sistemas-Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” Huánuco-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Implementar un sistema web de gestión de ventas, para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el Dorado; metodología de investigación tipo aplicada, diseño cuasi experimental, técnica encuesta, observación como el instrumento pruebas del sistema web de gestión de ventas, tales como las compilaciones del software al iniciar, la conexión de la base de datos, el diseño de la interfaz y el manejo de funciones al activarlos, llegando a las siguientes conclusiones: Se obtuvieron todos los requerimientos necesarios siendo los más principales: gestión de compras, gestión de almacén, gestión de ventas, seguridad y reportes, los cuales fueron analizados de manera permanente ya que son principales, para el desarrollo del sistema web de gestión de ventas de acuerdo a la conformidad de la Librería el Dorado. Podemos rescatar que al utilizar el modelamiento del sistema en Workbench y el Gestor de base de datos de MYSQL se obtuvo un rendimiento adecuado para el tipo de negocio. En cuanto a hardware se usó un servicio en la nube para alojar el sistema web. se expone que se utilizaron el framework Bootstrap y JQuery, para facilitar el entorno del diseño. Laravel que es un potente y extensible framework de PHP de lado del cliente. En cuanto a la metodología se usó RUP, que es completa y extensa que abarca el desarrollo del software, que satisfaga las necesidades de los usuarios, a través de un desarrollo interactivo. Comentario la implementación

de un sistema web de gestión de ventas realizar auditorías periódicamente al sistema de ventas para evitar la redundancia, la integridad y usuarios no válidos por lo tanto para salvaguardar la seguridad de los datos.

Caqui (2017), en su tesis. *Propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco 2016*, para optar grado académico de Magister en Gestión y Negocios Escuela de Post Grado en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” Huánuco-Perú. La presente tesis tuvo como objetivo general: Describir y diseñar un sistema de gestión de calidad que permita a la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco desarrollar sus productos y servicios con eficiencia y rentabilidad social y económica; metodología de investigación tipo aplicada, nivel de investigación descriptiva, diseño no experimental-transversal, técnica encuesta, observación como el instrumento unidad de análisis estará constituida por la Cámara de Comercio e Industrias Huánuco, para obtener como producto un sistema de calidad, llegando a la siguiente llegando a las siguientes conclusiones: La Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco, es una institución sin fines de lucro que brinda servicios con fines sociales y económicos, los mismos que requieren ser estandarizados para ser eficientes y lograr beneficiar a su público objetivo. El diseño de sus sistemas de gestión de la calidad se ha elaborado en base a la estructura orgánica actual con la cuenta, integrando los recursos y responsabilidades en cada una de los servicios que vaya ser producidos. Los sistemas de gestión de la calidad desarrollados incluyen elementos de entrada y salida de recursos. Procesos que han sido determinados por la práctica y han sido validados para efectos de este diseño de calidad. El financiamiento de la implementación de este sistema de la calidad será asumido íntegramente con recursos de la Cámara de Comercio e Industrias de

Huánuco, institución interesada en desarrollarlo para garantizar la eficiencia en la prestación del servicio con fines sociales y económicos. La Cámara de Comercio con 93 años de vida institucional ha desarrollado una estructura orgánica que le permite cumplir con sus fines estatutarios diseñando los servicios en base a las áreas operativas que se describen en su estructura. El cronograma de actividades propuesto para la implementación del sistema de gestión de la calidad esta función al requerimiento inmediato de la institución. Comentario la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco, debe implementar el cronograma de actividades y asumir el financiamiento del sistema de gestión de calidad elaborado para que inmediatamente las áreas puedan aplicarlos y cumplir con los objetivos propuestos.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Con el propósito de sustentar la realización de esta investigación, se presentan diversas teorías que sustentan.

Micro y Pequeñas empresas

En la actualidad las micro y pequeñas empresas están reguladas por la ley 28015 “Ley de promoción y la formalización de las micro y pequeñas empresas”, esta complementada a través de la Ley 30056.

De acuerdo a la Ley 28015 está considerada como una ley integral que no solamente trata de regular lo laboral de las empresas, si no también aquellos problemas de tipos administrativos, tributarios y de seguridad social. La cual se ha venido convirtiendo en algunas limitaciones de tipo burocráticos la cual venían impidiendo su formalización, que incide en el sector de la economía de nuestro país, según lo expresado por el gremio empresarial. Esta nueva ley de las micro y pequeñas empresas recoge, en cuanto cumplan con los requisitos

establecidos más se fortalecerá en el mercado. Este régimen especial nombrada anteriormente no tendrá una caducidad de fecha que comprende la Ley 28015, lo cual limita su accionar y constituye una barrera para la formalización empresarial y laboral de los micro y pequeños empresarios.

Objetivo de la Ley

La ley tiene por objetivo promocionar la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas con la finalidad de incrementar el empleo sostenible, productividad y rentabilidad con la contribución al producto bruto interno (PBI), también la necesidad de ampliar el mercado interno y sus exportaciones para la contribución adecuada a la contribución de la recaudación tributaria, establecida en la ley 28015, promulgada en el año 2003.

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Las micro y pequeñas empresas inclusive las medianas deben estar situadas en las siguientes categorías empresariales, según sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: sus ventas anuales ascienden hasta un monto máximo de 150 UIT.
- Pequeña empresa: sus ventas anuales superan a 150 UIT ventas anuales y el monto máximo asciende a 1700 UIT.
- Mediana empresa: sus ventas anualmente son superiores a 1700 UIT y el máximo monto son hasta 2300 UIT.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

La importancia que se les da en la actualidad a las micro y pequeñas empresas es vital porque representan un sector muy importante en la actividad productiva del país, la cual contribuye a generar mayor empleo, contribuyen al ingreso del

erario nacional y al crecimiento económico, reduciendo la pobreza e incentivando el espíritu emprendedor y como fuente de ingreso para el sector privado.

Los Emprendedores en una empresa

Talavera (2015), se les consideran como personas naturales porque entran de manera directa al mundo de los negocios en la cual aplican de una manera particular las formas de trabajo de esta manera poder desarrollar un negocio de manera satisfactoria. Estas personas que tienen negocios pequeños identifican las necesidades más importantes que le brindan el mercado y de esta manera aprovechan la oportunidad que se les presenta, asumiendo retos empresariales.

Tipos de emprendedores

- **Emprendedor Administrativo:** El negociante tiene la característica de usar la indagación y desarrollar para mejorar e innovar con el propósito de hacer crecer su negocio.
- **Emprendedor oportunista:** El tipo de emprendedor oportunista busca las oportunidades que se les presenta y trata de mantenerla a través de las posibilidades que su técnica y habilidades le permita.
- **Emprendedor Adquisitivo:** El emprendedor adquisitivo mantiene con mucha frecuencia la innovación continua que le va a permitir crecer y mejorar en forma satisfactoria lo que emprende.
- **Emprendedor innovador:** Es la persona que tiene por finalidad tratar de crecer e ir buscando nuevas oportunidades en forma independiente y que en el futuro se convierta en negocios.

- **Emprendedor imitador:** Estos tipos de emprendedores generan procesos para innovar que a partir de algunos criterios básicos pre existentes para mejorar la calidad del negocio.

Atención al Cliente

Escudero (2015), determina que la atención al cliente viene hacer un conjunto de acciones, donde el trabajador debe tener el trato fundamental a través de un contacto con el cliente, para que de esta manera brinde información al cliente que va adquirir un producto en un momento y lugar adecuado, también explicará las bondades del producto o servicio, teniendo en cuenta sus expectativas que el cliente tiene al hacer efectiva la adquisición del producto o servicio.

Pérez (2010) se considera la atención al cliente a las prestaciones que se le brinda a los clientes, como también hacerle entender sobre las características y precios que tienen el producto o servicio que va a adquirir el cliente. Es por ello que la atención al cliente como parte del marketing es una herramienta vital, puesto que va a establecer el entendimiento que los empleados pongan en práctica, responsabilidad y cultura al comprometerse con los clientes, pues ello se demostrara la actitud y comportamiento de los colaboradores en la ejecución del proceso de calidad en el servicio del cliente.

Toda actividad empresarial tiene como objetivo fundamental la captación de clientes y para ello deberá tener mucho cuidado la organización de cumplir con lo que ofrece a través de los empleados y su requerimiento de los productos o servicios.

Hablar de la atención al cliente significa acciones que la empresa gestiona en forma adecuada en beneficios de los clientes. Por tanto, sea el tipo o rubro de actividad que maneja la empresa, la atención al cliente debe ser:

- Teniendo un trato directo con los clientes y posteriormente analizar su conducta para descubrir los puntos débiles y poder mejorarlos.
- En cuanto a la atención de las reclamaciones es importante buscar una inmediata solución, adecuándolo a la compensación por los inconvenientes o incumplimientos que se puedan presentar durante la gestión.

Elementos de la Atención al Cliente

Tarodo (2014), presenta los elementos importantes que involucran en la atención al cliente:

- **Entorno:** Está formado por todo los elementos físicos y elementos accesorios para el buen funcionamiento. Lo que puedan decir los clientes como opinión es muy importante y valioso si se quiere que se tenga una buena sensación de la empresa, por ello es posible que el entorno sea aceptable.
- **Organización:** Está formada por todo los elementos y materiales e intangibles que se tiene que utilizar para satisfacer a los clientes en una organización el departamento importante es atención al cliente.
- **Empleados:** Son todos aquellos colaboradores que forman parte de la empresa y que son elementos muy fundamentales para relacionarse con los clientes. La imagen de la organización dependerá de la imagen de los

clientes, es por ello se debe tener empleados que desarrollen adecuadamente su trabajo de atención al cliente.

Principios básicos en la atención al cliente

Escudero (2015), propone que todas las organizaciones deben tener en cuenta algunos principios básicos sobre la atención al cliente:

- **El cliente está por encima de todo:** Es un indicador clave para el beneficio que debe tener la empresa teniendo en cuenta los beneficios que se deben tener con los productos y servicios que se le brindan al cliente de acuerdo a sus necesidades o expectativas.
- **No hay nada imposible cuando se quiere:** Los clientes que deseen productos o servicios de una empresa no cuenta la palabra imposible de poder adquirir o conseguir lo que desean.
- **Cumple todo lo que promete:** Es importante establecer que todo lo que se ofrece a los clientes se debe cumplir al momento de brindar el producto o servicio al cliente demostrando la calidad en la atención.
- **Solo hay una forma de satisfacer al cliente:** Indudablemente los clientes esperan más de lo que se imaginan, por ello el cliente va a estar satisfecho en la medida a lo que recibe de acuerdo a sus necesidades y deseos.
- **Para el cliente tú marcas la diferencia:** la empresa debe marcar la diferencia brindando una atención adecuada al cliente, esto implica también ser distinto a lo que puede brindar la competencia, por tanto, solo queda seguir cumpliendo, trabajando y logrando las metas y objetivos que se traza la empresa.

- **Fallar en un punto significa fallar en todo:** Está relacionado con la mercadería, teniendo en cuenta que todo producto debe llegar en las condiciones adecuadas y no fallar en el momento del empaque y en el envío, por eso al fallar en estas condiciones significa que no se está cumpliendo con las expectativas del cliente.
- **Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos:** Es primordial perder tiempo a través de una capacitación adecuada para que el empleado se sienta satisfecho y eso hará que el cliente se sienta plenamente satisfecho.
- **El cliente hace el juicio sobre la calidad de servicio:** En esta propuesta el cliente es el que evalúa la atención al cliente teniendo en cuenta si en realidad se está cumpliendo con las expectativas que él tiene con relación a los productos o servicios.
- **Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar:** Si se cumple un servicio adecuadamente, la propuesta debe ser ir mejorando continuamente para proyectar los objetivos innovadores que pueda tener cualquier organización.
- **Cuando se trata de satisfacer al cliente:** La satisfacción al cliente siempre y cuando prestar atención de manera adecuada hacia él y tener en cuenta permanentemente sus expectativas con relación a lo que se le pueda ofrecer.

Los principios descritos son fundamentales para que la empresa demuestre que los clientes son una pieza fundamental para el crecimiento y desarrollo de la organización, ya que con ello vamos a tener en cuenta las expectativas que todo

cliente tiene y buscar alternativas que dé una solución a encontrar un producto que sea de calidad y poder mantener permanentemente una actitud positiva hacia los clientes generando orden, orientación y expectativas a los clientes, para ellos es necesario contar con empleados bien capacitados.

Atención al Cliente en Productos y en Servicios

Paz (2007), los clientes valoran el producto, como también la utilidad y el precio, eso se entiende que la finalidad es tratar de definir prioridades que tiene los clientes con relación a la política que maneja la empresa y esto también significa aplicar antes, durante y después de las ventas de cada producto. En cambio, los servicios no tan solo son poco o nada que brinda los materiales, es cierto que el cliente no puede expresar un grado de satisfacción hasta que tiene que consumirlo o adquirirlo.

En consecuencia, los clientes buscaran de mejorar una alternativa en cuanto a sus productos o servicios que adquieran, es decir ellos buscaran la mejor promoción, el mejor precio y el buen servicio.

Fases de la Atención al Cliente

Tarodo (2014), propone fases en atención al cliente:

- 1) **Acogida:** Significa que el recibimiento es fundamental al cliente dentro de una teniendo en cuenta:
 - Tratar de que la empresa tenga una imagen provechosa para que el cliente distinga esta como algo significativo.
 - El cliente debe ser la persona adecuada que implica ser cultos, cordiales, amables, etc.

- 2) **Seguimiento:** Es el proceso a seguir en el desarrollo en cuanto a la atención al cliente, teniendo en cuenta:
- Es cuando el cliente está esperando, que tiempo lo hará esperar y la razón porque debe esperar.
 - Si la espera es demasiado tiempo, el empleado tendrá que explicar las razones del porque se atenderá muy tarde al cliente.
- 3) **Gestión:** Más que un encuentro es la atención a la necesidad que debe tener el cliente. Para atender la necesidad de los clientes las personas encargadas deben gestionar adecuadamente sus acciones y resolver algunas dudas que pueda presentar.
- 4) **Despedida:** Esto significa que al concluir la actividad de adquisición de un producto o servicio se debe tener una conversación muy amena y la despedida debe ser de la forma más culta. Lo cual es sumamente significativo que al retirarse el cliente se debe ir con el agrado de haber encontrado el producto o servicio.

Los trabajadores y la atención al cliente

Torres (2012), manifiesta que la empresa debe centrarse en gestionar adecuadamente, que al final va ser no solamente la satisfacción del empleado sino de toda la organización. Es necesario que todo directivo necesita estimular a sus empleados en mantener la atención que se enfoque en las necesidades del cliente, para poder lograr un adecuado nivel de atención y voluntad de ayudar y que el cliente regrese en algún momento a adquirir en la empresa.

Gestión de calidad

Raffino (2019) determina la gestión de calidad como una serie de procesos sistemáticos que permite a las organizaciones planear, ejecutar y controlar sus diversas actividades. Con el objetivo de garantizar la estabilidad y consistencia en el desempeño para satisfacer las expectativas de los clientes. Además, manifiesta que la gestión de calidad cambia según el rubro de la empresa, ante ello se establecen “estándares”, para medir o valorar el nivel de desempeño de la organización.

Asimismo, para Riquelme (2017) es una secuencia de actividades que se desarrollan de acuerdo a los recursos, documentos, procedimientos, los mismos que son determinados por normas a partir de las cuales la organización podrá administrar organizadamente. Su objetivo está enfocado a la mejora continua de la calidad.

Según De Molina (2018) la gestión de calidad es el procedimiento, que se utiliza para supervisar las diferentes actividades, los productos y el servicio que se ofrece en las organizaciones, con el propósito de mejorar la calidad en cada área, lo que conlleva a tener una organización efectiva y eficiente, dado que al emplear técnicas ya sean a corto o largo plazo estas pueden desarrollar sus actividades de la mejor manera posible, este procedimiento aplica para todas organizaciones, sin importar el tamaño.

Calidad

Rubio (2016) la gestión se apoya y funciona a través de personas, equipos de trabajo para poder lograr resultados. Se relaciona estrechamente con la naturaleza cambiante que se pueden producir en la empresa, se utilizan todos los

elementos para responder a dichos cambios, en beneficio de sus clientes internos y externos.

Rhea (2015) la calidad despierta una sensación positiva, transmite la idea de que algo es mejor, es decir, la idea de excelencia. Representa una forma de hacer bien las cosas en las que fundamentalmente, predomina la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar día a día, los procesos y resultados.

Beneficios Internos y externos para implementar un sistema de Gestión de Calidad

Internos

- Tiene una perspectiva dirigido al cliente con una orientación hacia todo el proceso de la organización.
- Tiene alta responsabilidad en la dirección con calidad y excelente toma de decisiones.
- Representar a través de la responsabilidad y autoridad a través de la definición clara dentro de la estructura orgánica.
- Mejorar en brindar unas adecuadas condiciones de trabajo para mejorar la eficiencia de los integrantes de la organización.
- Informar a través de diagnósticos y antecedentes en forma eventual.
- Reducir los costos por fracasos internos (salvo devoluciones, reemplazos, etc.).
- Establecer un aumento progresivo de todos los métodos que la organización trabaja colectivamente.

Externos

- La confianza hacia los clientes el obtener sus productos conforme lo requiera, lo cual conllevaría a mejorar su satisfacción plena.
- Mejorar la publicidad para tratar de presentar de mejor forma a los clientes y poder mejorar la relación con la organización.
- Dar confianza a los clientes en la presentación de los productos y servicios que ofrece la organización y dar cumplimiento a requisitos de los estándares reglamentarios pertinentes.

Sistema de Gestión de Calidad

Lloréns y Fuentes (2005) manifiesta que el sistema de gestión de calidad se involucra a través de la excelencia empresarial. Esta exigencia la impone el entorno que es competitivo, porque es dinámico y globalizado, por tanto, esto tiene ventajas determinantes para implementar modelos de gestión de calidad total, y corroborar a través de sistemas certificados de calidad.

El SGC, viene hacer un aporte para toda empresa en cuanto a su organización de actividades, para la elaboración de productos o servicios de calidad y puedan ser adquiridos en forma placentera por los clientes, así mismo es sistema de gestión de calidad es el encargado de controlar todo procedimiento que llegue a cumplir las expectativas de los clientes.

Principios de gestión de la calidad

Según las normas ISO 9000 identifica 8 principios de la gestión de calidad en toda organización para mejorar su desempeño:

- 1) **Enfoque al cliente:** Toda organización depende fundamentalmente de sus clientes, para tal fin las organizaciones deben conocer y entender sus

necesidades actuales y futuras y trata de esforzarse y de entender las expectativas que ellos puedan tener.

- 2) **Liderazgo:** Los líderes tienen un propósito de orientar dentro de la organización, su trabajo fundamental es propiciar y conservar un clima laboral agradable, para que estos se puedan involucrar de manera efectiva y poder dar cumplimiento con los metas establecidos.
- 3) **Participación del personal:** Indudablemente que todo colaborador es la piedra angular de toda organización, a través de su lealtad a la organización.
- 4) **Enfoque basado en procesos:** Todo enfoque que es basado en la orientación de los procesos de resultados que se obtienen en la organización son fáciles e alcanzar.
- 5) **Enfoque de sistema para la gestión:** Si las organizaciones toman en cuenta la identificación, entendimiento y una adecuada gestión los procesos se deben conectar con un sistema adecuado que permita lograr la eficiencia y la eficacia en el logro de objetivos.
- 6) **Mejora continua:** El desempeño de toda organización debe ser un objetivo primordial y permanente, por lo tanto, la mejora continua es desarrollar siempre el crecimiento de todo el sistema.
- 7) **Análisis de datos para la toma de decisiones:** Toda decisión efectiva de una organización, debe basarse en sus análisis de datos y en toda la información que estos recojan y contengan.
- 8) **Relaciones con los proveedores:** Es importante que la organización y sus proveedores tengan una relación interdependiente y que la relación

sea mutua y beneficiosa para el aumento de la capacidad de ambos y sirva para crear valor.

Marco conceptual

Las micro y pequeñas

Son unidades económicas en la cual pueden estar constituidas por personas jurídicas o natural, el cual tiene que contar con varios recursos que le permitan desarrollar sus actividades propias de la gestión en la cual están dedicadas.

Gestión de Calidad

Es un proceso que tiene una importancia significativa que permite a la organización ir desarrollando métodos, sistemas adecuados para mejorar sus productos o servicios, por tanto, la gestión de calidad se encargara de satisfacer la labor de los trabajadores y más que todo de los clientes para que puedan crecer económicamente.

Atención al cliente

También es conocido como servicio al cliente, por tener una relación directa y que sea la mejor con los clientes. En este contexto la empresa tendrá que hacer conocer todas las bondades que la empresa pueda ofrecer en beneficio de sus clientes, también es importante que se mantenga los clientes y gestionar nuevos en el sentido de ir creciendo como empresa e ir satisfaciendo las necesidades del cliente con relación a sus productos y servicios.

Gestión de calidad en atención al cliente

Esto se define de manera muy estructurada ya que permite aplicar técnicas, criterios que favorezcan a la empresa, con la única finalidad de ofrecer una buena atención al cliente y que sea de calidad, para ello debemos contar con

trabajadores capacitados, comprometidos y más que todo tener la actitud de hacerle sentir la satisfacción al cliente y que estos continúen con una fidelización a la empresa.

Transporte Terrestre

El transporte terrestre es el conjunto de los medios de transporte que operan mediante vehículos terrestres, que se desplazan sobre la superficie sólida de la Tierra. La mayoría de ellos involucran vehículos dotados de ruedas.

El transporte consiste en el desplazamiento de personas o bienes en el espacio físico, facilita la movilidad, dota de accesibilidad a los territorios y tiene una importancia significativa en el desarrollo económico y social del país.

El transporte terrestre es uno de los métodos comunes de transportes interprovinciales que brinda servicios de transporte de bienes y pasajeros en el Distrito de Amarilis Huánuco, el transporte urbano con salidas diarias a la provincia de Leoncio Prado y viceversa tipos de transportes: autobuses, automóviles, autos, combis, motocicletas, camiones de carga.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial del Distrito de Amarilis-Huánuco, 2020, no se plantea hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental, transversal, descriptivo, cuantitativo.

Fue no experimental, porque se realizó sin manipular las variables, se observó el fenómeno tal y como se encontró dentro de su contexto. Siguiendo lo dicho por Hernández, Fernández y Baptista (2016), definen al diseño de investigación No experimental, como aquel que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, se observa el fenómeno tal y como es.

Fue transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo determinado. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2016), el propósito del diseño de investigación transversal, es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un determinado tiempo.

Fue descriptivo, en porque permitió describir situaciones, contextos y eventos del objeto de estudio basándose a realidades que conllevaron a una correcta interpretación. Siguiendo lo dicho por Hernández, Fernández, y Baptista (2016), la investigación descriptiva es la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos.

Fue cuantitativo porque permitió recolectar los datos de la situación actual para evaluar y analizar los datos y de esa manera convertirlos en cifras estadísticas; para explicar la problemática y proponer soluciones.

Siguiendo lo mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2016) la investigación cuantitativa, utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente

establecidas, junto a la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de la estadística.

4.2. Población y muestra.

➤ **Población:** La población estuvo conformado por 10 MYPEs, del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Según Hernández, Fernández, y Baptista (2016), señalan que una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

➤ **Muestra:** La muestra estuvo constituida por 10 MYPEs, que representan el 100% del total de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Según Hernández, Fernández, y Baptista, (2016) señalan que la muestra, es en esencia, un subgrupo de la población, un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características a las que llamamos población.

El tipo de muestreo que se aplicó fue el muestreo no probabilístico a conveniencia y criterio de la investigadora. Según, Monje (2011) este tipo de muestreo, se basa en el criterio del investigador y en su conveniencia, porque los elementos de la investigación se escogen de acuerdo a características definidas por el investigador.

4.3. Cuadro 1.

Definición y operacionalización de variables, dimensiones e indicadores

| VARIABLE | DENOMINACIÓN | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | INDICADORES | MEDICIÓN |
|------------------------------------|---|---|--|---------------------------|----------|
| | Perfil de los representantes de las MYPEs | Es una persona natural y/o jurídica que asume las contingencias de iniciar, organizar y dirigir una empresa. | Edad | 18-30 años | Razón |
| | | | | 31-50 años | |
| | | | | 51 a mas | |
| | | | Género | Masculino | Nominal |
| | | | | Femenino | |
| | | | Grado de Instrucción | Sin instrucción | Nominal |
| | | | | Estu. Básicos | |
| | Superior no universitario | | | | |
| | Cargo que desempeña | Dueño | Nominal | | |
| | | Administrador | | | |
| | Tiempo en el cargo | 0-3 años | Razón | | |
| | | 4-6 años | | | |
| | | 7 años a mas | | | |
| | Características de las MYPEs | Tiempo de permanencia en el rubro | 0 a 3 años | Razón | |
| | | | 4 a 6 años | | |
| 7 a más años | | | | | |
| Número de trabajadores | | 1 a 5 trabajadores | Razón | | |
| | | 6 a 10 trabajadores | | | |
| | | 11 a más trabajadores | | | |
| Tipo de relación con el trabajador | | Familiares | Nominal | | |
| | personas no familiares | | | | |
| Objetivo de creación | Generar ganancia | Nominal | | | |
| | Subsistencia | | | | |
| Atención al cliente | Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio | Es una herramienta poderoso que maneja las empresas con el fin de buscar interacción y relación con el cliente a través de la prestación de bienes y servicios, buscando la | Tiene conocimiento de atención al cliente | Si | Nominal |
| | | | | No | |
| | | | | Tengo cierto conocimiento | |
| | | | Aplica la gestión de calidad en el servicio | Si | Nominal |
| | | | | No | |
| | | | | A veces | |
| | | | Herramientas que utiliza para un servicio de calidad | Comunicación | Nominal |
| | | | | Confianza | |
| | | | | Retroalimentación | |
| Ninguno | | | | | |

| | | | | | |
|---------------------------------|---|---|----------------------------|---|---------|
| | | satisfacción de sus necesidades y expectativas. | Satisfacción de clientes | Atención personalizada Puntualidad a la hora de salida Las instalaciones Ninguno | Nominal |
| | | | Eficiencia | Bueno Regular Malo | Nominal |
| | | | Eficacia | Amabilidad Capacitación al colaborador Información al Cliente Todas las anteriores | Nominal |
| | | | Estrategias | Mejorar calidad en el servicio Adecuar el servicio al cliente Todas las anteriores | Nominal |
| | | | Ventajas | Rentabilidad Buena imagen Fidelización Captación de clientes | Nominal |
| Gestión de Calidad | Es el conjunto de quehaceres que realiza las empresas para mejorar procesos, contribuyendo a su optimización encaminadas a la mejora continua e incrementar niveles de calidad en el servicio ofertado. | Conocimiento sobre gestión de calidad | Si | No Tengo cierto conocimiento | Nominal |
| | | | No | | |
| | | | Tengo cierto conocimiento | | |
| | | Inconvenientes y problemas | Poca iniciativa | No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros | Nominal |
| | | | Aprendizaje lento | | |
| | | | No se adapta a los cambios | | |
| | | | Desconocimiento del puesto | | |
| | | Medición de la productividad | La observación | Escala de puntuaciones Otros | Nominal |
| | | | La evaluación | | |
| | | | Escala de puntuaciones | | |
| Otros | | | | | |
| Mejoras en el rendimiento | Si | No | Nominal | | |
| | No | | | | |
| Objetivos y metas de la empresa | Si | No A veces | Nominal | | |
| | No | | | | |
| | A veces | | | | |

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: Para la presente investigación se utilizó la técnica de encuesta, la encuesta es una técnica de recogida de información que consiste en la elección de una serie de datos que las personas deben responder sobre la base de un cuestionario.

Instrumento: Para la presente investigación se aplicó el instrumento de cuestionario conformado por 22 preguntas a los 10 MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

4.5. Plan de análisis

La información se obtuvo mediante la aplicación de la encuesta, utilizando el instrumento de cuestionario elaborado con 22 preguntas dirigidos a los representantes de los MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020 y validados por tres juicios de expertos para su validez, esto con la finalidad de saber la opinión respecto de las variables aplicadas en esta investigación. La encuesta fue aplicada de modo presencial luego fue procesada en Excel y el programa SPSS, concluyendo en la elaboración de tablas y gráficos y sus respectivas interpretaciones y análisis. Los datos recolectados en la investigación serán tratados bajo el análisis descriptivo.

4.6. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DEL DISTRITO DE AMARILIS-HUÁNUCO, 2020

| PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | POBLACIÓN Y MUESTRA | METODOLOGÍA | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
|---|---|--|---|--|---|
| ¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020? | <p>Objetivo general OG: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.</p> <p>Objetivos específicos OE1: Identificar las características de los representantes de los MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.</p> <p>OE2: Describir las características de las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.</p> <p>OE3: Establecer las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.</p> <p>OE4: Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación, para las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.</p> | Atención al Cliente | <p><u>POBLACIÓN</u></p> <p>Estuvo conformada por 10 MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.</p> | <p><u>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u></p> <p>➤ Fue no experimental; y de corte transversal, Descriptivo, Cuantitativo.</p> | <p><u>TÉCNICAS</u></p> <p>Para la presente investigación se utilizó la encuesta.</p> |
| | Gestión de Calidad | <p><u>MUESTRA</u></p> <p>Tipo de muestreo no probabilístico a conveniencia, el total de la población; conformada por 10 MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020, debido a que es pequeña.</p> | <p><u>INSTRUMENTOS</u></p> <p>Se utilizó el cuestionario, donde se realizaron las preguntas relacionadas a las variables estudiadas.</p> | | |

7.9.Principios éticos

Principios éticos que orientan la Investigación:

Toda actividad de investigación que se realiza en la Universidad son:

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

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

- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Libre participación y derecho a estar informado:** Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

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

- **Beneficencia no maleficencia:** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia:** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.
- **Integridad científica:** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al

declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Buenas prácticas de los Investigadores:

Ninguno de los principios éticos dispensa al investigador de sus responsabilidades ciudadanas, éticas y deontológicas, por ello debe aplicar las siguientes buenas prácticas:

- a. El investigador debe ser consciente de su responsabilidad científica y profesional ante la sociedad. En particular es deber y responsabilidad personal del investigador considerar cuidadosamente las consecuencias que la realización y la difusión de su investigación implican para los participantes en ella y para la sociedad en general. Este deber y responsabilidad no pueden ser delegados en otras personas.
- b. En materia de publicaciones científicas, el investigador debe evitar incurrir en faltas deontológicas por las siguientes incorrecciones:
 - Falsificar o inventar datos total o parcialmente.
 - Plagiar lo publicado por otros autores de manera total o parcial.
 - Incluir como autor a quien no ha contribuido sustancialmente al diseño y realización del trabajo y publicar repetidamente los mismos hallazgos.
 - Las fuentes bibliográficas utilizadas en el trabajo de investigación deben citarse cumpliendo la norma APA o VANCOUVER, según corresponda; respetando los derechos de autor.

- En la publicación de los trabajos de investigación se debe cumplir lo establecido en el Reglamento de Propiedad Intelectual y demás normas de orden público referidas a los derechos de autor.
- El investigador, si fuera el caso, debe describir las medidas de protección para minimizar un riesgo eventual al ejecutar la investigación.
- Toda investigación debe evitar acciones lesivas a las personas, plantas, animales, al medio ambiente y a la biodiversidad.
- El investigador debe proceder con rigor científico asegurando la validez, la fiabilidad y credibilidad de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar estricto apego a la veracidad de la investigación en todas las etapas del proceso.
- El investigador debe difundir y publicar los resultados de las investigaciones realizadas en un ambiente de ética, pluralismo ideológico y diversidad cultural, así como comunicar los resultados de la investigación a las personas, grupos y comunidades participantes de la misma.
- El investigador debe guardar la debida confidencialidad sobre los datos de las personas involucradas en la investigación. En general, deberá garantizar el anonimato de las personas participantes.
- Los investigadores deben establecer procesos transparentes en su proyecto para identificar conflictos de intereses que involucren a la institución o a los investigadores.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

| Características de los representantes | N | % |
|--|----------|----------|
| Edad | | |
| 18 – 30 AÑOS | 1 | 10% |
| 31 – 50 AÑOS | 7 | 70% |
| 51 A MÁS AÑOS | 2 | 20% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Género | | |
| MASCULINO | 7 | 70% |
| FEMENINO | 3 | 30% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Grado de instrucción | | |
| SIN INSTRUCCIÓN | 1 | 10% |
| EDUCACIÓN BÁSICA | 4 | 40% |
| SUPERIOR NO UNIVERSITARIA | 3 | 30% |
| SUPERIOR UNIVERSITARIA | 2 | 20% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Cargo que desempeña | | |
| DUEÑO | 8 | 80% |
| ADMINISTRADOR | 2 | 20% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Tiempo que desempeña en el cargo | | |
| 0 A 3 AÑOS | 4 | 40% |
| 4 A 6 AÑOS | 1 | 10% |
| 7 A MÁS AÑOS | 5 | 50% |
| TOTAL | 10 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

Tabla 2.

Características de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

| Características de la Empresa | N | % |
|--|----------|----------|
| Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro | | |
| 0 A 3 AÑOS | 4 | 40% |
| 4 A 6 AÑOS | 1 | 10% |
| 7 A MÁS AÑOS | 5 | 50% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Número de Trabajadores | | |
| 1 A 5 TRABAJADORES | 2 | 20% |
| 6 A 10 TRABAJADORES | 6 | 60% |
| 11 A MÁS TRABAJADORES | 2 | 20% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Las personas que trabajan en su empresa son: | | |
| FAMILIARES | 4 | 40% |
| PERSONAS NO FAMILIARES. | 6 | 60% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Objetivo de creación | | |
| GENERAR GANANCIA | 9 | 90% |
| SUBSISTENCIA | 1 | 10% |
| TOTAL | 10 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

Tabla 3.

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de la calidad en las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

| Características de la gestión de calidad en atención al cliente | N | % |
|---|----------|----------|
| Conocimiento del término Gestión de Calidad | | |
| SI | 6 | 60% |
| NO | 3 | 30% |
| TENGO CIERTO CONOCIMIENTO | 1 | 10% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad | | |
| POCA INICIATIVA | 6 | 60% |
| APRENDIZAJE LENTO | 2 | 20% |
| NO SE ADAPTA A LOS CAMBIOS | 1 | 10% |
| DESCONOCIMIENTO DEL PUESTO | 1 | 10% |
| OTROS | 0 | 0% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Técnicas para medir el rendimiento del personal | | |
| LA OBSERVACIÓN | 9 | 90% |
| LA EVALUACIÓN | 1 | 10% |
| ESCALA DE PUNTUACIONES | 0 | 0% |
| OTROS | 0 | 0% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio | | |
| SI | 10 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa | | |
| SI | 10 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| A VECES | 0 | 0% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Conocimiento del término atención al cliente | | |
| SI | 8 | 80% |
| NO | 0 | 0% |
| TENGO CIERTO CONOCIMIENTO | 2 | 20% |
| TOTAL | 10 | 100% |

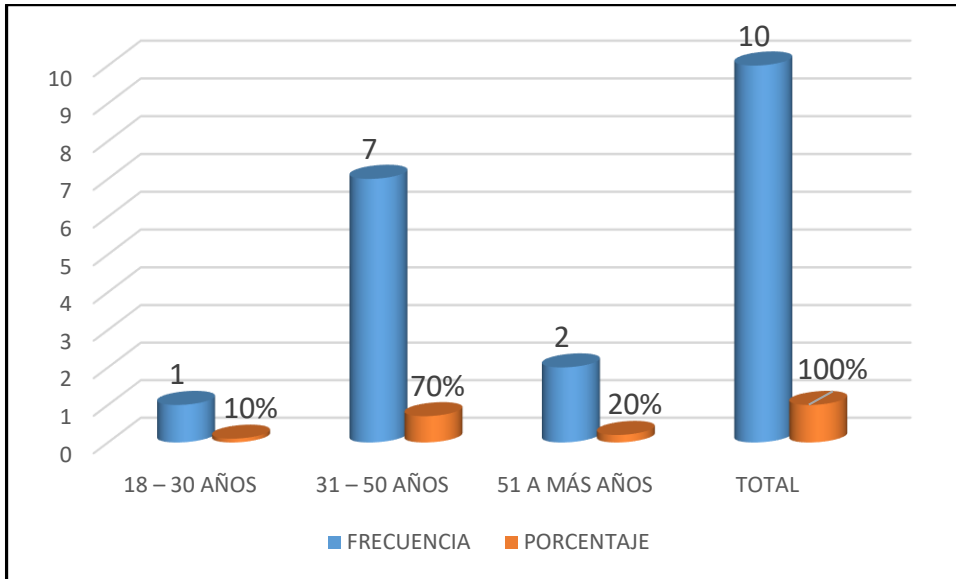
Continua...

| Aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes | | |
|--|----|------|
| SI | 5 | 50% |
| NO | 2 | 20% |
| A VECES | 3 | 30% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Herramientas que utiliza para un servicio de calidad | | |
| COMUNICACIÓN | 9 | 90% |
| CONFIANZA | 1 | 10% |
| RETROALIMENTACIÓN | 0 | 0% |
| NINGUNO | 0 | 0% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Principales factores para brindar un servicio de calidad en su empresa | | |
| ATENCIÓN PERSONALIZADA | 5 | 50% |
| PUNTUALIDAD A LA HORA DE SALIDA | 4 | 40% |
| LAS INSTALACIONES | 1 | 10% |
| NINGUNA | 0 | 0% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| La atención que brinda a los clientes es: | | |
| BUENA | 8 | 80% |
| REGULAR | 2 | 20% |
| MALO | 0 | 0% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa | | |
| AMABILIDAD | 6 | 60% |
| CAPACITACIÓN AL COLABORADOR | 0 | 0% |
| INFORMACIÓN AL CLIENTE | 1 | 10% |
| TODAS LAS ANTERIORES | 3 | 30% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Estrategias que utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente | | |
| MEJORAR CALIDAD DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO | 6 | 60% |
| ADECUAR EL PRODUCTO Y/O SERVICIO AL CLIENTE | 1 | 10% |
| TODAS LAS RESPUESTAS | 3 | 30% |
| TOTAL | 10 | 100% |
| Ventajas que tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente | | |
| RENTABILIDAD | 6 | 60% |
| BUENA IMAGEN | 1 | 10% |
| FIDELIZACIÓN | 2 | 20% |
| CAPTACIÓN DEL CLIENTE | 1 | 10% |
| TOTAL | 10 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPEs del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

Figura 1.

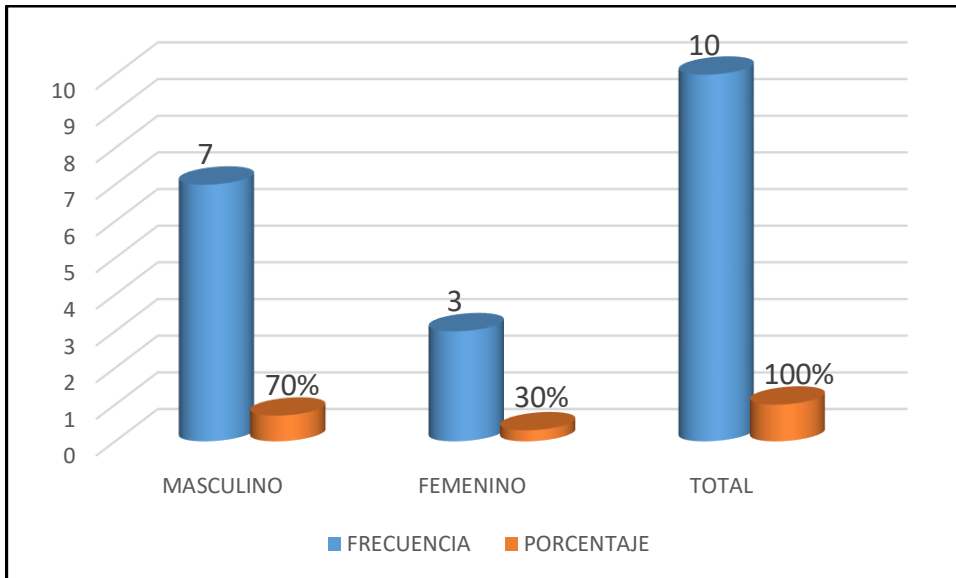
Edad



Fuente: Tabla 1

Figura 2.

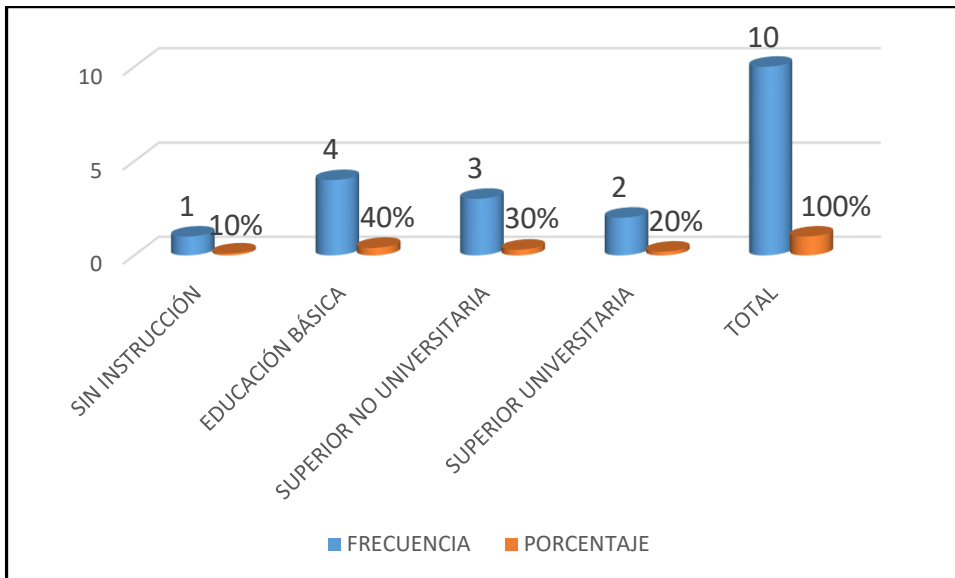
Género



Fuente: Tabla 1

Figura 3.

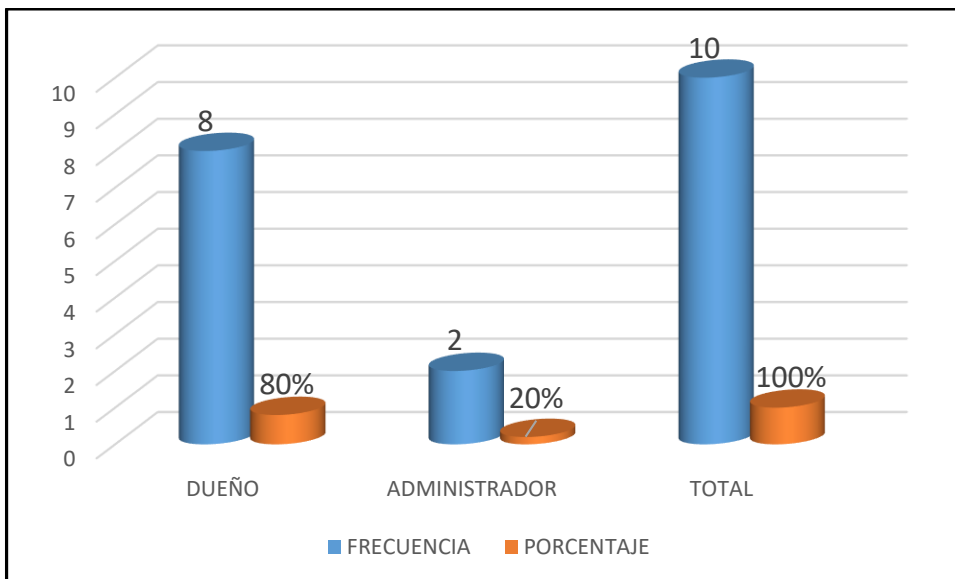
Grado de instrucción



Fuente: Tabla 1

Figura 4.

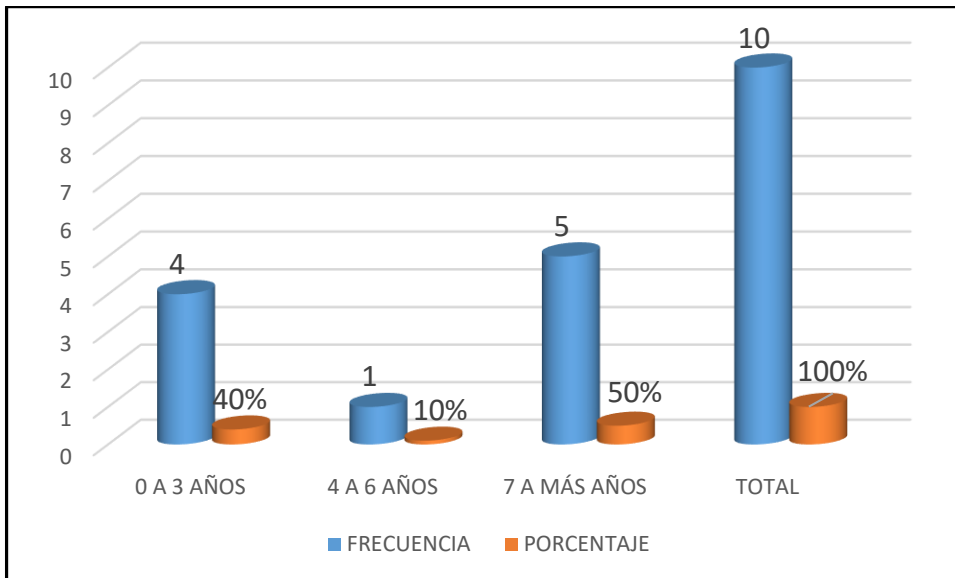
Cargo que desempeña



Fuente: Tabla 1

Figura 5.

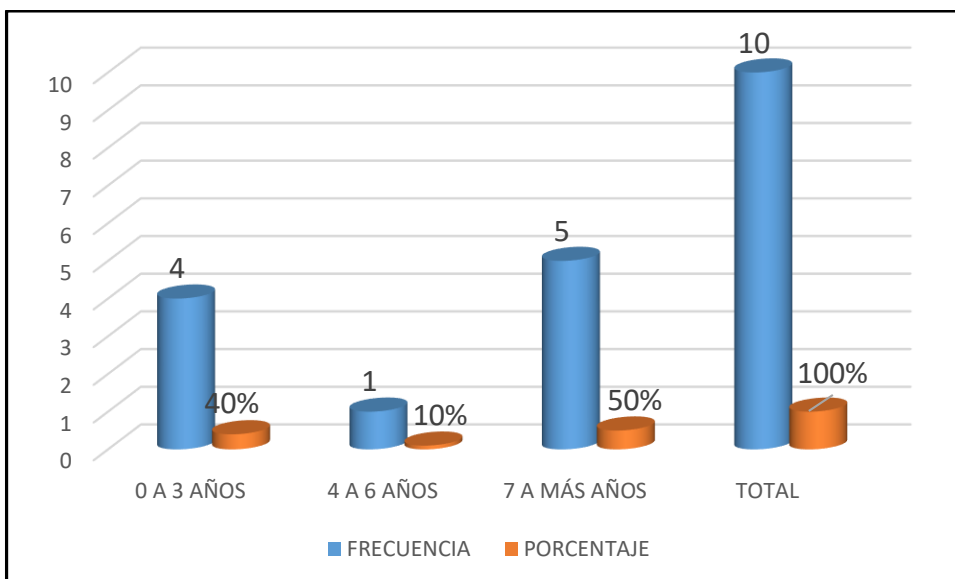
Tiempo que desempeña en el cargo



Fuente: Tabla 1

Figura 6.

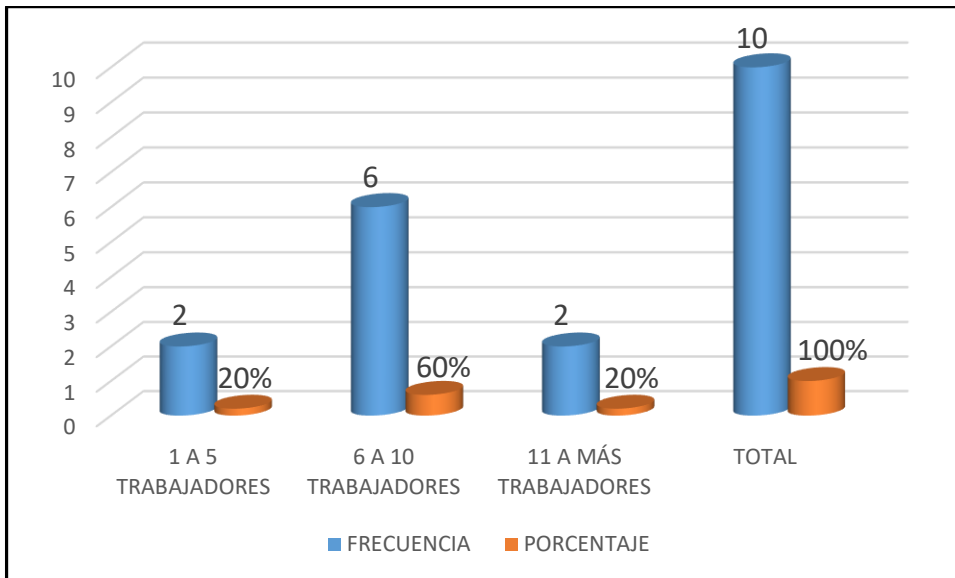
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro



Fuente: Tabla 2

Figura 7.

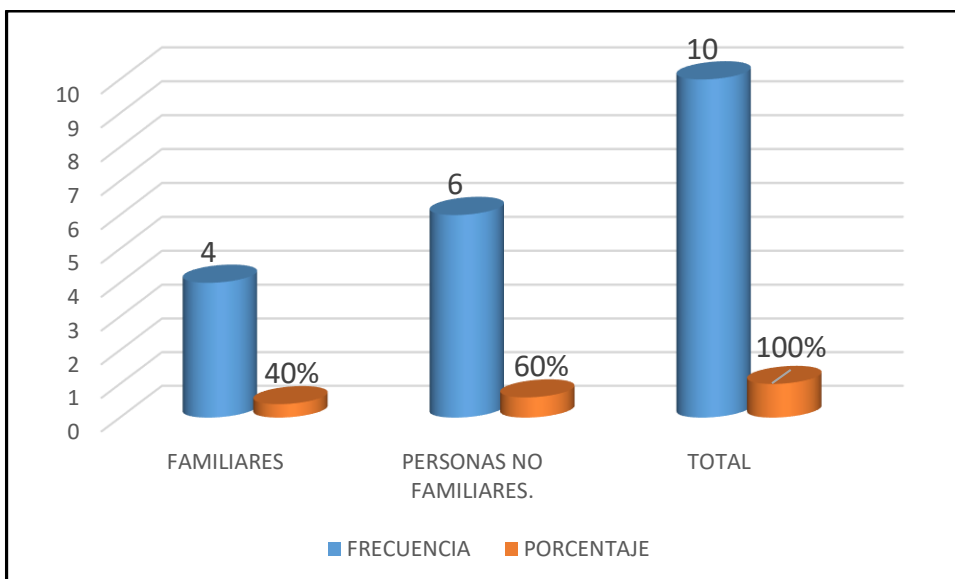
Número de Trabajadores



Fuente: Tabla 2

Figura 8.

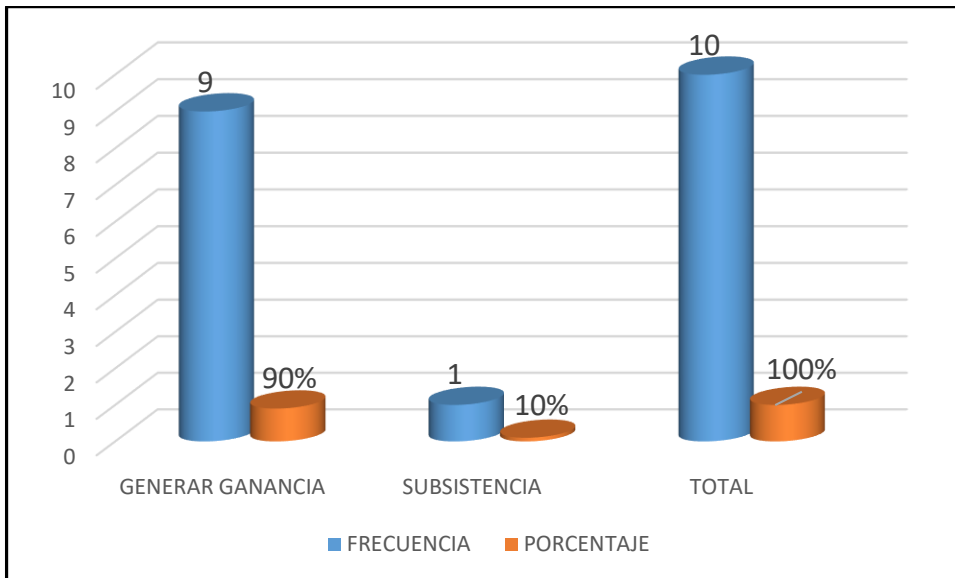
Las personas que trabajan en su empresa son:



Fuente: Tabla 2

Figura 9.

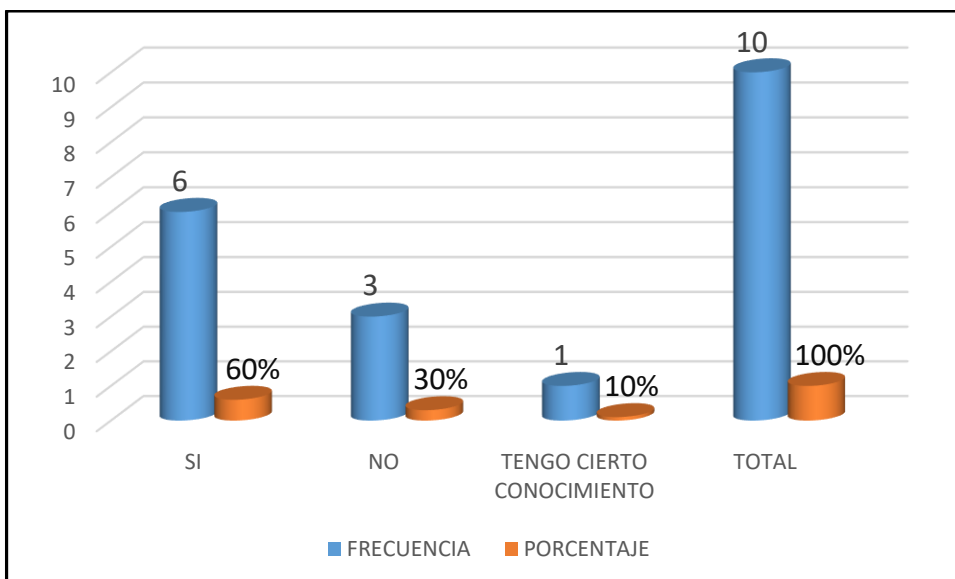
Objetivo de creación



Fuente: Tabla 2

Figura 10.

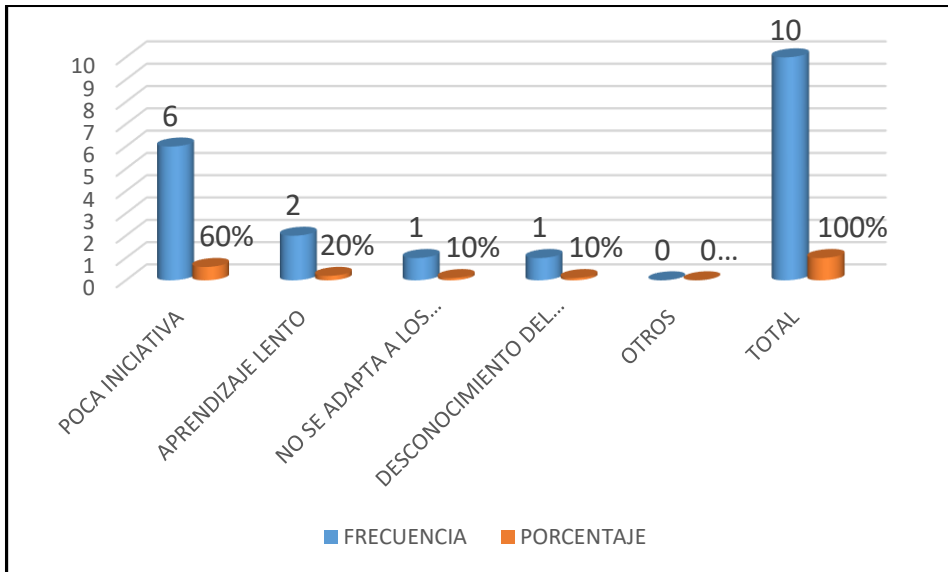
Conocimiento del término Gestión de Calidad



Fuente: Tabla 3

Figura 11.

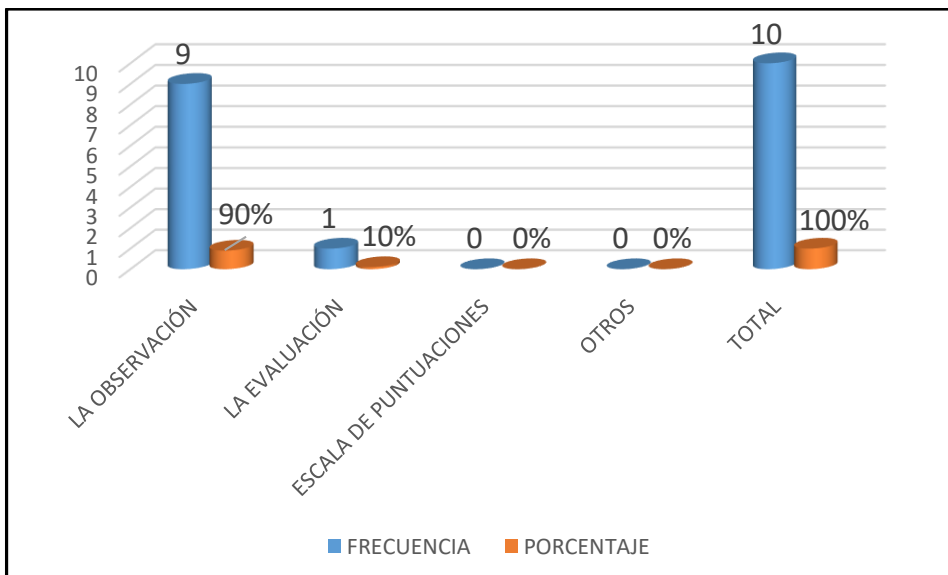
Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad



Fuente: Tabla 3

Figura 12.

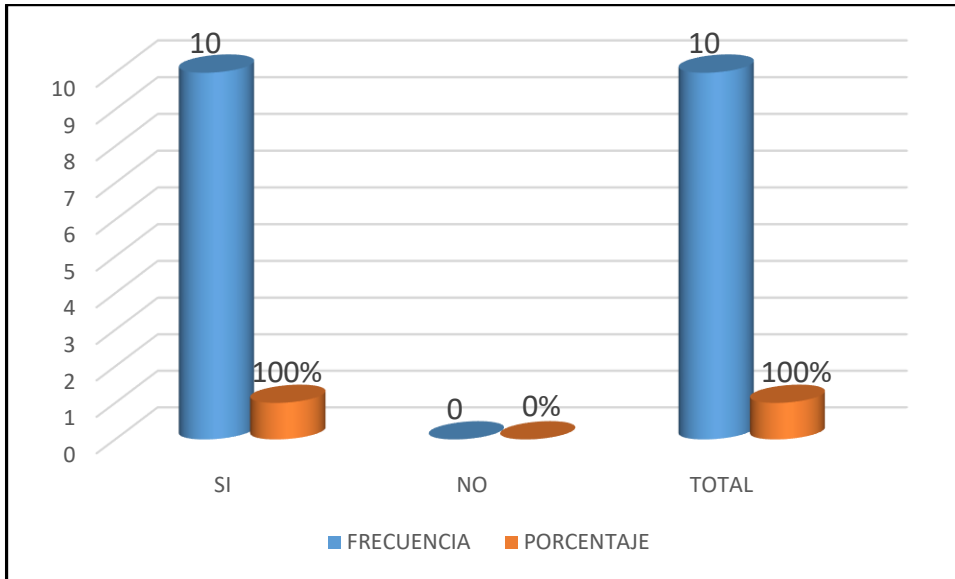
Técnicas que conocen para medir el rendimiento del personal



Fuente: Tabla 3

Figura 13.

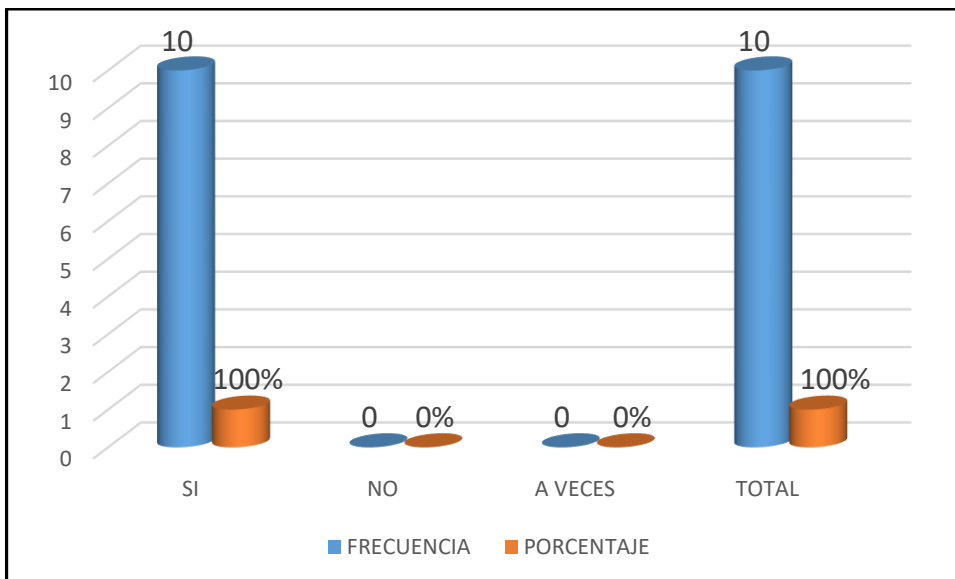
La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio



Fuente: Tabla 3

Figura 14.

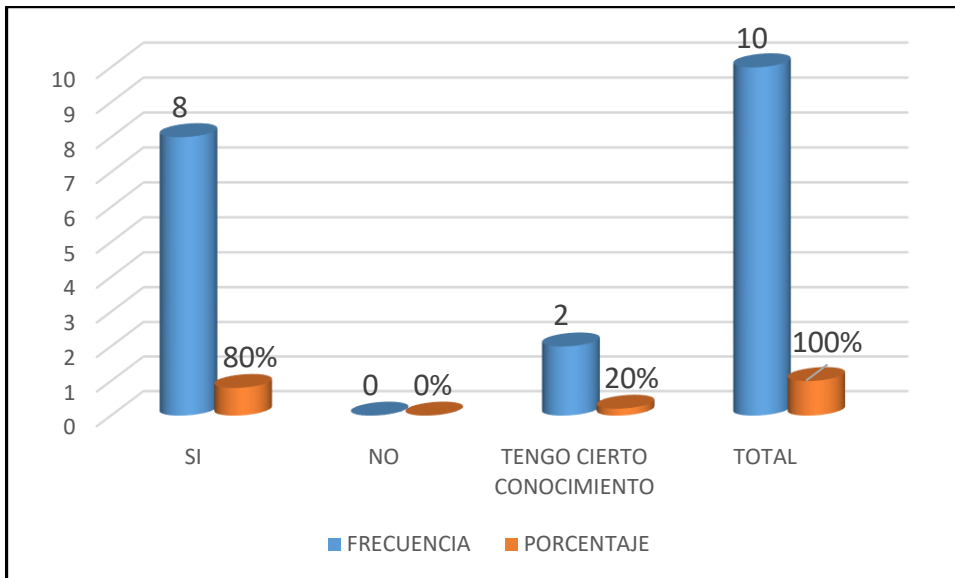
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 15.

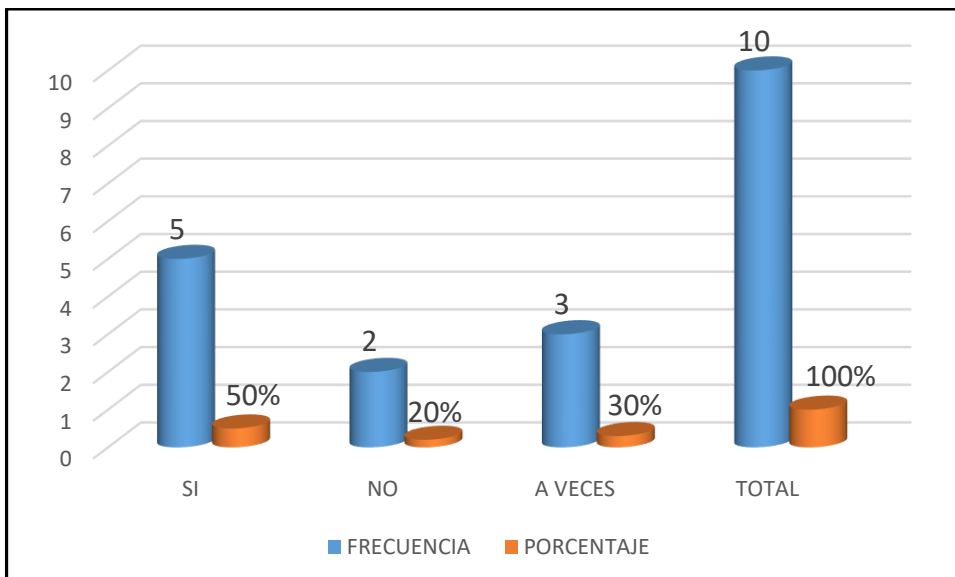
Conocimiento del término atención al cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 16.

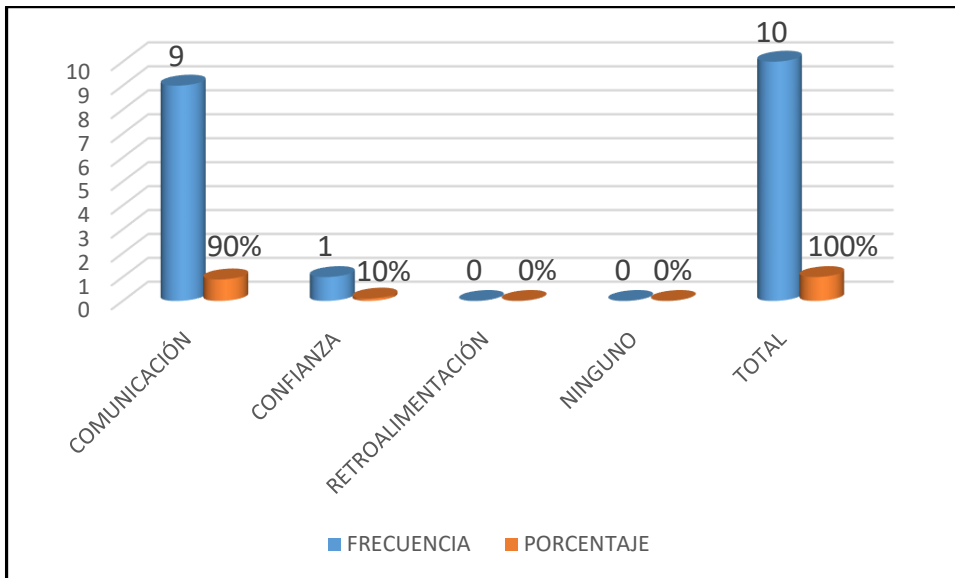
Aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes



Fuente: Tabla 3

Figura 17.

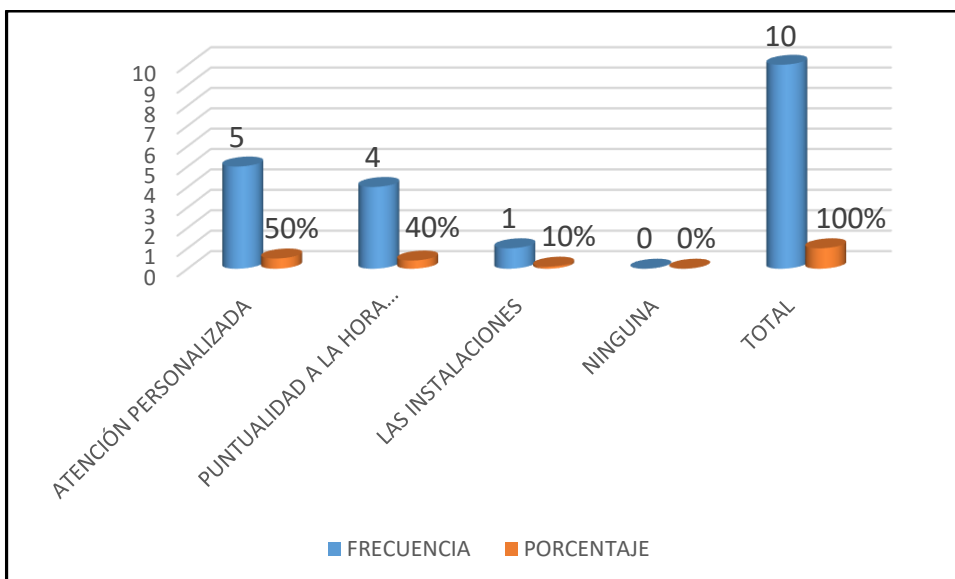
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad



Fuente: Tabla 3

Figura 18.

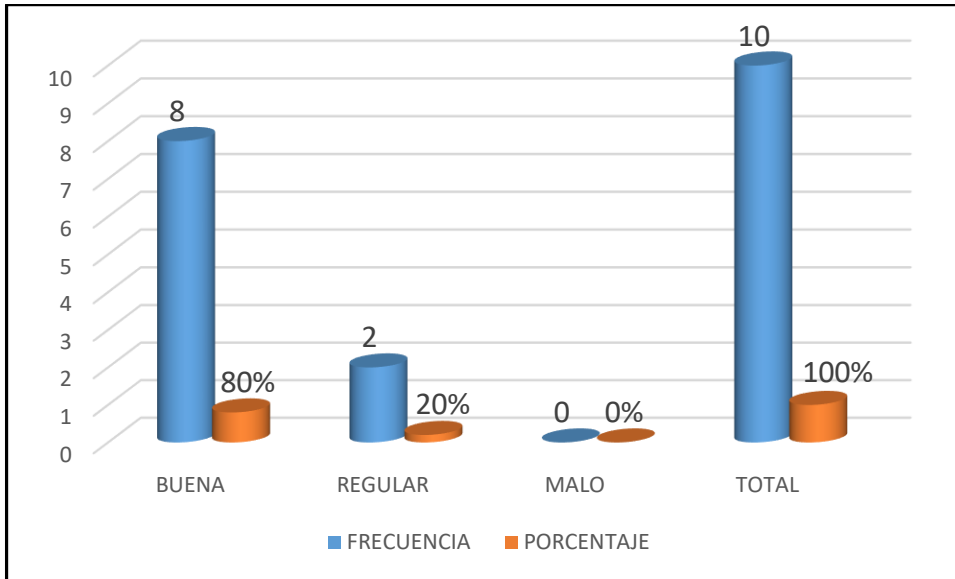
Principales factores para brindar un servicio de calidad en su empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 19.

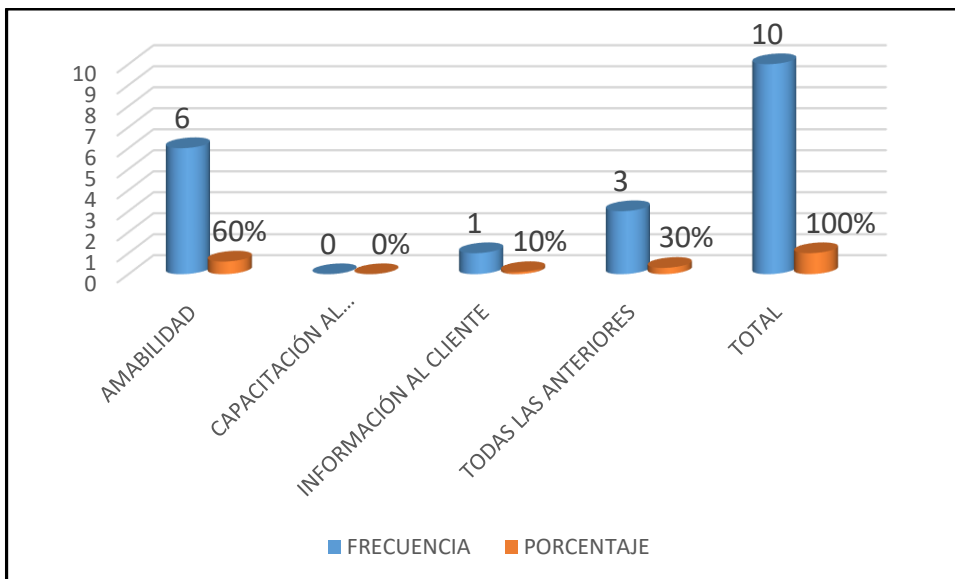
La atención que brinda a los clientes es:



Fuente: Tabla 3

Figura 20.

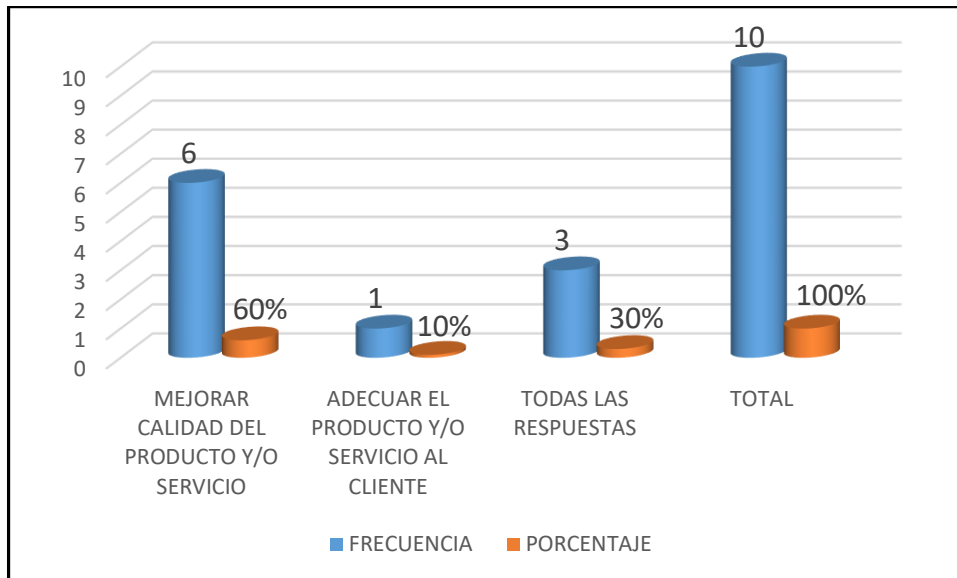
De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa



Fuente: Tabla 3

Figura 21.

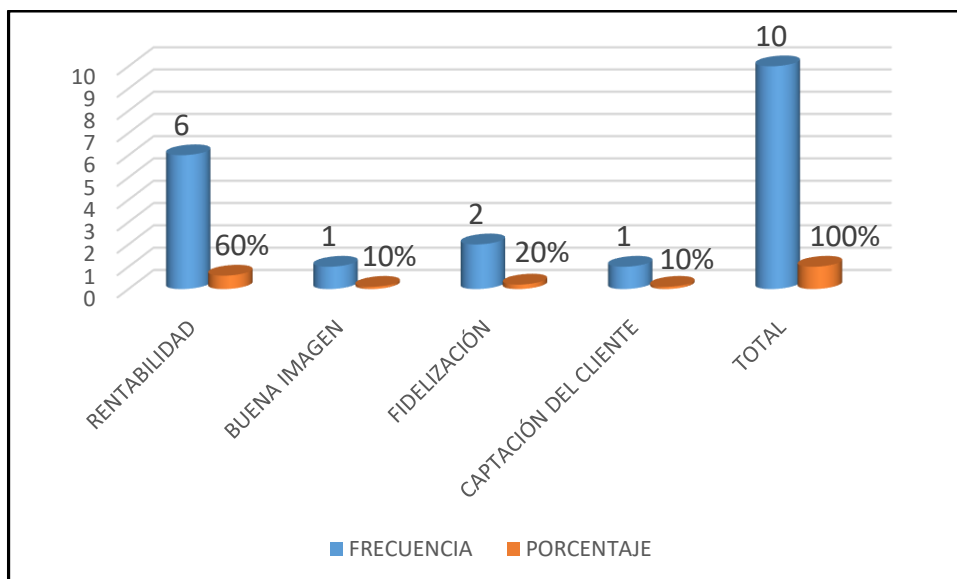
Estrategias que utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente



Fuente: Tabla 3

Figura 22.

Ventajas que tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente



Fuente: Tabla 3

5.2. Análisis de resultados

Respecto al primer objetivo específico:

El 70% de los MYPEs encuestados, tienen la edad entre 31 a 50 años; lo que concuerda con Rodríguez (2019) quien afirma que del total de los encuestados el 70% de los representantes de las MYPEs tienen 31 a 50 años, de igual manera concuerda con Trebejo (2019) quien dice que el 61% tienen una edad entre 31 a 50 años contrasta con Suing (2019) quien asevera que el 55% de los MYPEs tienen entre 31 a 50 años de edad. Se concluye que la mayoría de los MYPEs del sector servicio, rubro transporte tienen de 31 a 50 años de edad.

El 70% de los representantes de las MYPEs encuestadas son de género masculino, lo que contrasta con Rodríguez (2019), Trebejo (2019) y Suing (2019), quienes dicen que la mayoría de los MYPEs son de género masculino representando por el 40%, 89% y el 30% respectivamente. Con lo que se concluye, que en el Distrito de Huánuco los MYPEs del sector servicio, rubro transporte son liderados por los varones.

El 40% de los representantes de los MYPEs encuestados tienen estudios básicos, lo que coincide con Suing (2019), quien afirma que el 75% respectivamente, tienen un grado de instrucción básica y contrasta con Trebejo (2019) quien dice que el 44% han estudiado superior no universitario y contrasta con Rodríguez (2019) quien dice que el 40% han estudiado superior universitario. Se concluye, que la mayoría de los investigados tienen estudios básicos.

El 80% de los encuestados son dueños de los MYPEs en estudio, coincide con Rodríguez (2019) y Suing (2019) quienes afirman que el 100% son dueños

y Trebejo (2019) contrasta que el 56% son dueños. Se concluye que los MYPEs en estudio, en su gran mayoría son administradas por sus dueños.

Respecto al segundo objetivo específico:

El 50% de los representantes de las MYPEs en estudio, tienen más de 7 años como dueño y administrador de su negocio, lo que contrasta con Rodríguez (2019) quien afirma que el 50% tienen entre 7 a más años de permanencia en el rubro y contrasta con Trebejo (2019) quien manifiesta que el 44% tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro, así mismo contrasta con lo encontrado por Suing (2019) quien afirma que el 40% tienen entre 4 a 6 años de actividad. Según los resultados, la mayoría de las MYPEs encuestados tienen un funcionamiento más de 7 años.

El 60% de las MYPEs encuestadas, tienen de 6 a 10 trabajadores, lo que coincide con Trebejo (2019) quien dice que el 50% respectivamente tienen de 6 a 10 trabajadores, Rodríguez (2019) dice que el 90% y Suing (2019) dice que el 95% tienen de 1 a 5 trabajadores. Se concluye que la mayor parte de las MYPEs en estudio tienen de 6 a 10 trabajadores.

El 60% de los encuestados tienen como trabajadores a personas no familiares, con lo que coincide con Rodríguez (2019) al afirmar que el 80% prefiere contratar a personas que no son sus familiares y Suing (2019) dice que el 90% contratan a sus familiares. Se concluye que la mayor parte de las MYPEs encuestadas prefieren contratar a personal que no sean familiares.

Respecto al tercer objetivo específico:

El 60% de los encuestados manifiestan que sí conocen lo que significa Gestión de Calidad, tiene relación con lo que refiere Rodriguez (2019) afirma que el 70% conocen la gestión de calidad y de igual manera concuerda con Suing (2019) quien manifiesta que el 65% aplican la gestión de calidad así mismo Trebejo (2019) manifiesta que el 33% si aplican la gestión de calidad. En las bases teóricas, según las normas ISO 9001, la gestión de calidad es administrar los procesos necesarios para obtener un servicio que puedan satisfacer las necesidades de los clientes. Se manifiesta que la mayoría de los MYPEs encuestados saben lo que significa gestión de calidad.

El problema que cuentan los colaboradores para la implementación de gestión de calidad son el 60% revelan que existe poca iniciativa, estos resultados discrepan con Suing (2019) confirme que el 60% de los trabajadores presentan dificultad para la implementación de la gestión de calidad (no existe iniciativa e interés).

El 90% de las MYPEs investigados conocen la observación como técnica de medición del rendimiento del personal. Lo cual difieren con Suing (2019) concluye que el 90% de las MYPEs han determinado el método de medición la observación para medir el rendimiento del personal, así mismo coinciden con Trebejo (2019) quien dice que el 28% de los investigados mediante la técnica de la observación miden el rendimiento del personal, el método de control y evaluación constante como elemento de la gestión de calidad, lo indispensable es el control a través de evaluaciones, observaciones, a fin de medir el rendimiento y la calidad de mejoras que se alcanzando. Se concluye que la mayor

parte de los MYPEs investigados consiguen a través de la observación medir el nivel de rendimiento de su colaborador.

El 100% de los encuestados declaran en su totalidad que la gestión de calidad sí contribuyen a optimar el rendimiento del negocio, lo cual contrasta con Suing (2019) y Trebejo (2019) ellos determinan que el 100% y 33% de los representantes de las MYPEs piensan y testifican la contribución en el rendimiento del negocio al realizar gestión de calidad en su operatividad. En sus bases teóricas, asegura ganar paso a paso la confianza de los clientes y los resultados se verán en el crecimiento, a largo plazo las utilidades aumentarán Se concluye que la totalidad de los MYPEs piensan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

El 100% de los encuestados testifican que a través de la gestión de calidad se consigue los objetivos y metas de la empresa, esta información contrasta con la investigación por Suing (2019) y Rodriguez (2019) coinciden iguales en sus manifestaciones que el 100% de las MYPEs a través de la gestión de calidad ha reconocido alcanzar sus objetivos y metas. Como Trebejo (2019) dice que el 28% de las MYPEs a través de la gestión de calidad ha reconocido alcanzar sus objetivos y metas en sus bases teóricas, que un sistema de calidad permite tener una organización competitiva y mantenerse en el mercado. Se concluye, que la totalidad de las MYPEs encuestadas considera que para lograr sus objetivos y metas es necesario la gestión de calidad en sus negocios.

El 100% de los encuestados sí conocen lo que significa la atención al cliente. Esto se relaciona con lo que dice Rodriguez (2019) que el 100% de los MYPEs si conocen lo que significa la atención al cliente, así mismo manifiesta

Suing (2019) que el 85% si conocen lo que significa la atención al cliente, en sus bases teóricas manifiesta que la atención al cliente se enfoca en el trato directo con el cliente, para lo cual se realiza una serie de acciones con el fin de hacer llegar al cliente el servicio requerido. Se concluye que la totalidad de los encuestados conoce el significado de atención al cliente.

El 50% de los investigados reconocen que sí aplican en los servicios de atención al cliente la gestión de calidad, esta indagación concuerda con Suing (2019) que el 60% de sus encuestados sí emplean en los servicios de atención al cliente la gestión de calidad, coincide según Rodriguez (2019) que el 100% si ofrecen un servicio de calidad. La mayoría de los MYPEs sí emplean gestión de calidad en los servicios que brindan a sus clientes, a fin de mejorar la camino y tener visión empresarial teniendo en cuenta que el aplicar gestión de calidad ayuda tener una adecuada disposición de negocio. Se concluye que en la mayoría de las MYPEs investigados sí emplean en los servicios de atención al cliente la gestión de calidad.

El 90% de las MYPEs encuestados manejan la comunicación como herramienta para lograr un servicio de calidad, esta información coincide con Suing (2019) que el 55% de las MYPEs encuestados manejan la comunicación como herramienta para lograr un servicio de calidad en su estudio realizado describe como elemento de gestión de calidad a la comunicación interna, cuyo método está tomando mayor excelencia a nivel organizacional.

El 50% de los encuestados piensan que para ofrecer un servicio de calidad como principal elemento predominante es la atención personalizada, ello discrepa con la investigación de Suing (2019) que el 50% de sus encuestados

meditan que para ofrecer un servicio de calidad como primordial factor predominante es la atención personalizada así mismo manifiesta Rodriguez (2019) que el 90% de sus encuestados brindar un servicio de calidad como la atención personalizada. según sus bases teóricas menciona cuatro elementos para optimar la gestión de negocios (cliente, estrategia de servicio, personal y sistemas) orientados e relacionados uno del otro como meta tienen la satisfacción del cliente a través de la atención personalizada.

El 80% de los encuestados declararon que ofrecen una buena atención a sus clientes, lo cual concuerdan con Suing (2019) el 80% de los clientes aprecian que la atención al cliente es buena, así mismo Trebejo (2019) menciona que el 56% brindan una buena atención. El cliente busca la buena atención. En conclusión, la mayoría de las MYPEs ofrecen buena atención al cliente.

El 60% de las MYPEs investigados mediante la amabilidad han conseguido mejorar la atención al cliente, lo cual discrepan con Suing (2019) donde menciona que el 45% de sus encuestados mediante la amabilidad han conseguido mejorar la atención al cliente. En conclusión, la mayoría de los MYPEs en este sector y rubro piensan que la amabilidad es muy importante en la atención al cliente para lograr mejoras.

El 60% de los encuestados consideran mejorar la calidad del servicio con las estrategias que utiliza para la satisfacción del cliente dichos resultados concuerdan con Suing (2019) el 45% manejan como estrategia la rapidez en la atención. Se concluye que la mayoría manejan como estrategia el mejorar la calidad del servicio para lograr satisfacer las necesidades del cliente.

El 60% de los encuestados piensan haber logrado como ventaja la rentabilidad al ofrecer una buena atención al cliente, lo cual difieren con Suing (2019) el 55% de sus encuestados revela como ventaja obtenida al ofrecer una buena atención, la captación del cliente, como producto del buen trato, servicio de calidad, priorización de tiempo de espera. En conclusión, la mayor parte de los MYPEs han logrado como ventaja al ofrecer una buena atención al cliente niveles recomendables de rentabilidad.

VI. CONCLUSIONES

Concluida la investigación se obtuvo las siguientes conclusiones:

Respecto a las principales características de los gerentes y/o administradores de las MYPEs

- La mayoría de los representantes legales de las MYPEs del rubro transporte el (70%) cuentan con edad de 31-50 años, el (70%) son masculinos, el (40%), tienen grado de instrucción de educación básica, el (80%) de los representantes de las MYPEs son dueños de sus negocios y asumen funciones de administración, finalmente el (50%) tienen una permanencia en el cargo de 4 a 6 años.

Respecto a las principales características de las MYPEs

- La mayoría de los transportes el (50%), en cuanto a los años de funcionamiento en el mercado poseen de 7 a más años, el (60%) tienen de 6 a 10 trabajadores en el negocio, el (60%) de los que laboran en sus empresas no tienen vínculo familiar, por último, el (90%) de los MYPEs fueron creados con el objetivo de generar ganancias.

Respecto a las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en los MYPEs

- La mayoría de los representantes de las MYPEs el (60%) tienen conocimiento del término gestión de calidad, el (60%) presentan dificultades en sus colaboradores lo que impide la implementación de gestión de calidad, tienen poca iniciativa, el (90%) conocen como técnica la observación para medir el rendimiento del personal, el (100%) de las MYPEs apoyan a mejorar el rendimiento del negocio de la gestión de la calidad, el (100%) consideran que

la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. El (80%) saben sobre el término de atención al cliente, el (50%) aplica la gestión de calidad en el servicio que ofrece a sus clientes, el (90%) manejan la comunicación como herramienta para conseguir un servicio de calidad, el (50%) ofrecen atención personalizada como principal factor en su servicio de calidad, el (80%) de los transportes brindan una buena atención al cliente, el (60%) mediante la amabilidad han mejorado la atención al cliente, el (60%) han mejorado la calidad del servicio siendo la estrategia que manejan para la satisfacción de las necesidades del cliente, por último el (60%) han logrado la rentabilidad como ventaja de brindar una buena atención al cliente.

- Se elaboró el plan de mejora que aporta valor a la investigación en base a las debilidades encontradas en el estudio para las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020.

Aspectos complementarios

RECOMENDACIONES

- Implementar herramientas de gestión de calidad, para que así puedan dar un mejor servicio a los clientes y buscar la fidelización de los mismos. Esto llevaría a que los representantes como sus colaboradores deberán capacitarse en forma continua, sobre temas que sean relacionados al negocio que se practica.
- Capacitar constantemente a los representantes de los MYPEs, sobre la importancia de la atención al cliente como factor importante para adecuar una buena gestión de calidad y otras técnicas de gestión de calidad teniendo como base la satisfacción del cliente en sus negocios.
- Seguimiento a los clientes, registrando sus datos en un programa el cual favorecerá mejorar la atención, la capacitación de ms clientes, y fidelizarlos; generando un aumento en su rentabilidad.
- Brindar un mejor servicio para el bienestar de sus clientes, ya que estos servicios son muy competitivos y por lo tanto tienen que ir mejorando cada día y poder tener un mayor ámbito de crecimiento del negocio.
- Diagnosticar, realizando un plan estratégico en base a puntos fuertes y debilidades de la empresa, teniendo como base los beneficios que se obtienen de una adecuada atención al cliente.

Referencias bibliográficas

- Collantes, Y. (2016). *Mejoramiento de un modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente en una empresa de telefonía móvil en la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de maestría) Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Sánchez, J. (2018). *La gestión de calidad en el servicio al cliente como factor de competitividad en las pymes del sector comercio-rubro venta de ropa confeccionadas al por menor de la ciudad de Milagro*. (Tesis de licenciatura) Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
- Chóez, D. (2019). *La calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en centros de salud públicos del Canton la Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018*” (Tesis de licenciatura) Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador.
- Cardenas, J. y Yessid, R. (2019). *Formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 y el modelo serviqual del banco comercial, sede Bogotá*. (Tesis de maestría) Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.
- Carchi, G. (2016). *Estrategias para mejorar el servicio de atención al cliente, en el gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial rural de general Proaño, Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago*. (Tesis de licenciatura) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.
- Kano, M. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de nuevo Chimbote, 2019*. (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.

- Flores, N. (2020). *Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, Distrito de Huarmey, 2019.* (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Trebejo, R. (2020). *La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánico, en el Distrito de Huacho, 2019.* (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Rodriguez, Z. (2019). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Distrito de Santiago de Chuco, 2019.* (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Suing, J. (2019). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado Pacanguilla del Distrito de Pacanga, Provincia de Chepén, 2019.* (Tesis de licenciatura) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú.
- Balbin, C. (2017). *Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en el ISO 9001:2015, para la empresa INDUGA FELIX E.I.R.L- Huánuco 2017.* (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.
- Palomino, W. (2018). *Diseño de un sistema de gestión de calidad en consultoría "CARRANZA" E.I.R.L. para la mejora del desempeño en sus procesos bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2015.* (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.

- Victorio, R. y Riveros, R. (2016). *Impacto en la atención al cliente, con la implementación de la red social facebook en el recreo turístico la Perricholi, Huánuco, 2016.* (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.
- Falcon, L. (2017). *Implementación de un sistema web de gestión de ventas para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el dorado Huánuco 2017.* (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.
- Caqui (2017). *Propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco 2016.* (Tesis de maestría) Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco, Perú.
- Chang, J. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán san marcos.* (Tesis de licenciatura) Universidad Rafael Landívar. Quezaltenango, Guatemala.
- Pérez, (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el Servicio.* Madrid, España.
- Raffino, M. (2019). *Sistema de gestión de calidad del proceso.* Barcelona, España.
- Riquelme, J. (2017). *Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo.* Universidad de San Marcos. Cajamarca, Perú.
- Rubio, P. (2016). *Introducción a la Gestión Empresarial.*
- Rhea, R. (2015). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio.* (Tesis de licenciatura) Universidad de Chimbote. Chimbote, Perú.
- Sampieri, R. (2016). *Metodología de investigación.* 6ta. Edición. México.

Hernández, R. Fernández, C, y Baptista, M. (2010). Metodología de investigación. 5ta. Edición.

Hernández, Fernández y Baptista (2016). Metodología de investigación. 5ta. Edición.

ANEXOS

Anexo N° 01:
**PLAN DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL RUBRO TRANSPORTE.**

Según los resultados conseguidos en la investigación, se plantea la elaboración de un plan de mejora, para mejorar las debilidades manifestadas.

1. Datos generales de las MYPEs investigadas

Nombre o razón social:

- Empresa de Transporte San Juan Express E.I.R.L
- Empresa de Transporte Marginal Express E.I.R.L
- Emp. Transp. Marginal Express S.R.L
- Empresa de Transportes Santo Domingo y Asociados S.R.L.
- Expreso ETNASA E.I.R.L
- Empresa de Transportes Sol Del Oriente S.A.C.
- Empresa de Transportes Señor de Burgos S.A.C
- Empresa de Transportes y Turismo Euro S.A.C.
- Empresa de Transportes 105 Santa Teresita S.C.R.L
- Empresa de Transporte Mensajerito Tours Huracán S.C.R.L

Sector: Servicio

Rubro: Transportes

Dirección: Distrito de Amarilis Provincia y Región Huánuco.

2. Misión

Brindar una mejoría constante de nuestros servicios de transporte de pasajeros y encomiendas con autos de última generación ofreciendo una atención personalizada y profesional donde nuestros clientes se sientan seguros y cómodos.

3. Visión

Ser una MYPE líder en el sector del transporte de pasajeros y encomiendas a nivel interprovincial, comprometida en brindar un excelente servicio a nuestros clientes.

4. Objetivos

Objetivo general

Diseñar, organizar y ofrecer los servicios de transporte con una respuesta adecuada a las necesidades de los clientes y ofrecer un servicio de mayor calidad, seguridad y flexibilidad.

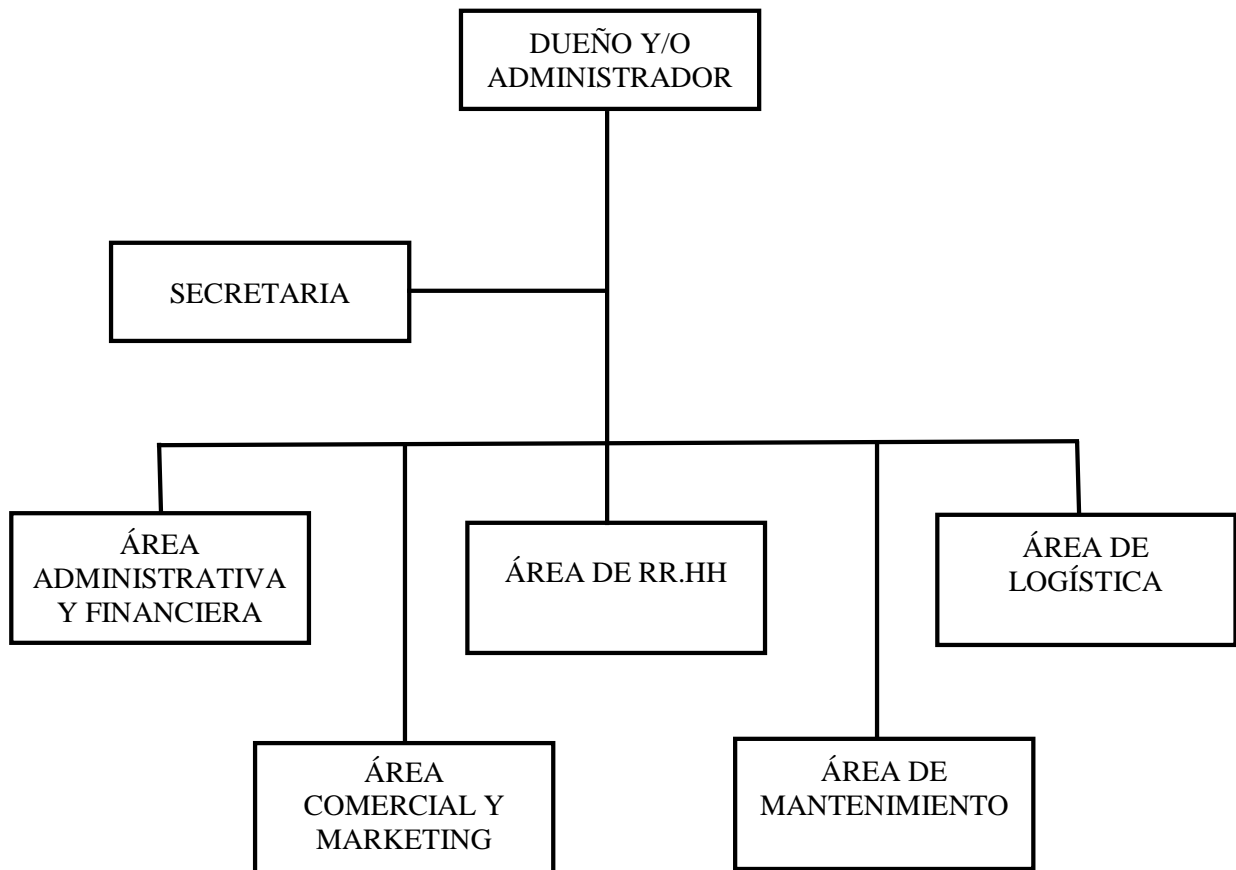
Objetivos específicos

- Conseguir el posicionamiento de la MYPE y convertirse la mejor dentro del sector servicios, rubro transporte.
- Satisfacer a los clientes y su posterior fidelización a través de mejoras continuas de calidad, servicio.
- Brindar un excelente servicio que permita una adecuada atención al cliente.
- Tener instalaciones acogedoras.
- Implementar nuevas tecnologías que nos permita innovar y una mejor calidad en el servicio prestado.

5. Servicios

Las MYPEs del sector servicio rubro transporte ofrecen servicios de traslado de pasajeros, encomiendas y tours interprovinciales, donde ofrecen comodidad, rapidez, seguridad, responsabilidad, puntualidad y flexibilidad.

6. Organigrama de la MYPE



7. Diagnostico General

| Análisis FODA | Oportunidad | Amenazas |
|---|---|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Incremento económico prudentemente bueno, aumento de clientes. • Se muestra mayor oportunidad de inversión para el impulso el servicio con calidad. • Se consigue la fidelización de clientes como el retorno al servicio. |
| Fortalezas | Estrategias F-O | Estrategias F-A |
| <ul style="list-style-type: none"> • Demanda de pasajeros en los feriados en el rubro transporte. • Autos y minivans de último modelo. • La ubicación en zonas estratégicas permite mayor acceso de pasajeros. • Precios viables en función a las necesidades del cliente. • Excelente tiempo de permanencia en el sector. • La atención al cliente es de trato personalizado y amable. | <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la demanda en feriados y fechas importantes a fin de conseguir mayores niveles de rentabilidad con el desarrollo de nuevos servicios y alcanzar la expansión de presencia en el mercado. • Fidelizar a los clientes mediante la atención personalizada que permita garantizar seguridad y confort en la los servicios. | <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar un mapa de posicionamiento que identifique las metas trazadas en base a las fortalezas que se tiene y evaluar a la competencia, marcar diferencia e innovar y cubrir las necesidades del cliente en un tiempo determinado. • Examinar y asumir el cambio de la normatividad, para estar actualizado con la ley y admita la fluidez en la administración del negocio. • Evaluar el mercado y sus constantes incertidumbres, estar preparas ante variaciones que resultan alarmante. |
| Debilidades | Estrategias D-O | Estrategias D-A |
| <ul style="list-style-type: none"> • Poca iniciativa por parte de los colaboradores de la MYPE. • Ausencia por inexperiencia de herramientas y estrategias para mejorar la calidad. • Falta de planes de marketing que acceda tener un análisis de mercado y competencia. | <ul style="list-style-type: none"> • Entrenar a los colaboradores con talleres, capacitaciones y promover la auto capacitación para generar un indicador diferenciador y rentable en la MYPE. • Establecer el sentimiento de pertenencia en los colaboradores y estar en decidido motivación que les acceda el uso de herramientas y mejoras en método de calidad y servicio de atención al cliente, planes de acción y | <ul style="list-style-type: none"> • Implementar métodos de control de calidad para aumentar los niveles de satisfacción del cliente interno y externo de la organización visualizando los puntos débiles de la competencia. • Los representantes de las MYPEs deben sacar provecho los diferentes recursos para incrementar la rentabilidad. • Disminuir los niveles de vulnerabilidad frente a competidores reforzando la fuerza |

| | | |
|--|--|--|
| | control constante a través de monitoreo. | laboral productiva y conseguir mayores márgenes de ganancias. •Elaborar un plan de marketing para mejorar los niveles de comunicación y estrategia. |
|--|--|--|

8. Indicadores de una buena gestión

| Indicadores | Evaluación de indicadores dentro de la MYPE |
|--|---|
| Dificultad y/o inconvenientes | La mayoría de los colaboradores tienen poca iniciativa para ahondar la implementación de gestión de calidad, problema de compromiso de los colaboradores. |
| Medición del rendimiento y/o productividad | La observación es manejada por la mayoría de las MYPEs investigadas, teniendo preciso conocer e implementar técnicas para la evaluación y control del rendimiento del personal. |
| Uso de herramientas para un servicio de calidad | Las MYPEs sí manejan herramientas para optimizar la calidad en sus servicios como la comunicación y confianza, pero como prioridad la comunicación. |
| Eficacia en la mejora de atención al cliente | mediante la amabilidad las MYPEs del rubro transporte han conseguido mejorar la atención al cliente, siendo fundamental otras maneras de mejorar el servicio. |
| Uso de estrategias para satisfacción del cliente | Los transportes han conseguido alcanzar la satisfacción de las necesidades del cliente brindando la calidad de servicio, siendo recomendable experimentar otras opciones que permita satisfacer siempre al cliente. |

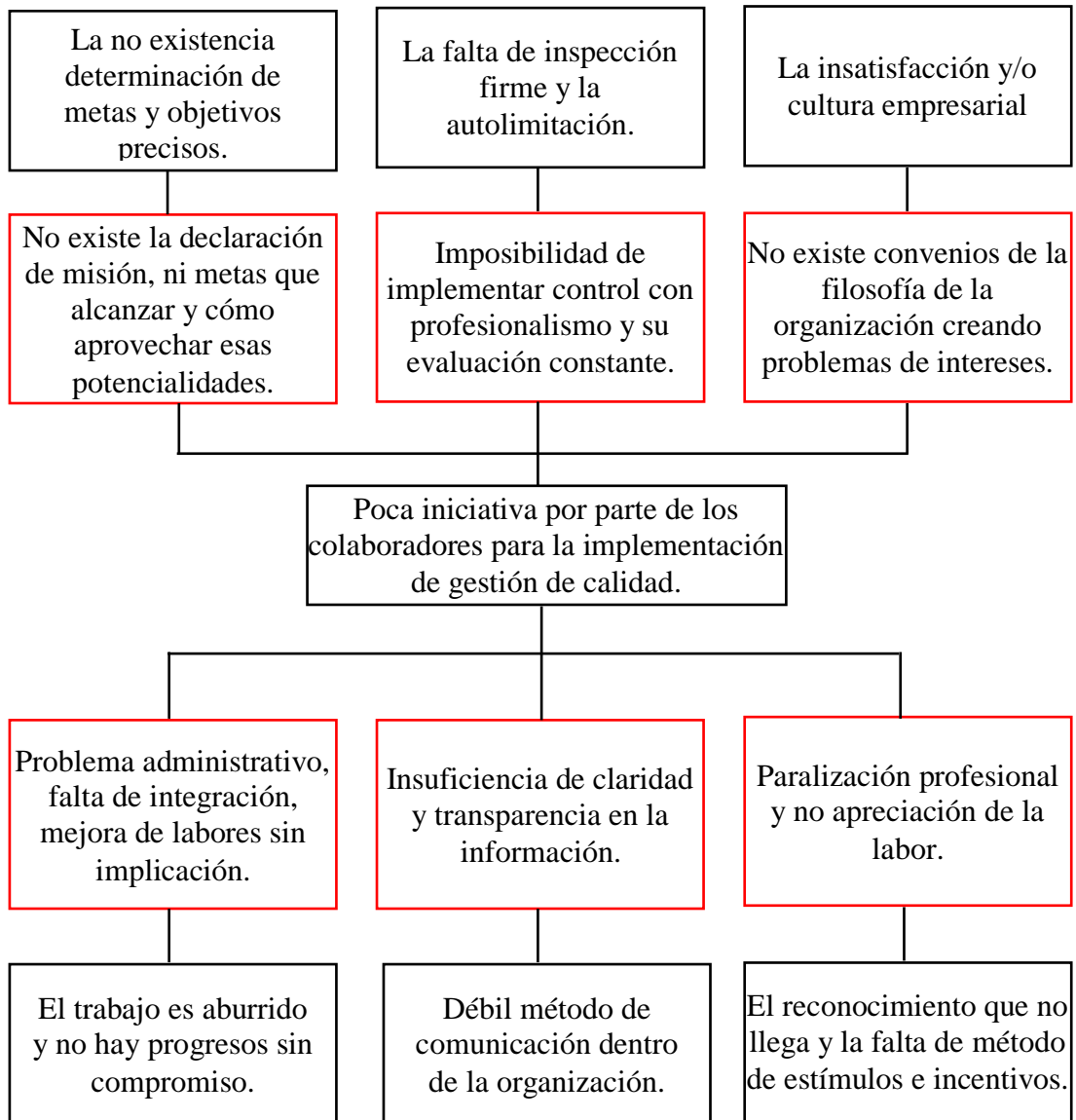
9. Problemas

| Indicadores | Problemas | Seguimiento del problema |
|--|---|--|
| Dificultad y/o inconvenientes | Poca iniciativa de los colaboradores para implementar sistemas de gestión de calidad. | Surgiendo la falta de motivación, desinterés, ausencia de compromiso de la organización hacia sus colaboradores. |
| Medición del rendimiento y/o productividad | Empleo de una sola técnica. | Por la sencillez que les ha permitido la evaluación del desempeño de su personal, la observación no se ha implementado otras técnicas complejas. |
| Uso de herramientas para un servicio de calidad | Restricción de herramientas, por desconocimiento y el factor miedo de no tener respuesta satisfactoria. | La comunicación por su mayor participación en las MYPEs han logrado mejorar la calidad en los servicios, existiendo limitaciones de asumir nuevos retos e implementarlos en su administración de negocio. |
| Eficacia en la mejora de atención al cliente | Limitación de búsqueda de mejoras en la atención al cliente | Únicamente mediante la amabilidad han logrado mejorar la atención al cliente, teniendo otras opciones como técnicas y administrativas que permita mejorar la prestación del servicio. |
| Uso de estrategias para satisfacción del cliente | Basados en un sólo dirección y no existe implementación de otras estrategias | Suman esfuerzos para mejorar la calidad del servicio y se restringen a tomar otras acciones que incrementan la satisfacción del cliente, teniendo en referencia que el cliente debe recibir el mejor servicio posible. |

10. Causas

□ Causas y efectos principales

□ Causas y efectos secundarios



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones

| Indicadores | Problemas | Acción de mejora |
|---|---|---|
| Dificultad y/o inconvenientes | Poca iniciativa por parte de los colaboradores para implementar métodos de gestión de calidad. | Manifestar interés por los colaboradores que laboran en la organización como la implementación de métodos de reconocimiento y recompensa, incentivos y motivación constantes. |
| Medición del rendimiento y/o productividad | Empleo de una sola técnica (La Observación). | Los representantes de las MYPEs fortalezcan sus conocimiento con cursos, talleres, charlas y capacitación sobre técnicas para medir el rendimiento del personal con exactitud, tales como la evaluación, escala de puntuaciones, evaluación de 360°, etc. |
| Rutina de herramientas para un servicio de calidad | Restricción de herramientas, por inexperiencia y el factor temor de no tener respuesta satisfactoria. | Fortificar las habilidades de los colaboradores en atención al cliente a fin de averiguar opciones para mejorar la calidad de servicio mediante la comunicación, confianza y retroalimentación. |
| Eficacia en la mejora de atención al cliente | Restricción de exploración de mejoras en la atención al cliente (Emplea solo la amabilidad). | Preparar capacidades de servicio, siendo preciso que el personal entra en contacto con el cliente manifiesta mayor conocimiento en atención al cliente. |
| Rutina de estrategias para satisfacción del cliente | Establecidos en un sola dirección y no existe implementación de otras estrategias. | Establecer un plan de servicio al cliente, que permita la satisfacción y mejoras en la calidad del servicio, innovación, puntualidad y las exigencias del cliente, etc. |

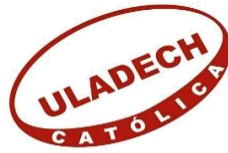
12. Recursos para la implementación de las estrategias

➤ Talento Humano

➤ Tiempo

| N° | Acción de mejora | Responsables- Recursos Humanos | Tiempo |
|-----------|---|---|---------------|
| 1 | Capacitación curso y talleres permanentes para fortalecer sus conocimientos sobre el uso de técnicas de gestión de calidad e implementarlas en la administración del negocio. | Contratación de asesorías externas especializadas, bajo la responsabilidad del representante de las MYPEs | Mensual |
| 2 | Implementación de métodos de reconocimiento y recompensa, incentivos y motivación constantes. | Representantes de las MYPEs rubro transporte | Mensual |
| 3 | Fortalecer sus conocimientos con cursos, talleres, charlas y capacitaciones sobre otras técnicas para medir el rendimiento de personal. | Representantes de las MYPEs rubro transporte | Semestral |
| 4 | Fortificar las habilidades del colaborador en atención al cliente para indagar otras alternativas de mejorar la calidad. | Representantes de las MYPEs rubro transporte | Trimestral |
| 5 | Preparar y formar sobre capacidades de servicio. | Representantes de las MYPEs rubro transporte | Trimestral |
| 6 | Implementación plan de servicio al cliente. | Representantes de las MYPEs rubro transporte | Anual |
| 7 | Establecer medidas de medición de calidad como encuestas a los clientes, así mismo crear reglamentos internos. | Representantes de las MYPEs rubro transporte | Anual |

Anexo N° 02:
CUESTIONARIO PARA APLICAR A LOS DUEÑOS Y/O GERENTES DE LAS
MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO TRANSPORTE INTERPROVINCIAL
DEL DISTRITO DE AMARILIS-HUÁNUCO, 2020.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

Estimado (a) el presente cuestionario es para la realización de un trabajo de investigación titulado: **“Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial del Distrito de Amarilis-Huánuco, 2020”**. Para obtener el título de Licenciada en Administración. Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

I.GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPEs

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

11. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

12. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Otros

13. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No

14. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

15. ¿Conoce el término atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

16. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

17. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

18. Principales factores para brindar un servicio de calidad en su empresa

- a) Atención personalizada
- b) Puntualidad a la hora de salida
- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

19. La atención que brinda a los clientes es:

- a) Buena
- b) Regular
- c) Malo

20. ¿De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa?

- a) Amabilidad
- b) Capacitación al colaborador
- c) Información al cliente
- d) Todas las anteriores

21. ¿Qué estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente?

- a) Mejorar calidad del servicio
- b) Adecuar el servicio al cliente
- c) Todas las respuestas

22. ¿Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente?

- a) Rentabilidad
- b) Buena imagen
- c) Fidelización
- d) Captación del cliente

Anexo N° 03:
**RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN
 DE LA INFORMACIÓN**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
 CHIMBOTE

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación : **ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DEL DISTRITO DE AMARILIS-HUÁNUCO, 2020.**

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : DR: BARRUETA SALAZAR LUIS HENRRY
Cargo : DOCENTE UNIVERSITARIO
Institución donde labora : DOCENTE A TIEMPO PARCIAL DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE.
Nombre del Instrumento de Evaluación : CUESTIONARIO
Teléfono : 960065605
Lugar : HUÁNUCO **Fecha:** 28/11/2020
Autor del Instrumento : Bach. FABIOLA KRIHESLI, ARENAS CAPCHA

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

| INDICADORES | CRITERIOS | VALORACIÓN | |
|-------------------|---|------------|----|
| | | SI | NO |
| Claridad | Los indicadores están formulados con un lenguaje apropiado y claro. | X | |
| Objetividad | Los indicadores que se están midiendo están expresados en conductas observables. | X | |
| Contextualización | El problema que se está investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | X | |
| Organización | Los ítems guardan un criterio de organización lógica. | X | |
| Cobertura | Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad. | X | |
| Intencionalidad | Sus instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias. | X | |
| Consistencia | Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos. | X | |
| Coherencia | Existe coherencia entre los indicadores y las dimensiones de su variable. | X | |
| Metodología | La estrategia que se está utilizando responde al propósito de la investigación. | X | |
| Oportunidad | El instrumento será aplicado en el momento oportuno o más adecuado. | X | |

II. OPINIÓN GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS Las preguntas del cuestionario son pertinentes para su aplicación

III. RECOMENDACIONES.....

Huánuco, 28 de Noviembre del 2020.



 Firma del experto
 DNI: 42380412
 CLAD 18980



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación : ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DEL DISTRITO DE AMARILIS-HUÁNUCO, 2020.

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : Dr. ALAN MANUEL RUBÍN ROBLES
Cargo : DOCENTE UNIVERSITARIO
Institución donde labora : ASESOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN, ULADECH, UDH, UNAS.
Nombre del Instrumento de Evaluación : CUESTIONARIO
Teléfono : 942917817
Lugar : HUÁNUCO Fecha: 28/11/2020
Autor del Instrumento : Bach. FABIOLA KRIHESLI, ARENAS CAPCHA

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

| INDICADORES | CRITERIOS | VALORACIÓN | |
|-------------------|---|------------|----|
| | | SI | NO |
| Claridad | Los indicadores están formulados con un lenguaje apropiado y claro. | X | |
| Objetividad | Los indicadores que se están midiendo están expresados en conductas observables. | X | |
| Contextualización | El problema que se está investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | X | |
| Organización | Los ítems guardan un criterio de organización lógica. | X | |
| Cobertura | Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad. | X | |
| Intencionalidad | Sus instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias. | X | |
| Consistencia | Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos. | X | |
| Coherencia | Existe coherencia entre los indicadores y las dimensiones de su variable. | X | |
| Metodología | La estrategia que se está utilizando responde al propósito de la investigación. | X | |
| Oportunidad | El instrumento será aplicado en el momento oportuno o más adecuado. | X | |

II. OPINIÓN GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS.....

III. RECOMENDACIONES.....

Huánuco, 28 de Noviembre del 2020.

Firma del experto
DNI:43475619



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación : **ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DEL DISTRITO DE AMARILIS-HUÁNUCO, 2020.**

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : MAGISTER: RAÚL CAJAHUANCA TORRES
Cargo : DOCENTE UNIVERSITARIO
Institución donde labora : UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS.
Nombre del Instrumento de Evaluación : CUESTIONARIO
Teléfono : 962746236
Lugar : HUÁNUCO **Fecha:** 28/11/2020
Autor del Instrumento : Bach. FABIOLA KRIHESLI, ARENAS CAPCHA

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

| INDICADORES | CRITERIOS | VALORACIÓN | |
|-------------------|---|------------|----|
| | | SI | NO |
| Claridad | Los indicadores están formulados con un lenguaje apropiado y claro. | X | |
| Objetividad | Los indicadores que se están midiendo están expresados en conductas observables. | X | |
| Contextualización | El problema que se está investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | X | |
| Organización | Los ítems guardan un criterio de organización lógica. | X | |
| Cobertura | Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad. | X | |
| Intencionalidad | Sus instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias. | X | |
| Consistencia | Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos. | X | |
| Coherencia | Existe coherencia entre los indicadores y las dimensiones de su variable. | X | |
| Metodología | La estrategia que se está utilizando responde al propósito de la investigación. | X | |
| Oportunidad | El instrumento será aplicado en el momento oportuno o más adecuado. | X | |

II. OPINIÓN GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS.....
.....

III. RECOMENDACIONES.....
.....

Huánuco, 28 de Noviembre del 2020.

Firma del experto
DNI: 22511841

Anexo N° 04:**Lista de MYPEs encuestados**

| N° | NOMBRE COMERCIAL | DIRECCIÓN | REPRESENTANTE |
|-----------|---|---|------------------------------------|
| 1 | Empresa de Transporte San Juan Express E.I.R.L | Llicua Baja | Lino Orizano, Frank Stalin |
| 2 | Empresa de Transporte Marginal Express E.I.R.L | Llicua Baja | Contreras Romero Sergi Sebastián |
| 3 | Emp. Transp. Marginal Express S.R.L | Carretera Central, 412 - Llicua Baja Amarilis - Huánuco | Gonzales Rodriguez Mamerto Eduardo |
| 4 | Empresa de Transportes Santo Domingo y Asociados S.R.L. | Car. Central Nro. 260 C.P. Llicua (Frente de Backus) | Simón Salazar Yeni |
| 5 | Expreso ETNASA E.I.R.L | Car. Central Nro. 1 Cpm Llicua | Alania Huaynate Amelia |
| 6 | Empresa de Transportes Sol Del Oriente S.A.C. | Av. Centenario Km. 4200 (Costado de Naysha Car) | Rivera Atencia Orlando Reynaldo |
| 7 | Empresa de Transportes Señor de Burgos S.A.C | puente nuevo, pabletich | Quispe Cajas Carlos José |
| 8 | Empresa de Transportes y Turismo Euro S.A.C. | puente nuevo, pabletich | Laurencio Liberato Yonel |
| 9 | Empresa de Transportes 105 Santa Teresita S.C.R.L | Mza. F Lote. 16 | Yllatopa Martel Franz Esteban |
| 10 | Empresa De Transporte Mensajerito Tours Huracán S.C.R.L | Bl. Leoncio Prado Mza. F Lote. 14 Urb. Leoncio Prado | Flores Espinoza Dominga |