



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES, SECTOR
SERVICIO, RUBRO HOTELES, DISTRITO DE
ZORRITOS, 2018.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

TINEDO ROMERO, RANDY FRANCISCO

ORCID: 0000-0003-2463-0149

ASESOR

EZCURRA ZA VALETA, GHENKIS AMILCAR

ORCID: 0000-0002-9894-2180

TUMBES – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Tinedo Romero, Randy Francisco

ORCID: 0000-0003-2463-0149

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Tumbes Perú.

ASESOR

Escurra Zavaleta, Ghenkis Amilcar

ORCID: 0000-0002-9894-2180

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

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

MGTR. LIC. ADM. GALVANI GUERRERO GARCIA

PRESIDENTE

MGTR. LIC. ADM. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA

MIEMBRO

MGTR. LIC. EDU. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA

MIEMBRO

MGTR. LIC. ADM. GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZAVALETA

ASESOR

AGREDECIMIENTO

Gracias a dios por la comprensión y el apoyo incondicional ante las duras pruebas, las noches largas y los días corto que se necesitó para culminar este proyecto.

Gracias a dios por su presencia durante este tiempo, por ser mi guía en este proyecto he iluminar mis conocimientos y hacer de mis de mis sueños realidad.

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a los pilares de este cimiento, el cual es representado por mis padres, hermanos y familiares cercanos.

A mi institución que siempre creyó en mi he hizo realidad mis metas.

RESUMEN

La presente investigación titulada “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes, sector servicio rubro hoteles, distrito Zorritos, 2018; confronto la problemática ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018?; la cual tuvo como objetivo general Determinar la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES, sector servicio, rubro hotelería, distrito Zorritos, 2018; La investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como instrumento la encuesta; para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 7 propietarios de las mypes y clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario 162 de Preguntas. Concluyó de la encuesta de gestión de calidad obtuvo resultado poco favorable para la dimensión planificación ya que muestra poco interés por parte de los dueños, por lo tanto, deben tener como prioridad la planificación. Así para la Variable atención al cliente en cuanto al tiempo de espera la mayoría de los clientes dijeron que la atención de los hoteles no es ni tan rápido, ni lento asimismo como que el tiempo de espera por parte de los clientes, ante la respuesta por los representantes de atención al cliente considerando que están dentro del promedio, aunque es muy poco entendible.

Palabras Claves: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Mype.

ABSTRAC

This research entitled “Characterization of quality management and customer service of the Mypes, hotel service sector, Zorritos district, 2018; I confront the problem How is the quality management and customer service of the MYPES characterized in the service sector, hotel industry, district of zorritos, 2018 ?; which had as a general objective to determine the quality management and customer service of the MYPES, service sector, hotel sector, Zorritos district, 2018 and as a specific objective; The research was descriptive, quantitative level, with a non-experimental cross-sectional design. Having the survey as an instrument; To carry it out, a sample of 7 mypes owners and clients was chosen in a targeted manner, to whom a Questionnaire 162 questionnaire was applied. It concluded that the quality management survey obtained an unfavorable result for the planning dimension as it shows Little interest on the part of the owners, therefore, should have as a priority the planning. Thus, for the Variable customer service in terms of waiting time, most of the clients said that the hotel service is neither as fast nor slow as the customer's waiting time, given the response by Customer service representatives considering that they are within the average, although it is very understandable.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Mype

INDICE

TITULO.....	¡Error! Marcador no definido.
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iii
AGREDECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRAC	vi
INTRODUCCIÓN.....	11
I.PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	13
II.REVISION DE LA LITERATURA.....	20
III.HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	47
IV.METODOLOGIA	48
4.1 TIPO DE INVESTIGACION	48
4.2 NIVEL DE INVESTIGACION	48
4.3 DISEÑO DE INVESTIGACION.....	48
4.4 DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN.....	49
4.5 POBLACION Y MUESTRA	51
4.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE ROCOLECCION DE DATOS	53
4.7 PLAN DE ANALISIS	53
4.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA	55
4.9 PRINCIPIOS ETICOS	56
V.RESULTADOS	57
5.1 RESULTADOS	57
5.2 ANALISIS DE RESULTADOS	75
CONCLUSIONES	78
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	79
RECOMENDACIONES.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	80
ANEXOS.....	87
ANEXO N° 1: CRONOGRAMA.....	87

ANEXO N° 2: CUADRO DE PRESUPUESTO	88
ANEXO N° 3: SOLICITUD.....	89
ANEXO N° 4: HOJA DE VALIDACION POR EXPERTOS	90
ANEXO N° 5: ECUESTA	93
ANEXO N° 6: MATRIZ DE DATOS	106
ANEXO N° 7: FOTOS.....	107

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Dimensión Contexto de la Organización.....	57
Tabla 2: Dimensión Liderazgo	58
Tabla 3: Dimensión Planificación	59
Tabla 4: Dimensión Apoyo.....	60
Tabla 5: Dimensión Operación.....	61
Tabla 6: Dimensión Evaluación del desempeño.....	62
Tabla 7: Dimensión Mejora	63
Tabla 8: Resumen de las Dimensiones de Gestión de Calidad	64
Tabla 9: Tiempo de espera por el servicio.....	65
Tabla 10: Escuchar los problemas de los clientes.....	66
Tabla 11: Ayudar al cliente.....	67
Tabla 12: Capacidad de ayudar	68
Tabla 13: Punto de información.....	69
Tabla 14: Información proporcional	70
Tabla 15: Preguntas resueltas por los representantes.....	71
Tabla 16: Servicio Útil.....	72
Tabla 17: Experiencia con los representantes.....	73
Tabla 18: Recomendación de la empresa	74

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Dimensión Contexto de la Organización.....	57
Gráfico 2: Dimensión Liderazgo	58
Gráfico 3: Dimensión Planificación	59
Gráfico 4: Dimensión Apoyo	60
Gráfico 5: Dimensión Operación.....	61
Gráfico 6: Dimensión Evaluación del desempeño	62
Gráfico 7: Dimensión Mejora	63
Gráfico 8: Resumen de las Dimensiones de Gestión de Calidad	64
Gráfico 9: Tiempo de espera por el servicio.....	65
Gráfico 10: Escuchar los problemas de los clientes	66
Gráfico 11: Ayudar al cliente	67
Gráfico 12: Capacidad de ayudar	68
Gráfico 13: Punto de información.....	69
Gráfico 14: Información proporcional	70
Gráfico 15: Preguntas resueltas por los representantes.....	71
Gráfico 16: Servicio Útil.....	72
Gráfico 17: Experiencia con los representantes.....	73
Gráfico 18: Recomendación de la empresa	74

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes, sector servicio rubro hoteles, distrito Zorritos, 2018; confronto la problemática ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018?; la cual tuvo como objetivo general Determinar la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES, sector servicio, rubro hotelería, distrito Zorritos, 2018 y como objetivo específico; 1.Conocer el nivel del Contexto de la organización de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.2 Conocer el liderazgo en las organizaciones de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 3.Identificar el nivel de planificación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 4.Establecer si se aplica las herramientas de apoyo de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 5. Analizar la operación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 6.Identificar si se aplica la evaluación de desempeño de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 7.Analizar las condiciones de mejora que tiene las empresas en las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 8.Analizar las condiciones que tiene las empresas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 9.Medir el grado con el que ayudan a los clientes y brindan información en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. 10.Determinar La frecuencia de espera de los clientes ante el grado de respuestas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro

hotelería, distrito de zorritos, 2018. La investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como instrumento la entrevista; para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 7 propietarios de las mypes y clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 162 Preguntas, utilizando la técnica de la encuesta.

Este proyecto estudia la gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes, que nos sirve para detectar un error o necesidad de una mejora, así como la atención al cliente al aplicarse de una manera correcta le da una buena experiencia al cliente, esta será beneficiado a los clientes porque tendrá un servicio de calidad y las mypes porque tendrán fidelidad por parte del consumidor.

Estos resultados nos solo serán beneficiados a las mypes del sector servicio, rubro hotelería, si no también aquellos estudiantes que decidan estudiar estos variables para sus investigaciones y aquellas empresas que quieran mejorar la experiencia del consumidor.

I. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

En el ámbito político respecto a *política fiscal*, según el (El comercio, 2018) nos dice que el Perú ha tenido uno de los desempeños económicos más destacados en América latina. Su vigoroso crecimiento ha contribuido a cerrar la brecha de ingresos que lo separaba de las economías más grandes de la región y a reducir significativamente la pobreza, mientras que la inflación se ha mantenido baja. La solidez de las reformas macroeconómicas y estructurales ha desempeñado un papel indispensable en este sentido”, señaló el Directorio Ejecutivo del FMI, además menciona que la actividad económica continuará recuperándose ante el impulso fiscal y monetario; mientras que, a partir de 2019, el motor de crecimiento será la recuperación de la demanda interna, en un contexto de consolidación fiscal. Bajo este escenario, el FMI proyecta un crecimiento de 3,7% para 2018 y 4,1% para 2019. (El comercio, 2018).

En el ámbito económico respecto a la *tasa de cambio*, nos dice que el precio del Dólar en Nuevos Soles Peruanos puede verse afectado por intervenciones periódicas que realiza el Banco Central de Reserva (BCR), organismo que compra y vende dólares en el mercado peruano, con el fin de estabilizar la cotización o el tipo de cambio del Sol Peruano. El Precio del Dólar en Perú se ve afectado por diversos indicadores, tales como: El crecimiento del PIB, la tasa de interés fijada por el BCR, el comportamiento de las exportaciones peruana, las políticas de la FED

(Reserva Federal de EEUU) y la situación geopolítica Internacional. (Banco central del Perú, 2018)

Además en la *situación económica actual*, el Banco Mundial estimó un crecimiento del PBI para el Perú de 3.8 a inicios del 2017, sin embargo, dado los fenómenos naturales (como el niño costero) o políticos (caso de corrupción Lava Jato); las cifras en lo que van del año son más reducidas que las estimadas, tanto que a comienzos de año tenemos una cifra de 2.8%, a pesar de ello, se estima que la cifra pueda incrementar su valor porcentual el próximo año a 3.8%, variable porcentual que efectivamente se proyecta para el presente año. (Duarand, 2017)

En el ámbito social respecto a la *calidad de vida* nos dice un estudio de Mercer es uno de los más completos del mundo, y se elabora anualmente para ayudar a las compañías multinacionales y otras organizaciones a establecer una compensación justa para sus empleados. De acuerdo al análisis que brinda la empresa, las ciudades de países emergentes, a pesar de enfrentar dificultades económicas y políticas, están alcanzando a las metrópolis que ocupan las primeras posiciones en el ranking después de décadas de inversión en infraestructura, espacios de ocio y vivienda, con el fin de atraer talento y negocios multinacionales. (Correo, 2017).

Por consiguiente, *confianza del consumidor*, nos dice que el indicador que mide la expectativa de las familias sobre el futuro de su situación económica se ubicó en terreno optimista al cerrar en 52 puntos en enero, tres puntos por encima del resultado de diciembre. Un índice arriba de los 50 puntos indica que la confianza de los consumidores es positiva y debajo

de ese valor es negativa. Este resultado pone fin a un período de pesimismo que duró diez meses consecutivos, aunque la confianza aún permanece en niveles bajos –muy cercana a la línea que separa el pesimismo del optimismo–, asociada a un crecimiento moderado del consumo, explica Donita Rodríguez, jefa de Análisis Macroeconómico de apoyo de consultoría. (El comercio, 2017)

En el ámbito tecnología respecto al *cambios en la tecnología móvil*, uno de ellos es “menos papel” es una de las medidas más aplaudidas por los operadores es que se eliminó la obligación de entregar una guía telefónica impresa para los abonados al servicio de telefonía fija, contratos telefónicos entre la variedad de modificaciones sobre la forma de contratación presentadas para lograr mayor flexibilidad, existen algunas que generaron polémica desde que fueron planteadas. Una de ellas es que, cuando se celebran por teléfono los contratos, se deberá grabar toda la conversación y guardarse los archivos por hasta diez años después de terminado el mismo, y la Modificación Unilateral en el texto se establece que los contratos no se pueden modificar en forma unilateral a menos que se trate de un cambio que implique una mejora en el servicio de navegación a Internet. (Comercio, 2018.)

Además, en los *cambios en la tecnología móvil*, este lanzamiento ha sido bien recibido por los analistas del sector, pues consideran que se intensificará la rivalidad y se elevará el consumo de datos móviles en el país. “El impacto se sentirá en las cuentas de los operadores, que acelerarán sus crecimientos, pero también en todo el mercado”, sostuvo Fernando Casafranca, catedrático de la Escuela de Posgrado de la Universidad del

Pacífico. Según Casafranca, la estrategia elevará el comercio móvil y ampliará el consumo de Internet en todos los segmentos de la población. (El Comercio, 2017)

En el ámbito ecológico respecto a la *Ley de protección medioambiental*, mediante esta ley se reglamentan aspectos relacionados a la materia ambiental en el Perú. Asimismo; por un lado, plantea a los ciudadanos una serie de derechos con relación al tema ambiental, en tanto que se debe garantizar un ambiente saludable, equilibrado y apropiado para el desarrollo de la vida; y, por otro lado, deberes, en la medida en que todos estamos obligados a contribuir a una efectiva gestión ambiental y a proteger el ambiente. (Gidahatari, 2017)

Por consiguiente, en *recursos naturales limitados*, establece que los recursos naturales, renovables y no renovables, son patrimonio de la Nación, siendo el Estado soberano en su aprovechamiento; agregando que por ley orgánica se fijan las condiciones de su utilización y otorgamiento a particulares; así mismo define en términos generales que la concesión otorga a su titular un derecho real, sujeto a dicha norma legal y que el Estado promueve el uso sostenible de sus recursos naturales. La soberanía del Estado, reconocida en la constitución se traduce en la competencia que tiene para legislar y ejercer funciones ejecutivas - jurisdiccionales sobre los recursos naturales, considerando su diversidad y especialidad en su tratamiento y manejo.(Garcia, 2018)

En el ámbito legal respecto a la *política de desempleo*, en relación con el diagnóstico, vemos que el problema principal en el Perú y en otros países de América Latina es el subempleo. El segundo problema es el crecimiento

de la población económicamente activa, que crece a un ritmo de 360,000 personas al año, tres veces y media la población de Grenada, que era de 100,000. Y es que el crecimiento de la PEA es muy alto, 3% anual, ya que la PEA crece no solamente por el crecimiento de la población sino también porque muchas mujeres y jóvenes se ven obligados a entrar al mercado laboral. De los 31 millones de habitantes, 16 millones son parte de la población económicamente activa (PEA),son aquellas personas que pueden trabajar, casi 7 millones 200 mil (45%) están subempleados. Los desempleados son aquellos que son parte de la PEA y desean trabajar, pero no encuentran dónde. Ascenden a 5% más o menos, esto es, 800,000 personas.(Parodi, 2015)

Por consiguiente, *legislación laboral*, Malmström puso hincapié en “las deficiencias en la aplicación efectiva de los convenios de la OIT 87 y 98, sobre libertad de asociación y protección de los derechos de sindicación y negociación colectiva”. Además, recordó que el Perú tiene uno de los niveles más altos de informalidad en el mercado laboral y que el alto nivel persistente de trabajo infantil sigue siendo una gran preocupación. (Gestion, 2018)

ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018?

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Determinar la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.

OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Conocer el nivel del Contexto de la organización de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
2. Conocer el liderazgo en las organizaciones de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
3. Identificar el nivel de planificación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
4. Establecer si se aplica las herramientas de apoyo de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
5. Analizar la operación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
6. Identificar si se aplica la evaluación de desempeño de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.

7. Analizar las condiciones de mejora que tiene las empresas en las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
8. Analizar las condiciones que tiene las empresas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
9. Medir el grado con el que ayudan a los clientes y brindan información en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.
10. Determinar La frecuencia de espera de los clientes ante el grado de respuestas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

Para (Salazar, 2019) en su investigación “*Gestión De Calidad Con El Uso De Tecnología De Información Y Comunicación Y Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Comercio, Rubro Ferretería, Ciudad De Juanjui 2019*”. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de Gestión de calidad con el uso de Tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019. La investigación fue de diseño no experimental transversal para el recojo de la información se escogió una población muestral de 13 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 53.85% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 61.54% son de género masculino. El 46.15% tienen estudios secundarios. El 46.15% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 69.23% tienen entre 1 a 5 colaboradores. El 46.15% no conocen del término gestión de calidad. El 53.85% aplican la lluvia de ideas. El 53.85% miden el rendimiento del personal a través de la observación y el 46.15% mediante la evaluación. El 53.85% no conocen el significado de las TIC. El 84.62% no cuentan con una computadora en la empresa. El 61.54% no hacen uso del internet para ejecutar sus compras. El 61.54% no utilizan ninguna red social. El 46.15% siempre hacen uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa. Conclusión: La mayoría de las Micro y pequeñas empresas no aplican Gestión de calidad con el uso de las

TIC, puesto que solo se limitan a usar el teléfono para coordinar los asuntos de su empresa.

Para (Moreno & Olivares, 2019) en su investigación *“Influencia De La Calidad De Servicio En Las Ventas De La Empresa Distribuidora Abdiel S.A.C. Trujillo - 2018”*. Esta investigación tuvo como propósito determinar de qué manera influye la Calidad de Servicio en las Ventas de la empresa Distribuidora Abdiel S.A.C. Trujillo. Para ellos se usó una metodología descriptiva, se describió las dimensiones de las variables y aplicó dos cuestionarios validados, presentando a la población de Trujillo como clientes activos de esta empresa. Una vez obtenida la información, se procesaron los datos mediante el SPSS para ofrecer análisis estadístico descriptivo de la información obtenida. Los resultados, denotaron que el nivel de influencia que existe entre la Calidad de servicio sobre las Ventas de la empresa Distribuidora Abdiel S.A.C es significativa (coeficiente de correlación 0.863), dado que el fortalecimiento de uno va a indicar una mejora considerable en el otro, por lo que se concluye que la Calidad de servicio influye en las Ventas lo cual permite tomar la mejor decisión para el correcto desarrollo de la empresa abriéndose camino al éxito.

Según (Rojas & Sánchez, 2019) nos comenta en su investigación *“Niveles De Satisfacción Del Cliente De La Empresa Mapfre-Cajamarca 2018 Bajo Los Modelos Servqual Y De Kotler Y Keller”* el estudio para determinar los niveles de satisfacción del cliente de Mapfre – Cajamarca 2018, los instrumentos que se utilizaron fueron dos hojas censales una para medir la satisfacción del cliente bajo el modelo servqual, que consta de 19 preguntas y la otra para medir la satisfacción del cliente bajo el modelo de Kotler y Keller

con 12 preguntas, se aplicó a los 80 clientes TREC de Mapfre Cajamarca, el diseño y metodología aplicada fue no experimental - transversal. El diseño fue no experimental ya que la variable no fue manipulada, únicamente se observaron los fenómenos tal como se dieron en su contexto natural y luego fueron analizadas. El diseño fue transversal porque los individuos de este estudio fueron observados solo una vez a través de la hoja censal realizada. Los resultados obtenidos luego de la interpretación de las hojas censales según el Alfa de Cronbach que se obtuvo con una fiabilidad de 0.855 del instrumento el cual denota un nivel alto de precisión, se observó que tanto la satisfacción del cliente, es buena en la empresa, esto se demuestra con los resultados ya que existe un alto grado de satisfacción de los clientes, pero aún existen clientes insatisfechos. La conclusión a la que se llegó es que se debe tomar en cuenta que todo cliente satisfecho en cualquier organización es de vital importancia ya que esto traerá como resultado una fidelización del cliente hacia la compañía y por consiguiente se generará un vínculo cada vez más amplio y fuerte.

Para (Valderrama, 2015) En Su Investigación *“Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Mypes Del Sector Comercio – Rubro Venta De Calzado Para Damas Del Distrito El Porvenir, Año 2014”* nos comenta en La presente tesis pretende dar a conocer sobre gestión de calidad y competitividad de las Mypes, dos puntos muy importantes en las cuales los micros y pequeñas empresas deben trabajar a fin de contribuir al acceso de nuevos mercados. El siguiente trabajo de investigación lleva como título *“Gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014”*, como sabemos las Mypes son

consideras parte de la economía de nuestro país, así como también se ven enmarcadas por el alto nivel de competitividad del mismo sector o rubro. El objetivo general de dicha investigación es Describir las principales características de gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el Porvenir, año 2014; la investigación fue de manera descriptiva con una muestra de 15 Mypes a las cuales se les aplico a sus representante un cuestionario de 14 preguntas, obteniendo las siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las Mypes, el 42.86% de los representantes tienen la edad entre 50 y 60 años, contando con estudios secundarios el 53.3%; El 60% de estas organizaciones realizan sus actividades más de 10 años a pesar de alta competitividad, teniendo una demanda del 66.7% en calzado para dama y el 33.3% para caballero. Por ultimo con respecto a las variables gestión de calidad y competitividad se obtuvo lo siguiente, el 46.7% de los representantes encuestados dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad como requisito de compra. Teniendo que el 40% de los microempresarios determinan su calidad atreves de su materia prima que utilizan. Con 66.7% de estas empresas se consideran competitivas y un 33.3% no por la falta de maquinaria importada, dándose a conocer como empresas mediante afiches con un 60%..Por lo que se concluye que es importante la calidad de los productos que se ofrecen y una forma de subsistir en el mercado retroalimentado sus puntos débiles que como organización presentan.

En su investigación (Ayambo, 2017) *“Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente En Las Mypes Del Sector Servicio, Colegios Particulares, En El Distrito De Calleria, Año 2017”* nos comenta que se ha

realizado con el fin de determinar la relación que existe entre Gestión de calidad y formalización de las MYPEs del sector comercio – rubro confección de ropa deportiva en el distrito de Satipo de la región Junín, periodo 2015”, en este estudio se aplicó una metodología de tipo correlacional y de diseño ex post facto, para ello se tuvo como muestra a 14 MYPEs, a quienes se les encuestó, obteniendo los siguientes resultados: 71.4% de los emprendedores respondieron que definen un objetivo concreto de organización, el 35.71% emplea como herramienta de gestión el plan de negocio, 35.71% plan estratégico, 14.29% reglamento interno, 7.14% programación y 7.14% hace uso de herramientas de gestión. El 14.29% no aplica tipologías de gestión, el 7.14% auditoría externa, 7.14% auditoría interna y el 50% control interno. En cuanto al tipo de planeación que se adapta a las necesidades de la empresa se tiene que el 71.4% utiliza planeación estratégica, 21.4% planeación táctica y el 7.1% planeación administrativa. El 35.7% de las empresas aplican como principio fundamental de planeación empresarial la racionalidad, el 71.4% eligió como principio organizacional a la especialización y división del trabajo. La estructura organizacional que adoptó la empresa es la funcional y la división por mercado, ambas en un 42.9%, el proceso de organización le ha permitido a la empresa obtener diversas ventajas. Del mismo modo la política de inversión y la de precios han sido las políticas que trabaja la empresa ambas en 64.3% y 28.6% respectivamente. La mayoría de las empresas conoce los pasos de la formalización y considera que tiene ventajas, también conoce que la informalidad trae consigo limitaciones para competir en el mercado. Finalmente se concluye que la gestión de calidad en las MYPEs es un requisito

importante para competir, del mismo modo la formalización trae ventajas para las empresas que les permite competir en mejores condiciones.

Según (Ocampos & Valencia, 2017). En su investigación “*Gestión Administrativa Y La Calidad De Servicio Al Usuario, En La Red Asistencial Essalud-Tumbes*” Su investigación tiene como propósito determinar la relación entre la Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la Red Asistencial ESSALUD-Tumbes, con un diseño de investigación descriptivo correlacional, una población de 39 trabajadores utilizando como un instrumento de recolección de datos la encuesta, concluyo que La dimensión dirección de la variable Gestión Administrativa tuvo una correlación directa moderada con la Calidad de Servicio ($R = +0,510$) desde la perspectiva del trabajador administrativo de la Red Asistencial Es Salud Tumbes, 2016.

Asismo (Ruiz, 2017). En su investigación “*Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II , Tarapoto , San Martin – 2016*”. Su investigación tiene como propósito Conocer la relación entre el grado de calidad de los procesos de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el hospital Es Salud II - Tarapoto 2016. Se desarrolló una investigación no experimental, con un diseño de estudio descriptivo correlacional, siendo el instrumento aplicado para ambas variables una encuesta a 377 usuarios de los servicios de Es Salud Tarapoto. Tuvo como resultado que en cuanto a la calidad de atención en el hospital EsSalud II vemos que el 67% de los encuestados nos manifestaron que se encuentra en un nivel regular, mientras que solo un 33% nos responde

que se encuentra en un nivel bueno, en cuanto a los resultados obtenidos por el nivel de satisfacción del usuario externos del Hospital II es salud, vemos que el 76% de los encuestados nos manifestaron que se encuentra en un nivel bajo, mientras que el 24% se encuentra en un nivel regular, por lo que esta investigación concluyó que existe una relación directa entre la calidad de atención al cliente y la satisfacción del usuario externo dando como resultado un coeficiente de correlación de 0.255, y un nivel de significancia de 0.000 esto es menor que 0.05 lo cual nos indica que existe una relación directa y significativa y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

Y (Armada, 2015). En su investigación *“La Satisfacción del Usuario como Indicador de Calidad en el Servicio Municipal de Deportes. Percepción, Análisis y Evolución”*. Tiene como propósito Valorar la evolución de la satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Cartagena. Tiene un diseño selectiva, como instrumento cuestionario de 42 items, formada por 677 usuarios de un total de 17 centros deportivos que gestiona de manera directa el Ayuntamiento de Cartagena. Concluyo que Conocer la satisfacción de las personas que usan las instalaciones deportivas es un elemento esencial para cumplir con la máxima de los servicios deportivos municipales que no es otra que aportar valor a la calidad de vida de los ciudadanos

Según (Herrera, 2015). En su investigación *“Diseño de un sistema de gestion de la calidad para una microempresa”*. En su investigación tiene como propósito Mejorar el funcionamiento interno e incrementar las ventas de la empresa Refaccionaria Mastermotor, a través de la implantación de un sistema de gestión de la calidad con base en la norma ISO 9001:2000. Tiene

un diseño de recolección y análisis de datos, técnica documental y de campo. Concluyo que que el descenso de ventas que presenta la microempresa comercial Refaccionaria Mastermotor, así como las deficiencias en el funcionamiento, se encuentran ligados a factores internos y externos que la impactan negativamente, tales como: utilización de una administración empírica, aumento de la competencia y falta de adaptación al cambio.

Y por ultimo (Condezo & Esteban, 2018). En su investigación *Factores de atención al cliente y el marketing de servicios en el banco de credito del peru, distrito de yanacancha, pasco, 2017*. Tiene como propósito Identificar los factores de atención al cliente en ventanilla y plataforma para contribuir al marketing de servicio en el BCP del distrito de Yanacancha Pasco, 2017. Su diseño tipo mixto, no experimental. Concluyo que Considerando la prueba de tesis general se concluye que los factores de atención al cliente en ventanilla y plataforma contribuyen de manera directa y significativa al marketing de servicios en la empresa BCP del distrito de Yanacancha Pasco. Considerando la prueba de hipótesis especifica uno, se concluye, que los factores de la atención al cliente como: la dependencia del superior para autorizaciones, la atención personalizada, las referencias y satisfacción del cliente; intervienen de forma directa en el servicio al cliente del Banco de Crédito del Perú (BCP), del distrito de Yanacancha Pasco.

2.2 BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES

GESTION DE CALIDAD

DEFINICIÓN

Según (Mathis & Berri, 1955) La nueva revolución tecnológica, representada por el invento de nuevos materiales, la microelectrónica, la biotecnología y la

cibernética, trajo consigo un cambio de concebir la calidad del producto en todas sus fases de transformación. Además, Senlle (2001), Manifestó que aborda más ampliamente esta definición cuando expresa que “Gestionar es un término de origen latino que significa llevar a la práctica una serie de diligencias y acciones relativas a la administración de los recursos técnicos, económicos y humanos, con la finalidad de hacer cumplir los objetivos prefijados en la organización y lograr los resultados esperados”. Por consiguiente, Doctorado Venezuela (2017). Manifestó que gestión de calidad es una ciencia porque tiene principios, conceptos, definiciones que la hacen diferente a la hora de estudiarla. Es preciso entonces conocer los hombres que en el mundo han estudiado y trabajado esta ciencia con el fin de gestionar la calidad dentro de las empresas, estudiar sus filosofías y llegar a conclusiones de cómo la calidad debe ser aplicada en cada país, dentro de las diferentes ramas.

CARACTERISTICAS

(Clientelandia, 2015) describe las siguientes características:

- Detectar un error o la necesidad de una mejora
- Comprobar dicha necesidad de cambio
- Identificar aquellos ejes que intervienen el error o lo que hay que modificar.
- Diagnosticar los posibles motivos.
- Buscar las posibles soluciones.
- Comprobar que las soluciones que se proponen sean efectivas.
- Reconocer quienes son sus clientes (público objetivo)
- Aprender a escuchar a sus clientes

- Ayudarles a identificar sus gustos y poder satisfacer esas necesidades (conocer sus intereses, gusto, ciclo de vida de cada cliente, tipo de compra, tipo de cliente, etc.)

VENTAJAS

Según (Escuela Europea de Management, 2016) describe las siguientes ventajas:

1. **Mejora de la satisfacción del cliente.** Los sistemas de gestión de calidad posibilitan que el proceso productivo esté enfocado tanto en las necesidades de los consumidores como en los parámetros de la empresa, permitiendo integrar las demandas del cliente en el producto o servicio final, lo que permitirá que tenga acceso a una mejor oferta y esté más satisfecho.
2. **Homogeneización de los productos o servicios.** Gracias al sistema de gestión de calidad, la organización no solo conseguirá resultados de mayor calidad, sino que también obtendrá una producción uniforme y estable, al aplicar durante el proceso unas pautas estandarizadas.
3. **Aumento de la eficiencia y reducción de costes.** Debido a que el sistema de gestión de calidad establece cuál es el procedimiento óptimo para crear un producto o servicio, la organización podrá eliminar los pasos innecesarios, desarrollar una gestión del tiempo más eficiente, detectar las áreas de mejora y reducir los fallos o errores en la fabricación del producto o prestación del servicio, consiguiendo una mayor eficiencia y el ahorro en costes innecesarios.

4. **Incremento de la rentabilidad económica.** Si la empresa logra la satisfacción del cliente con el menor coste posible, la consecuencia es que aumentará las ventas y reducirá gastos, repercutiendo directamente en el balance financiero de la compañía.
5. **Potenciación de la imagen positiva de la empresa.** El hecho de contar con un sistema de gestión de calidad va a favorecer que mejore la reputación de la marca en el mercado, tanto entre los consumidores actuales –que podrán acceder a productos y servicios de alto valor- como en los potenciales clientes –quienes oirán hablar del buen trabajo que desarrolla la empresa-.
6. **Impulso de la motivación de los trabajadores.** Integrar a los empleados en el análisis de los procesos, para estudiar los aspectos mejorables, hará que se sientan más implicados con los objetivos de la empresa. Además, al conocer en todo momento cómo deben llevar a cabo el trabajo y que se espera de ellos, permitirá conseguir los resultados esperados, incrementando su satisfacción.
7. **Crecimiento de la coordinación interdepartamental.** Dado que cada área o equipo de trabajo es consciente de su papel dentro del proceso, la interacción entre los diferentes departamentos se agiliza y simplifica, mejorando la producción final de la organización.

DESVENTAJAS

(Velardo, 2016) enumero las siguientes:

1. Se requiere de gran esfuerzo y tiempo para lograr el objetivo;
2. El sistema origina cierta burocracia;
3. Se necesitan suficientes recursos;
4. Genera extensa documentación.

IMPORTANCIA

La gestión de la calidad “Es un principio de negocio que garantiza la excelencia en los productos, servicios y procesos internos de una empresa. Las empresas que implementan programas de gestión de calidad usan la información de ellos para identificar debilidades, fallas, áreas de mejora y fortalezas. Esto le da a la empresa la capacidad de establecer normas, hacer ajustes cuando sea necesario y ofrecer un mayor valor global a su base de clientes”. (Riqueme, 2017)

PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Para (Perez, 2010) considera conveniente los siguientes principios :

Principio No. 1. Enfoque al Cliente: Las organizaciones, dependen de sus clientes, y por eso debe de entender las necesidades presentes y futuras de los mismos. Deben de adaptarse a las necesidades e incluso sobrepasar las expectativas de los consumidores.

Principio No. 2. Liderazgo: Los líderes, establecen la unidad de propósito y dirección de la organización. Ellos pueden crear y mantener el desarrollo interno en el que los integrantes de la organización, se vean totalmente involucrados en alcanzar los objetivos de la organización, tales como: Desarrollar y entender las necesidades y expectativas de los consumidores.

Principio No. 3. Participación del personal: La gente, a todos los niveles, son la esencia de la organización, y su total compromiso, permite que sus habilidades, sean usadas en beneficio de la organización.

Principio No. 4. Enfoque basado en Procesos: Un resultado deseado, se alcanza con más eficiencia cuando sus actividades y recursos relacionados, son manejados como procesos.

Principio No. 5. Enfoque de Sistemas para la Gestión: Identificando, entendiendo y gestionando - dirigiendo, previendo o, actuando - los procesos interrelacionados como un sistema, se contribuye a la efectividad de la organización y a la eficiencia en el logro de sus objetivos

Principio No. 6. Mejora Continua: La continua mejora de la capacidad y resultados de la organización, debe ser el objetivo permanente de la organización.

Principio No. 7. Enfoque basado en hechos para la Toma de Decisiones: La toma de decisiones está basada en el análisis de los datos y la información. Una toma de decisiones acertada, se basa en la frialdad y objetividad de los datos, más que en intuiciones, deseos y esperanzas.

Principio No. 8. Relaciones mutuamente provechosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores, son interdependientes ya que se benefician mutuamente, aumentando la capacidad de ambas partes para crear riqueza.

CALIDAD DE SERVICIO EN LA GESTIÓN DE CALIDAD

Para (Marín, Peña, & Gómez, 2010) describió los siguientes:

1. Un indicador: Es la expresión (una serie de números, símbolos o palabras) utilizada para describir actividades (sucesos, objetos, personas) en términos cuantitativos y cualitativos, para evaluar dichas actividades, y el método utilizado.

Hay distintos tipos de indicadores, pero los indicadores fundamentales, en cualquier faceta del trabajo documental, son los indicadores de rendimiento. Los indicadores de rendimiento son números, símbolos o letras, derivados de estadísticas y datos de la biblioteca o centro, y utilizados para evaluar el rendimiento de la misma. Incluye tanto recuentos simples como relaciones entre recuentos, siempre que se utilicen en la caracterización del rendimiento de una biblioteca o centro.

2. El rendimiento: Se define como el grado de eficacia en la prestación de servicios y eficiencia en la asignación y utilización de recursos para proporcionar esos servicios. El objetivo principal de la utilización de

indicadores de rendimiento es el autodiagnóstico. Los indicadores deben tener un objetivo explícito, formulado en función de los servicios, actividades o aspectos a evaluar.

3. Los indicadores: Deben tener un único nombre que resulte descriptivo. La norma ISO 11.620 (UNE 50-137) establece indicadores de rendimiento de servicios bibliotecarios aplicables a los servicios de documentación. Establece indicadores aplicables al uso y disponibilidad del centro; al proceso técnico; al uso y disponibilidad de los materiales; al acceso a los materiales; al análisis de la colección; a la sección de referencia; y, finalmente, indicadores referentes a los costes. La segunda parte de la Norma UNE 50-137 trata cada uno de estos indicadores. De cada uno de ellos ofrece: Objetivo, campo de aplicación, definición del indicador, método, interpretación y fuentes. Los indicadores que incluye la Norma son los que se han considerado más útiles en general ya que existen muchos tipos diferentes de centros de documentación y bibliotecas, con características distintas y con diferentes tipos de usuarios.

NORMAS ISO 9001

Según (Vega, 2017):

La norma ISO 9001 es la que establece los requisitos que una empresa debe cumplir para tener un correcto sistema de gestión de la calidad instaurado en su sistema productivo. Es complementaria a otros tipos de normas como puede ser la norma ISO 14001 de gestión ambiental.

La certificación en la norma ISO, pone el foco en el cliente. El cliente y su satisfacción están en el centro del negocio.

La determinación e implantación de un sistema de gestión de calidad de acuerdo con la norma 9001, depende de cuestiones como los objetivos que la propia empresa tenga, los productos o servicios

derivados de su producción o los requisitos establecidos por el propio cliente.

Sus beneficios de la norma ISO 9001: Mayor peso frente a la competencia al contar con un certificado ISO 9001 y saber que sus productos superan unos estándares de calidad; Incremento de la calidad de los productos o servicios que aumentarán el grado de satisfacción de los clientes; Al aplicar técnicas de trabajo más eficaces, se consigue un ahorro de tiempo, dinero y recursos; Minimización del número de errores al tener las técnicas de trabajo mejor definidas e incremento de los beneficios; El sistema de gestión de la calidad ISO 9001 mejora las condiciones de los trabajadores, por lo que se produce un incremento notable en su motivación y nivel de compromiso; La mejora de la calidad y del servicio de atención al cliente derivados de la norma ISO 9001 desemboca en un incremento del número de clientes; El ser una empresa que cuenta con certificación ISO 9001 amplía las oportunidades de negocio.

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

(Gonzalez, 2016) Todas las normas ISO de sistemas de gestión están sujetas a una revisión periódica según sus propias reglas. La revisión de la Norma ISO 9001 se orientó a mantener su relevancia en el mercado actual y futuro, para lo cual definió los siguientes objetivos:

1. Favorecer la integración con otros sistemas de gestión;
2. Proporcionar un enfoque integrado de la gestión organizacional;
3. Reflejar los entornos cada vez más complejos en los que operan

las organizaciones; 4. Mejorar la capacidad de la organización para satisfacer a sus clientes

LIDERAZGO

“Los líderes tienen la responsabilidad de crear y mantener un ambiente interno de armonía en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización, desarrollar y entender las necesidades y expectativas de los clientes, asegurarse de que los objetivos de la organización están enlazados con las necesidades y expectativas de los clientes”. (Chirinos & Infante, 2017).

PLANIFICACIÓN

(Nueva ISO 9001, 2016):

Debemos saber a qué nos referimos cuando hablamos de planificación de la calidad según la norma ISO 9001, por lo que durante este artículo vamos a desarrollar dicho concepto y los requisitos necesarios para llevarlo a cabo. Lo primero que debemos tener claro es que significa la planificación según la norma ISO 9001 por lo que vamos a explicarlo. La organización tiene que establecer, implantar, mantener y mejorar de forma continua su Sistema de Gestión de Calidad, en el que se deben incluir todos los procesos necesarios para ello, así como las interacciones necesarias según los requisitos que establece la norma ISO 9001.

Debemos tener en cuenta los procesos que se realizan en la organización, ya que ésta debe identificar y determinar todos los procesos que sean necesarios para desarrollar las actividades que

lleva a cabo definiendo todos los criterios y métodos para realizar su ejecución y controlar su eficacia, además de las medidas, análisis y mejora continua. Para poder realizar una planificación primero debemos identificar todos los procesos de la organización, ya sean internos o externos, además de las interacciones que existen entre ellos. Para ellos se suelen utilizar los mapas de procesos

APOYO

“Este capítulo podemos enmarcarlo dentro de la parte del HACER dentro del ciclo PHVA. Ya hemos planificado todo lo que debíamos, como veíamos en post anteriores, ahora toca empezar a hacer. Nos habla de: 1. Recursos; 2. Competencia; 3. Toma de conciencia; 4. Comunicación; 5. Información documentada”. (IMNC, 2008)

OPERACIÓN

(Merino, 2016) nos dice que:

Esta cláusula es la que aborda las principales actividades del negocio de la organización que está implantando el SGC, y, además, los requisitos relacionados con la planificación y control operacional. Esta sección en la cual encontraremos requisitos más específicos relacionados con el SGC.

Aunque estos requisitos son similares a los descritos en ISO 9001:2008 Cláusula 7.1 Planificación de la Realización de Producto, ahora se tiene un mayor énfasis en el control de los procesos. Se introduce un requisito para establecer Criterios para los Procesos y para implantar controles de acuerdo a dichos Criterios. El énfasis es en controlar los procesos, así las organizaciones necesitan demostrar que han planificado e implantado el adecuado criterio para los procesos: Entradas, salidas, recursos, controles, criterios, medición de procesos, indicadores, etcétera.

Las organizaciones necesitan demostrar que han identificado el criterio para el control de los procesos y que esos controles están implantados tal como

se planearon. Los procesos involucrados no son solo aquellos considerados como necesarios para la conformidad de los productos y/o servicios, sino también aquellos requeridos para implantar cualquier acción necesaria para abordar los riesgos y oportunidades identificados.

Se requiere que las organizaciones no solo controlen los cambios planeados a los procesos (Y a los controles de proceso) sino también a los cambios no planeados o no intencionados. Cuando este tipo de cambios se presente, la organización tiene que demostrar que identificó cualquier efecto adverso, ya sea actual o potencial, y tomar acción para mitigarlo.

Se requiere que la organización mantenga la información documentada necesaria para demostrar que sus procesos se han llevado a cabo como estaba previsto y que los productos y/o servicios cumplen con los requisitos. Esto incluye información sobre los cambios planificados, los efectos adversos y las medidas adoptadas para hacerles frente.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

“En este apartado se nos ofrecen requisitos para analizar y evaluar los datos obtenidos en los dos apartados anteriores. En definitiva, la pregunta que deberemos saber responder es: ¿Para qué utilizamos los datos de mediciones y de satisfacción de clientes? Para ello deberíamos atender a un cuestionario sobre los datos obtenidos en nuestro proceso de seguimiento y medición”.

(Muñiz Fernández et al., 1994)

MEJORA

(Nueva ISO 9001, 2018):

La empresa tiene que mejorar de forma continua la idoneidad, adecuación y eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad según la norma ISO 9001:2015.

La empresa tiene que considerar todos los resultados del análisis y la evaluación, además de la revisión por parte de la dirección. Se tiene que determinar si existen necesidades y oportunidades que tienen que considerarse como parte de la mejora continua.

La empresa tiene que establecer las acciones necesarias para identificar las áreas de su organización que tienen un bajo rendimiento y oportunidades, además de utilizar herramientas y metodologías necesarias para investigar las causas de ese bajo rendimiento y como apoyo para realizar la mejora continua.

La mejora continua es el resultado del desempeño que realice la organización con su Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015.

ATENCION AL CLIENTE

DEFINICIÓN

Según (Rodríguez & Jiménez, 2008) “Considera que es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”.

Además, considerando que el concepto de Atención al Cliente a aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores. (Pérez 2017)

Según el autor (Serna, 2015) define que: “El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”.

CARACTERISTICAS

(Violante, 2015) enumeró las siguientes:

1. Ser honesto: a las personas les gusta saber qué ocurre con tu producto y saber exactamente lo que compran. No trates de exagerar sus características para

vender más, solo lograrás desilusionar a las personas que ya te compraron y jamás volverán a acercársete. 2. Cumplir: va de la mano con el punto anterior y se refiere a que lo mínimo que tu producto o servicio debe hacer es cumplir con lo que has prometido. Si dices que tu aparato es capaz de hacer café en siete minutos con 30 segundos, debe lograrlo en ese tiempo, ni un segundo más. 3. Ser transparente: nunca hay que tratar de “marear” al usuario. Cuanto más directos y abiertos sean los procesos y tu trato con él, más satisfecho quedará. 4. Ser predecible: esto no quiere decir no ser innovador. Se refiere a que entregues la calidad de servicio o producto la forma que has acostumbrado. Si cada martes envías un newsletter a tus usuarios, debes cumplir sin faltas. 5. Honrar tu palabra: si tienes que hacer una devolución o cambiar un producto porque el primero que vendiste salió defectuoso, hazlo. No trates de faltar a tus garantías porque por ahorrarte unos cuantos pesos podrías perder a un cliente de toda la vida. 6. Tener un producto de alta calidad: parece muy obvio, pero no siempre se cumple. La mejor manera de tener clientes fieles, es ofrecer un producto que se destaque por sí mismo por su calidad y que esté centrado en la satisfacción del cliente.

VENTAJAS

Para (Gomes, 2016) describió las siguientes:

1. Fidelidad y lealtad: Ante una marca que responde a sus clientes con bienes y servicios de calidad.
2. Venta cruzada: Ya que la buena experiencia de un cliente supone abrir la puerta a la venta de otros productos o servicios.
3. Referencias: El boca-a-boca genera una publicidad excelente y gratuita para las empresas que ofrecen un buen servicio y atención a sus clientes.
4. Mejora la motivación y ambiente de trabajo: Ya que una mala atención al cliente “quema” a los empleados, al exponer a estos a las continuas quejas y broncas de clientes insatisfechos.
5. Mejora de la productividad: Ya que el tiempo empleado en gestionar quejas y devoluciones, por la mala atención, drena recursos de la empresa que pudieran destinarse en otras áreas.
6. Incremento de la rentabilidad: Ya que los clientes serán más proclives a pagar mayores precios, si son atendidos correctamente y no se les hace perder el tiempo en colas o en esperas al teléfono.

7. Incremento de las ventas: Al incrementar la frecuencia y repetición de los clientes de la empresa.
8. Se reducen los gastos en marketing: ya que las empresas que ofrecen una deficiente atención a sus clientes se ven necesitadas de realizar mayores gastos en publicidad y relaciones públicas, para así reponer los clientes que pierden constantemente y contrastar el boca-a-boca negativo.
9. Mejora de la imagen y reputación de la empresa.
10. Obtención de una ventaja competitiva respecto a los competidores, ya que los clientes percibirán la enorme diferencia entre ser bien atendidos y la deficiente atención que proporcionan otras empresas.

DESVENTAJAS

1. Aumentan las quejas y reclamos.
2. Alto coste administrativo
3. Mercado exigente en cuanto al servicio al cliente.
4. Alta rotación del personal.
5. Poco sentido de pertenencia al servicio que está brindando a los operadores. (Gomes, 2016)

IMPORTANCIA

Si a ello le sumamos el hecho de que la competencia cada vez es mayor y los productos ofertados en el mercado se equiparan cada vez más en calidad y en precio, es posible afirmar que hoy en día es fundamental brindar un buen servicio al cliente si queremos mantenernos competitivos en el mercado. Debemos evitar que el cliente sea mal atendido, y así que deje de visitarnos o pueda llegar a hablar mal de nosotros, y más bien procurar que reciba un buen servicio al cliente, y así lograr su fidelización, tener buenas posibilidades de que nos recomiende con otros consumidores, y poder diferenciarnos o destacar ante los demás competidores. (A. Ramos, 2015)

TIPO DE ATENCION AL CLIENTE

Según el autor (Peralta, 2018) las clases de atención al cliente son:

1. **Atención presencial:** En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.
2. **Atención telefónica:** Este tipo de atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial.
3. **Atención virtual:** Con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, la premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico, etc.

Si piensa en la intención que puede existir en el contacto con el cliente, puede distinguirse:

- **Atención proactiva:** Cuando buscamos crear necesidades en el cliente y motivar la compra de nuestro producto o servicio, contactamos directamente, sin esperar a que él lo haga. Exige una alta tolerancia a la frustración, ya que debemos tener una actitud positiva hacia el rechazo.
- **Atención reactiva:** En cambio, cuando el sentido del contacto entre las partes se da del cliente hacia nosotros, simplemente estamos dando respuesta a la demanda, sin tratar de despertar, de entrada, necesidad alguna en el cliente.

Por último, si pensamos en el papel que juega la persona en la compra, también tenemos diferentes tipos de atención al cliente:

- **Atención directa:** Cuando el interlocutor es la persona que expresa la necesidad y además es el que decide acerca de la compra, se trata de una atención directa, sin intermediarios. Dado que los roles se concentran en una única persona, toda nuestra energía se dirige también a un único interlocutor.
- **Atención indirecta:** Por contra, cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final en la compra, podemos hablar de una atención indirecta. Es importante identificar cada uno de los roles para satisfacer las necesidades de todos los actores que intervienen en la transacción.

CARACTERISTICAS

Para (Divulgacion Dinamica, 2017) enumero las siguientes:

1. **La importancia de la imagen personal:** Cuando el individuo se presenta ante nosotros podemos observar, en su indumentaria, cuidado facial y capilar, y en su gestualidad la importancia que le da a la imagen personal y hasta qué punto se preocupa por ella.
2. **Su posicionamiento en la sociedad:** Las firmas que lleve, el estilo que adquiera, más vanguardista o más clásico, nos va a aportar el posicionamiento social de la persona, en relación a su profesión, a las marcas que use y a la estética que adopte.
3. **Su personalidad:** Si la persona tiene una actitud positiva ante la vida, o extrovertida, lo veremos, por ejemplo, en la elección de color que haga de cara a seleccionar sus total looks o sus accesorios. Si de lo contrario, nos encontramos ante alguien tímido, reservado, que se toma demasiado en serio, o cuyo carácter es introvertido, observaremos que sus elecciones son más planas y neutras: para no llamar la atención.
4. **Su estilo de vida:** Por ejemplo, si una persona lleva un estilo de vida muy sedentario, generalmente no le dará mucha importancia al aspecto que luzca su ropa y será frecuente verla con looks más informales o

descuidados o con prendas muy arrugadas. Sin embargo, una persona muy activa, cuidará su imagen personal más o menos pero siempre ofrecerá una versión si mismo más dinámica, y esto se reflejará en aquello que lleve.

5. **Su edad y la aceptación que tenga de sí mismo:** En relación a la imagen que se adopte, las personas tienen a proyectar una edad, mayor o menor, y en general y de forma proporcionalmente vinculada, la aceptación que de ésta tienen.
6. **Su grado de exposición en la red:** En la medida en la que veamos la importancia que le da a sus dispositivos móviles en relación a sí mismo y al estilo de vida que adopta.
7. **Sus complejos:** En la medida en la que siempre intente tapar las cosas que no le gustan de su persona, convirtiendo a veces estos puntos negativos en auténticas obsesiones que llegan a tener un efecto contraproducente ya que, en muchos casos, se consigue focalizar la atención en aquello que se intenta ocultar con ahínco.
8. **La necesidad de complicidad social que requiere la persona:** En la medida en la que requiera que constantemente estén refutando o avalando su estilo o su imagen, preguntando e interesándose siempre por ello, o, todo lo contrario, sintiéndose profundamente afectados y mostrándose tremendamente sensibles ante cualquier pequeño comentario u objeto de crítica que algún aspecto de su imagen personal pueda generar.
9. **La seguridad que de sí misma tenga la persona** Esto se aprecia tanto en su actitud ante la vida, con sus movimientos, su paso al caminar o sencillamente el tono conversacional y el grado de mirada que emplee en sus distintas interacciones sociales. Además de en la elección de prendas de vestir, colores, la disposición del cabello: si tapa su rostro o no etc.

10. **Autoconocimiento que el ser humano tiene de sí mismo:** En relación a su cuerpo, su silueta, sus puntos fuertes y débiles, y los aspectos que resalte, esconda o acentúe.
11. **Su gusto estético:** Puede ser dependiente o independiente, en relación a si coincide con las tendencias que marca la sociedad y por lo tanto con los gustos de una colectividad o si, de lo contrario es totalmente opuesto a los usos socialmente aceptados y se desarrolla de una forma original y distintiva.
12. **Comportamiento y comunicación y la importancia que a estos elementos le da la persona:** En relación a su educación y su nivel de exposición social. Hay personas para las que es inadmisibile presentarse en público con el cabello sucio o los zapatos machados, hay otras que no. Esta actitud en relación a la imagen personal nos habla del comportamiento social del individuo y sus dotes de comunicación: cómo las emplea, qué importancia le da o que mensaje quiere transmitir con su estética, comportamiento o gestualidad.
13. **El sentido del protocolo y la corrección que la persona posee:** En relación a si es consecuente con lo que socialmente se espera de ella en su participación en distintos ámbitos de la vida social de los que en un momento u otro ha de formar parte.

EMPATIA

La empatía, dijimos, es: “La capacidad de entender los pensamientos y emociones ajenas, de ponerse en el lugar de las demás y compartir sus sentimientos. No es necesario pasar por iguales vivencias para interpretar mejor a los que nos rodean, sino ser capaces de captar los mensajes verbales y no verbales que la otra persona quiere transmitir y hacer que se sienta

comprendida. La empatía debe tenerse en cuenta en la atención al cliente. Es una herramienta trascendental para conocer las expectativas e impresiones del público y, consecuentemente, actuar en forma asertiva y oportuna. (Pérez, 2017)

SATISFACCION DE SERVICIO

(Feigenbaum, 2016) afirma:

Una definición del concepto de "**Satisfacción del cliente**" es posible encontrarla en la norma *ISO 9000:2005 "Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario"*, que la define como la "*percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos*", aclarando además un aspecto muy importante sobre las **quejas de los clientes**: su **existencia** es un claro indicador de una **baja satisfacción**, pero su **ausencia** no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

2.2.1 MYPES (LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES)

CARACTERISTICA	MICRO	PEQUENA
N° trabajadores	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
Niveles de ventas anuales	Anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)	A partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT
Indemnización por despido arbitrario	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un tope máximo de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con un máximo de 120 remuneraciones diarias.
Beneficios	1.Remuneración Mínima Vital.	1. Remuneración mínima vital.
	2.Jornada máxima.	2. Jornada máxima.
	3.Descanso semanal.	3. Descanso semanal.
	4.Trabajo en sobretiempo.	4. Feriados.
	5.Feriados.	5. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.
	Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.	6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias.
		7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad. Equivalentes a ½ remuneración cada una.
		8. SCTR a cargo de empleador.
		9. Seguro de vida a cargo del empleador.
		10. Derecho Colectivo.
Seguro Complementario de trabajo de riesgo	No	Si

III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1 TIPO DE INVESTIGACION

El estudio fue de tipo descriptivo, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

4.2 NIVEL DE INVESTIGACION

La investigación fue de nivel cuantitativo, porque confirma la obtención de datos sin manipularlos. (Bernal, 2010).

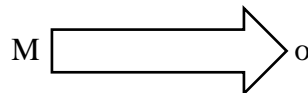
4.3 DISEÑO DE INVESTIGACION

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. (Bernal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.

Donde:

M= Muestra conformada por los gerentes y clientes de los hoteles.

O= Observación de las variables: Gestión de Calidad y atención al cliente.



4.4 DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala valorativa
GESTIÓN DE CALIDAD	Según Ishikawa (1988). Considero que la calidad es aquella que cumple los requisitos de los consumidores e incluye el costo entre estos requisitos.	Se pretendera determinar, describir las características de la gestión de calidad de las mYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas	Contexto de la organización	COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO	1,2	E s c a l a d e l i k e r t
				COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS	3,4	
				DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD	5,6,7,8	
				SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS	9,10,11	
			Liderazgo	LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL	12,13,14	
				POLITICA	15,16,17	
			Planificación	ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES	18,19,	
				OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS	20,21	
				PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS	22	
			Apoyo	RECURSOS	23	
				COMPETENCIA	24,25,26	
				TOMA DE CONCIENCIA	27	
				COMUNICACIÓN	28	
				INFORMACION DOCUMENTADA	29,30,31,32	
				PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL	33,34,35,36	
				REQUISITOS PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS	37,38,39,40,41,42,43,44,45,46	
			Operación	DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	47,48,49,50,51,52,53,54,55,56,57,5	
				CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE	64,65,66,67,68,69,70,71,72,73,74,7	
				PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO	5,76,77	
				LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	78,79,80,81,82,83,84,85,86,87,88,8	
				CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES	103,104,105,106	
				SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION	107,108,109,110,111	
				112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120		
			Evaluación del desempeño	AUDITORIA INTERNA	121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128	
				REVISION POR LA DIRECCION	129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137,138, 139, 140, 141	
			Mejora	GENERALIDADES	142	
				NO CONFOMIDAD Y ACCIONES CORRECTIVA	143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150	
MEJORA CONTINUA	151, 152,					

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala valorativa
ATENCIÓN AL CLIENTE	Según el autor HUMBERTO SERNA GÓMEZ (2006) define que: El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos	Se pretendera determinar, describir las características de atención al cliente de las mypes materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas	Empatía e Información oportuna	El grado con el que ayudan a los clientes y brindan información.	¿Los representantes de servicio al cliente han escuchado tu problema atentamente?	O p c i o n m u l t i p l e
					¿Los representantes de nuestro servicio al cliente se han animado a ayudarte?	
					¿Hasta qué punto era el representante de nuestro servicio al cliente bien informado?	
					¿ha quedado clara la información que presenta servicio al cliente?	
			Tiempo de espera en la capacidad de respuesta	La frecuencia de espera de los clientes ante el grado de respuestas	¿Cuánto tiempo has esperado una respuesta por parte de nuestro servicio al cliente?	m u l t i p l e
					¿En cuánto tiempo nuestros representantes de servicio al cliente fueron capaces de ayudarte?	
					¿Qué parte de tus preguntas, han sido resueltas por nuestro servicio al cliente?	
			Satisfacción de servicio o producto	El grado del producto para los clientes	¿Fue nuestro servicio al cliente útil?	m u l t i p l e
					En general, ¿Cómo era tu experiencia de la cooperación con nuestro servicio al cliente?	
					¿si recomendarías nuestro producto o servicio?	

4.5 POBLACION Y MUESTRA

POBLACIÓN

P1: La población para la variable gestión de calidad se considera finita, la misma que está conformada por los gerentes del servicio de hotelería, siendo (7) siete MYPES dedicadas al servicio de hotelería.

P2: La población para la variable atención al cliente se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes del servicio de hotelería.

CUADRO DE PERSONAS INTEGRANTES DE EMPRESA		
Ord.	Razón Social	Gerente
1.	Hotel Zorritos Plaza S.A.C	1
2.	Compañía Hotelera Feriza S.R. L	1
3.	Costa Beach EIRL	1
4.	Nessus Hoteles Perú S. A	1
5.	Hotel Versilia	1
6.	Hotel Costa Azul	2
7.	Hotel María del Mar	2
Elaborado propio del autor		

MUESTRA

M1: Por otra parte; Hernández, Fernández y baptista, (2010) dicen que cuando la población de la variable es finita, entonces se conoce las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable gestión de calidad., se considera $n=N$; por lo tanto, $N=07$ propietarios entonces $n=07$

M2: Por otra parte; Hernández, Fernández y baptista, (2010) dicen que cuando la población de la variable es infinita, entonces se conoce las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable atención al cliente.

Formula

$$n = \frac{Z^2 Pq}{e^2}$$

Donde:

n = Va a ser estudiada.

Z = Considerado (para 90% de confianza $Z=1.645$)

P = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde $q= 1-p$)

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.645^2 (0.50)(1 - 0.50)}{0.10^2}$$

$$n = \frac{2.706025(0.25)}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

4.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE ROCOLECCION DE DATOS

Técnicas:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los centros de servicio rubro hotelería de la ciudad de contralmirante Villar durante el año 2018.

Instrumentos:

Para García, (2002) El cuestionario de la primera variable se aplicó el modelo de las ISO 9001 (instrumento de excelencia para la mejora de la calidad de los productos y servicios); para el cuestionario de la segunda variable son preguntas formuladas, ordenadas de las dimensiones de la variable en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

4.7 PLAN DE ANALISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de las variables Gestión de Calidad y Atención al Clientes, y como serán presentadas, indicando modelos y técnicas estadísticas a usar. Escogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento validado por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especialista.

Para calificar los resultados de la variable Gestión de Calidad y sus dimensiones, se detalló los siguientes índices de calificación: 0.00 al 0.55 se califica como malo; del 0.55 al 0.65 se califica como regular; del 0.64 al 85 se califica como bueno; del 0.85 al 1.00 se califica como excelente

INDICE	CALIFICACION
0.00 – 0.55	Malo
0.55- 0.65	Regular
0.65 – 0.85	Bueno
0.85 – 1.00	Excelente

4.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACION	HIPOTESIS	METODOLOGIA	PROCESAMIENTO DE DATOS
<p>¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p>		<p>TIPO:</p>	
	<p>Determinar la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>		<p>El estudio fue de tipo descriptivo, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010)</p>	
	<p>OBJETIVO ESPECIFICO:</p>		<p>NIVEL:</p>	
	<p>- Conocer el nivel del Contexto de la organización de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>			
	<p>- Conocer el liderazgo en las organizaciones de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>			
	<p>- Identificar el nivel de planificación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>			
	<p>- Establecer si se aplica las herramientas de apoyo de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>		<p>La investigación fue de nivel cuantitativo, porque confirma la obtención de datos sin manipularlos. (Bernal, 2010).</p>	
	<p>- Analizar la operación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>			<p>Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de las variables gestión de calidad y atención al cliente, y como serán presentadas, indicando modelos y técnicas estadísticas a usar. Escogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Lego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especialista.</p>
	<p>- Identificar si se aplica la evaluación de desempeño de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>	<p>Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.</p>		
	<p>- Analizar las condiciones de mejora que tiene las empresas en las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>			
	<p>- Analizar las condiciones que tiene las empresas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>		<p>DISEÑO:</p>	
	<p>- Medir el grado con el que ayudan a los clientes y brindan información en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>		<p>La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. (Benal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.</p>	
	<p>- Determinar La frecuencia de espera de los clientes ante el grado de respuestas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.</p>		<p>POBLACIÓN:</p>	
	<p></p>		<p>P1: La población para la variable gestión de calidad se considera finita, la misma que está conformada por los gerentes del servicio de hotelería, siendo (7) siete MYPES dedicadas al servicio de hotelería.</p>	
	<p></p>		<p>P2: La población para la variable atención al cliente se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes del servicio de hotelería</p>	
	<p></p>			

4.9 PRINCIPIOS ETICOS

Entendiendo a principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta. Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- Accesibilidad: Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- Búsqueda de la verdad: Forman a la mente, con lo que se dice o se siente.
- Coherencia: Relación de una cosa con otras.
- Compromiso: Palabra dada o fe.
- Perseverancia: Firmeza en la consecución de los propósitos.

V. RESULTADOS

5.1 RESULTADOS

RESULTADOS

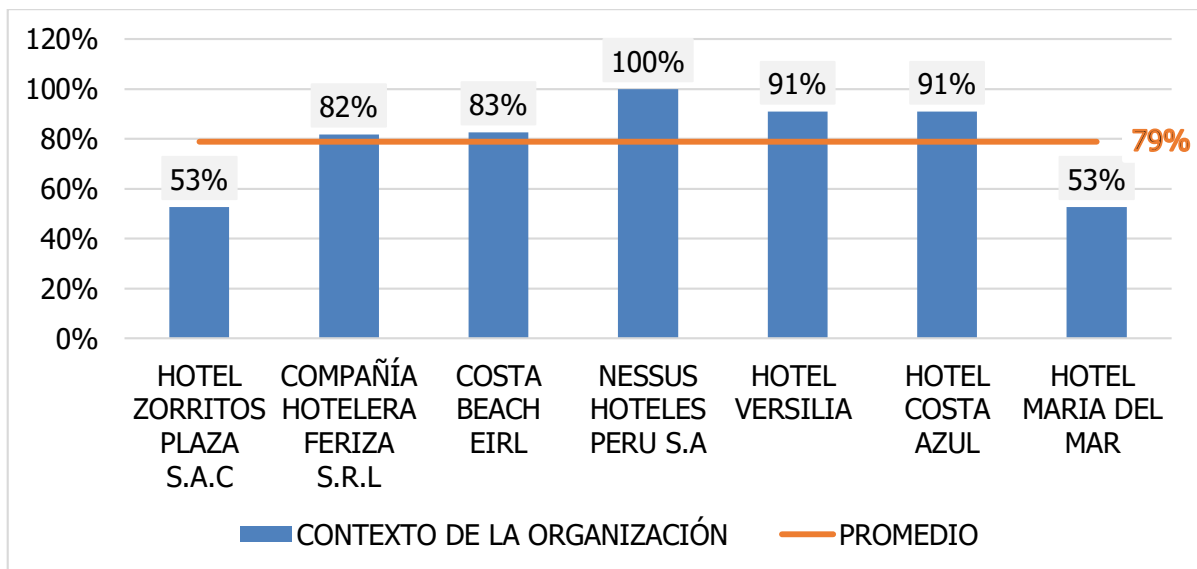
Tabla 1: Dimensión Contexto de la Organización

DIMENSIONES	HOTEL ZORRITOS PLAZA S.A.C	COMPAÑÍA HOTELERA FERIZA S.R.L	COSTA BEACH EIRL	NESSUS HOTELES PERU S.A	HOTEL VERSILIA	HOTEL COSTA AZUL	HOTEL MARIA DEL MAR
CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	53%	82%	83%	100%	91%	91%	53%
PROMEDIO	79%	79%	79%	79%	79%	79%	79%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 1: Dimensión Contexto de la Organización



Interpretación 1: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la dimensión contexto de la organización. Hotel zorritos plaza S.A.C obtuvo una calificación de 53%, compañía hotelera feriza S.A.C obtuvo una calificación de 82%, costa beach E.I.R.L obtuvo una calificación de 83%, nessus hoteles Perú S.A obtuvo una calificación de

100%, hotel versilia obtuvo una calificación del 91%, hotel costa azul obtuvo una calificación del 91%, hotel maría del mar obtuvo una calificación de 53%.

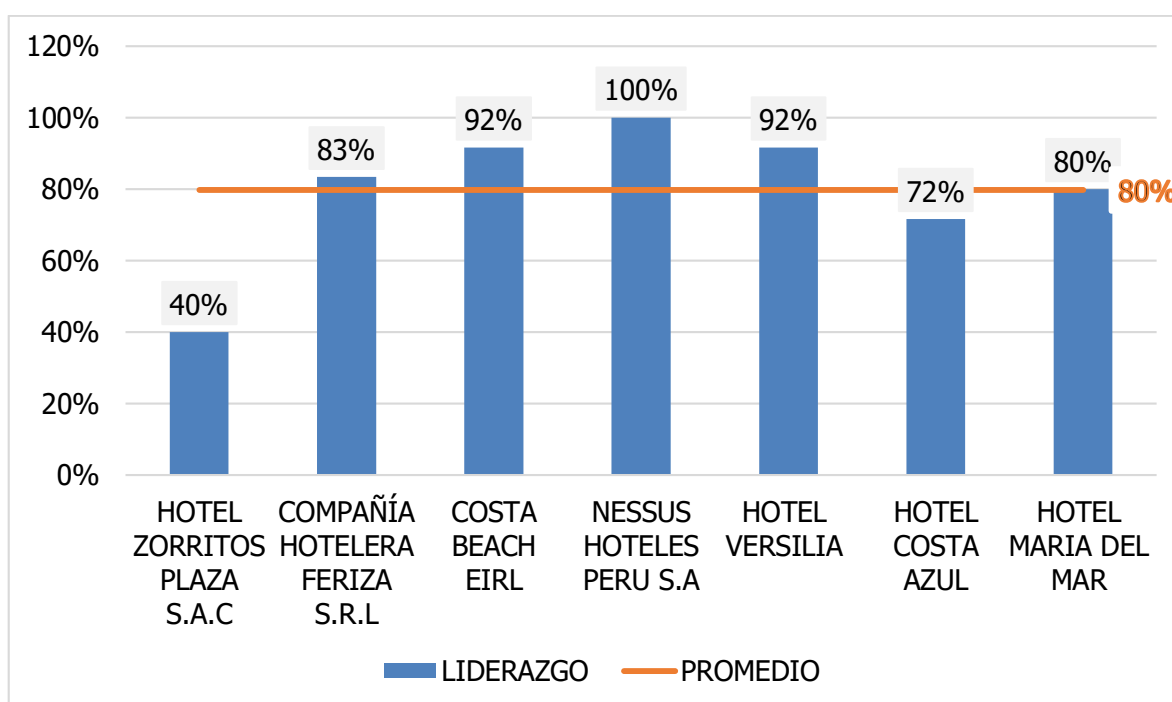
Tabla 2: Dimensión Liderazgo

DIMENSIONES	HOTEL ZORRITOS PLAZA S.A.C	COMPAÑÍA HOTELERA FERIZA S.R.L	COSTA BEACH EIRL	NESSUS HOTELES PERU S. A	HOTEL VERSILIA	HOTEL COSTA AZUL	HOTEL MARIA DEL MAR
LIDERAZGO	40%	83%	92%	100%	92%	72%	80%
PROMEDIO	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 2: Dimensión Liderazgo



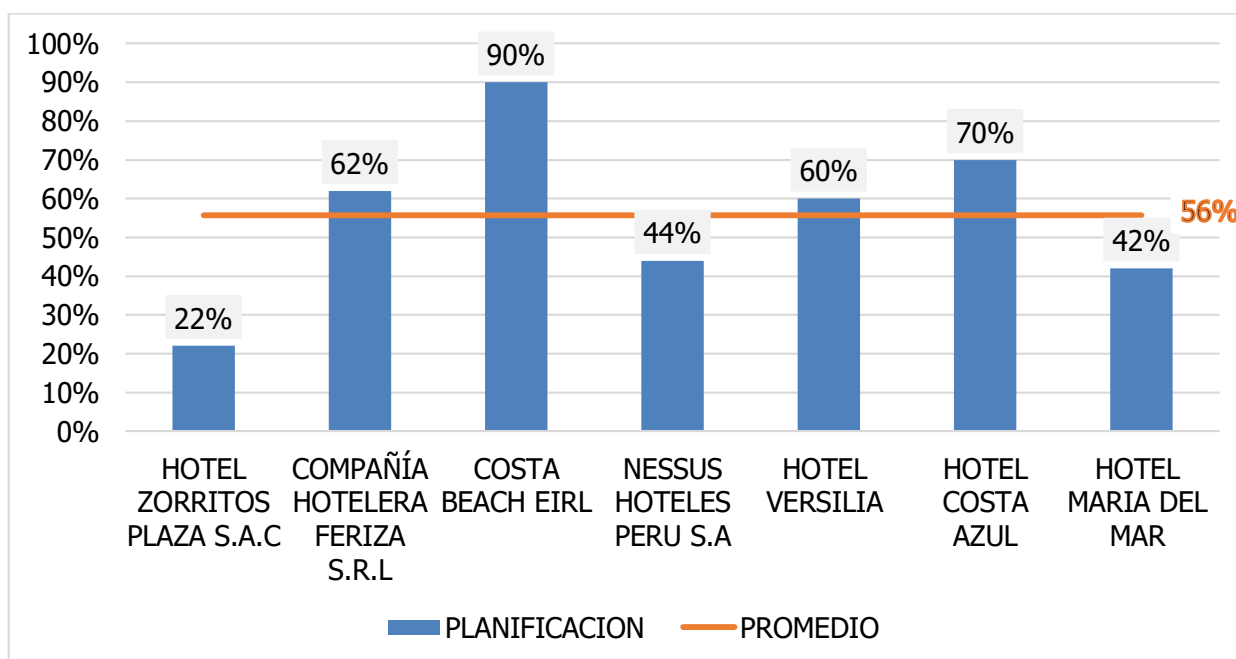
Interpretación 2: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la dimensión liderazgo. Hotel zorritos plaza S.A.C obtuvo una calificación de 40%, compañía hotelera feriza S.A.C obtuvo una calificación de 83%, costa beach E.I.R.L obtuvo una calificación de 92%, nessus hoteles Perú S.A obtuvo una calificación de 100%, hotel versilia obtuvo una calificación del 92%, hotel costa azul obtuvo una calificación del 72%, hotel María del mar obtuvo una calificación de 80%.

Tabla 3: Dimensión Planificación

DIMENSIONES	HOTEL ZORRITOS PLAZA S.A.C	COMPAÑÍA HOTELERA FERIZA S.R.L	COSTA BEACH EIRL	NESSUS HOTEL PERU S.A	HOTEL VERSILIA	HOTEL COSTA AZUL	HOTEL MARIA DEL MAR
PLANIFICACION	22%	62%	90%	44%	60%	70%	42%
PROMEDIO	56%	56%	56%	56%	56%	56%	56%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.
Elaboración Propia.

Gráfico 3: Dimensión Planificación



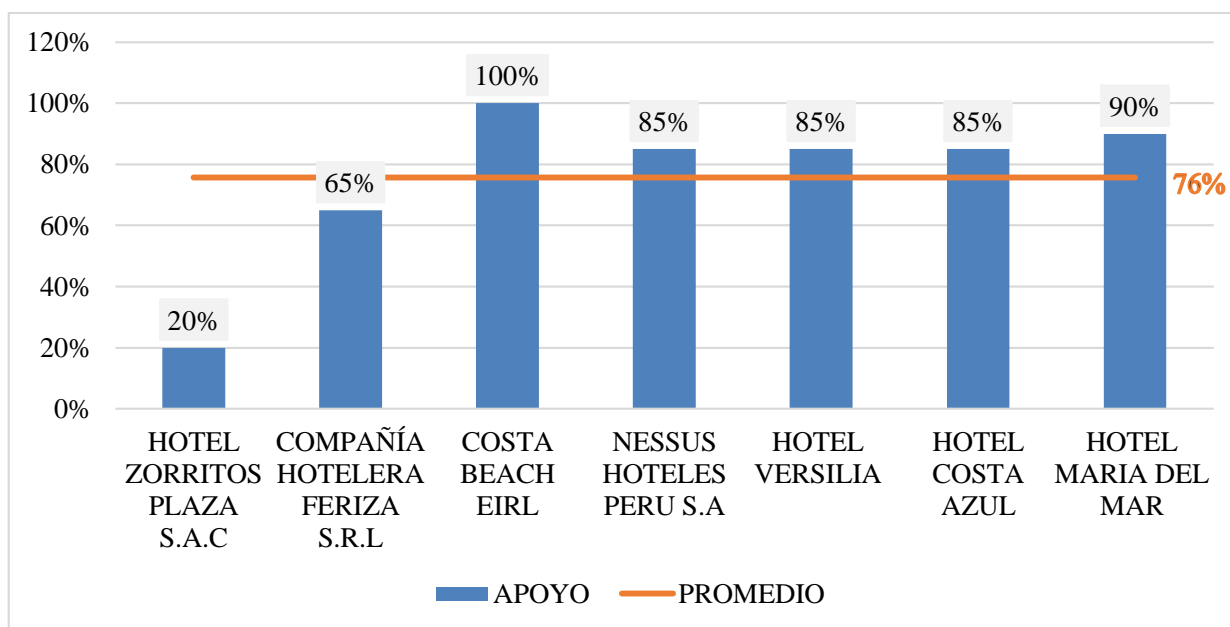
Interpretación 3: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la dimensión planificación. Hotel zorritos plaza S.A.C obtuvo una calificación de 22%, compañía hotelera feriza S.A.C obtuvo una calificación de 62%, costa beach E.I.R.L obtuvo una calificación de 30%, nessus hoteles Perú S.A obtuvo una calificación de 44%, hotel vercilia obtuvo una calificación del 60%, hotel costa azul obtuvo una calificación del 72%, hotel María del mar obtuvo una calificación de 42%.

Tabla 4: Dimensión Apoyo

DIMENSIONES	HOTEL ZORRITOS PLAZA S.A.C	COMPAÑÍA HOTELERA FERIZA S.R.L	COSTA BEACH EIRL	NESSUS HOTEL PERU S.A	HOTEL VERSILIA	HOTEL COSTA AZUL	HOTEL MARIA DEL MAR
APOYO	20%	65%	100%	85%	85%	85%	90%
PROMEDIO	76%	76%	76%	76%	76%	76%	76%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.
Elaboración Propia.

Gráfico 4: Dimensión Apoyo



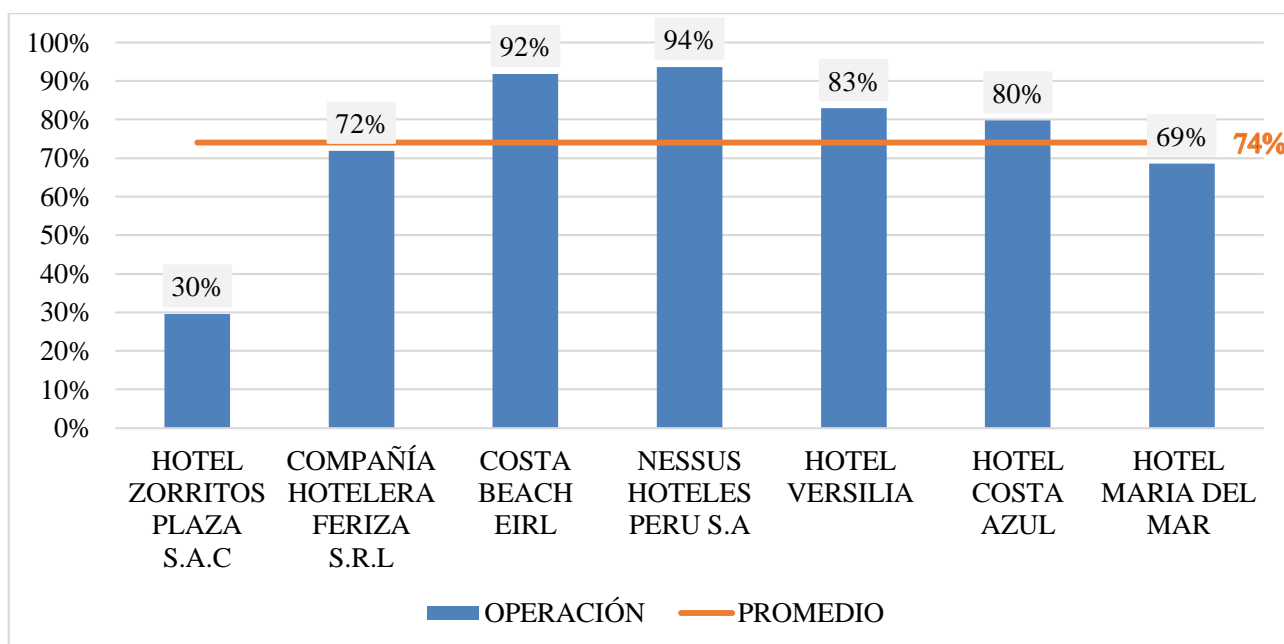
Interpretación 4: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la dimensión apoyo. Hotel zorritos plaza S.A.C obtuvo una calificación de 20%, compañía hotelera feriza S.A.C obtuvo una calificación de 65%, costa beach E.I.R.L obtuvo una calificación de 100%, nessus hoteles Perú S.A obtuvo una calificación de 85%, hotel vercilia obtuvo una calificación del 85%, hotel costa azul obtuvo una calificación del 85%, hotel María del mar obtuvo una calificación de 90%.

Tabla 5: Dimensión Operación

DIMENSIONES	HOTEL ZORRITOS PLAZA S.A.C	COMPAÑÍA HOTELERA FERIZA S.R. L	COSTA BEACH EIRL	NESSUS HOTELES PERU S. A	HOTEL VERSILIA	HOTEL COSTA AZUL	HOTEL MARIA DEL MAR
OPERACIÓN	30%	72%	92%	94%	83%	80%	69%
PROMEDIO	74%	74%	74%	74%	74%	74%	74%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.
Elaboración Propia.

Gráfico 5: Dimensión Operación



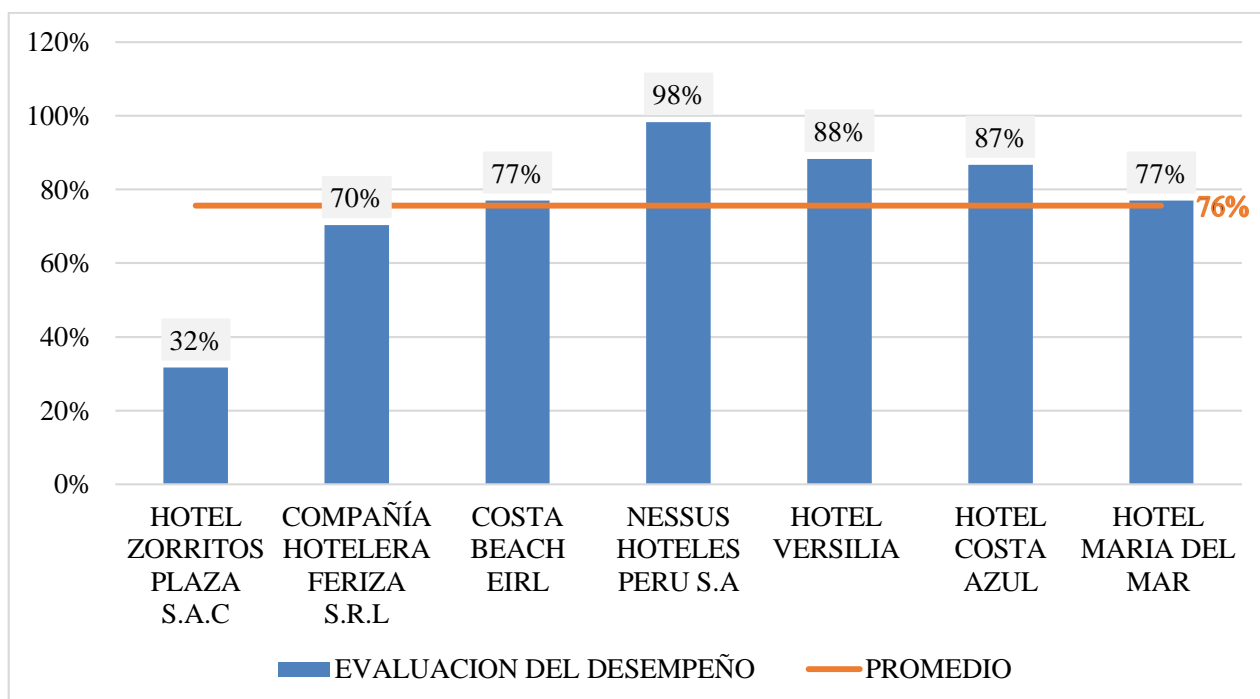
Interpretación 5: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la dimensión operación. Hotel zorritos plaza S.A.C obtuvo una calificación de 30%, compañía hotelera feriza S.A.C obtuvo una calificación de 72%, costa beach E.I.R.L obtuvo una calificación de 32%, nessus hoteles Perú S.A obtuvo una calificación de 34%, hotel vercilia obtuvo una calificación del 83%, hotel costa azul obtuvo una calificación del 80%, hotel María del mar obtuvo una calificación de 69%.

Tabla 6: Dimensión Evaluación del desempeño

DIMENSIONES	HOTEL ZORRITOS PLAZA S.A.C	COMPAÑÍA HOTELERA FERIZA S.R. L	COSTA BEACH EIRL	NESSUS HOTELES PERU S. A	HOTEL VERSILIA	HOTEL COSTA AZUL	HOTEL MARIA DEL MAR
EVALUACION DEL DESEMPEÑO	32%	70%	77%	98%	88%	87%	77%
PROMEDIO	76%	76%	76%	76%	76%	76%	76%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.
Elaboración Propia.

Gráfico 6: Dimensión Evaluación del desempeño



Interpretación 6: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la dimensión evaluación del desempeño. Hotel zorritos plaza S.A.C obtuvo una calificación de 32%, compañía hotelera feriza S.A.C obtuvo una calificación de 70%, costa beach E.I.R.L obtuvo una calificación de 77%, nessus hoteles Perú S.A obtuvo una calificación de 38%, hotel vercilia obtuvo una calificación del 88%, hotel costa azul obtuvo una calificación del 87%, hotel maría del mar obtuvo una calificación de 77%.

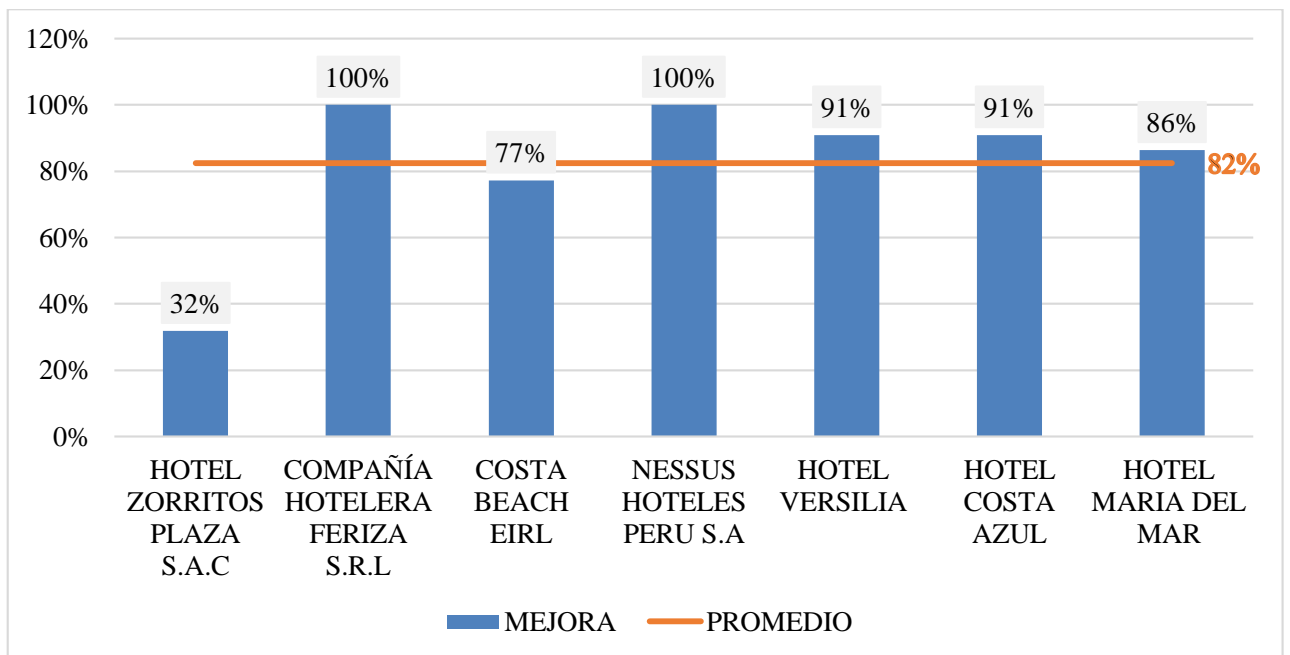
Tabla 7: Dimensión Mejora

DIMENSIONES	HOTEL ZORRITOS PLAZA S.A.C	COMPAÑÍA HOTELERA FERIZA S.R. L	COSTA BEACH EIRL	NESSUS HOTELES PERU S. A	HOTEL VERSILIA	HOTEL COSTA AZUL	HOTEL MARIA DEL MAR
MEJORA	32%	100%	77%	100%	91%	91%	86%
PROMEDIO	82%	82%	82%	82%	82%	82%	82%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 7: Dimensión Mejora



Interpretación 7: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la dimensión mejora. Hotel zorritos plaza S.A.C obtuvo una calificación de 32%, compañía hotelera feriza S.A.C obtuvo una calificación de 100%, costa beach E.I.R.L obtuvo una calificación de 77%, nessus hoteles Perú S.A obtuvo una calificación de 100%, hotel versilia obtuvo una calificación del 91%, hotel costa azul obtuvo una calificación del 91%, hotel María del mar obtuvo una calificación de 86%.

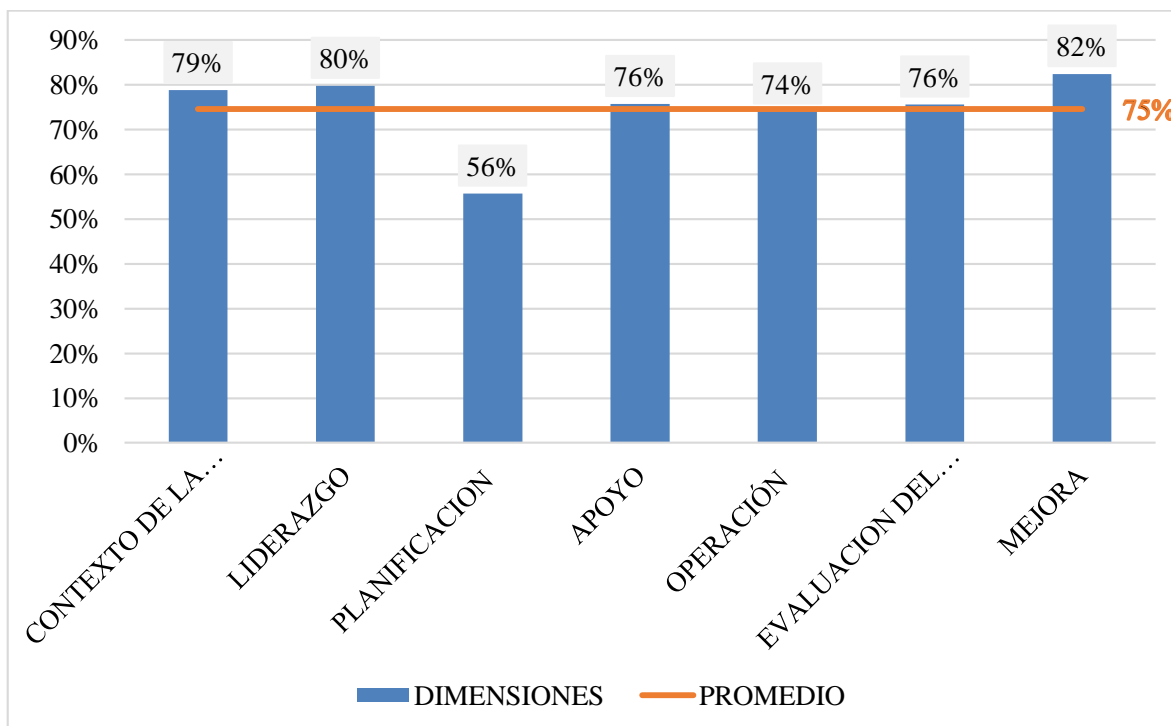
Tabla 8: Resumen de las Dimensiones de Gestión de Calidad

DIMENSIONES	CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	LIDERAZGO	PLANIFICACION	APOYO	OPERACION	EVALUACION DEL DESEMPEÑO	MEJORA
PROMEDIO	79%	80%	56%	76%	74%	76%	82%
	75%	75%	75%	75%	75%	75%	75%

Fuente: Encuesta aplicada a los Gerentes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 8: Resumen de las Dimensiones de Gestión de Calidad



Interpretación 8: Respecto a las 7 empresas dedicadas al rubro hoteles en la variable Gestión de Calidad, alcanzo un promedio de 75%.

5.1.2 ATENCION AL CLIENTE

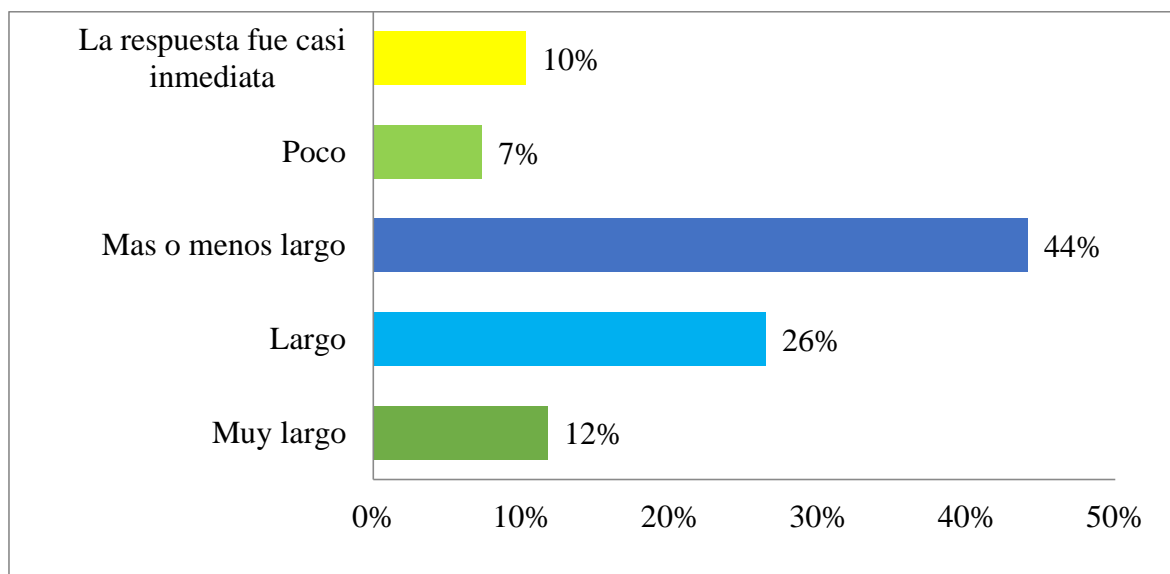
Tabla 9: Tiempo de espera por el servicio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy largo	8	12%
Largo	18	26%
Mas o menos largo	30	44%
Poco	5	7%
La respuesta fue casi inmediata	7	10%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 9: Tiempo de espera por el servicio



Interpretación 9: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 8 clientes que representa el 12% muy largo tiempo ha esperado la respuesta por parte del servicio recibido, 18 clientes que representa el 26% largo tiempo ha esperado la respuesta por parte del servicio recibido, 30 clientes que representa el 44% más o menos ha esperado la respuesta por parte del servicio recibido, 5 clientes que representa el 7% poco tiempo ha esperado la respuesta por parte

del servicio recibido, 7 clientes que representa el 10% no ha esperado mucho por parte del servicio recibido por que la respuesta fue casi inmediata.

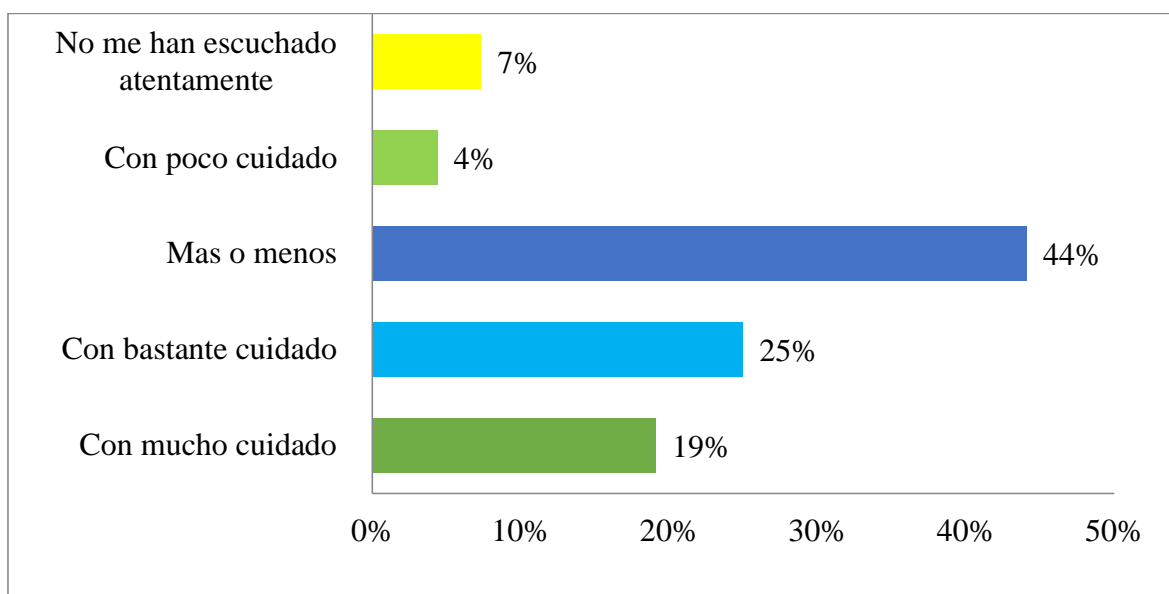
Tabla 10: Escuchar los problemas de los clientes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con mucho cuidado	13	19%
Con bastante cuidado	17	25%
Mas o menos	30	44%
Con poco cuidado	3	4%
No me han escuchado atentamente	5	7%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 10: Escuchar los problemas de los clientes



Interpretación 10: De los 68 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 13 clientes que representa el 19% con mucho cuidado los representantes han escuchado su problema atentamente, 17 clientes que representa el 25% con bastante cuidado los representantes han escuchado su problema atentamente, 30 clientes que representa el 44% más o menos los representantes han escuchado su problema atentamente, 3 trabajadores que representa el 4% con poco cuidado los representantes han escuchado su problema atentamente, 5 trabajadores que

representa el 7% dijo que los representantes no lo han escuchado atentamente su problema.

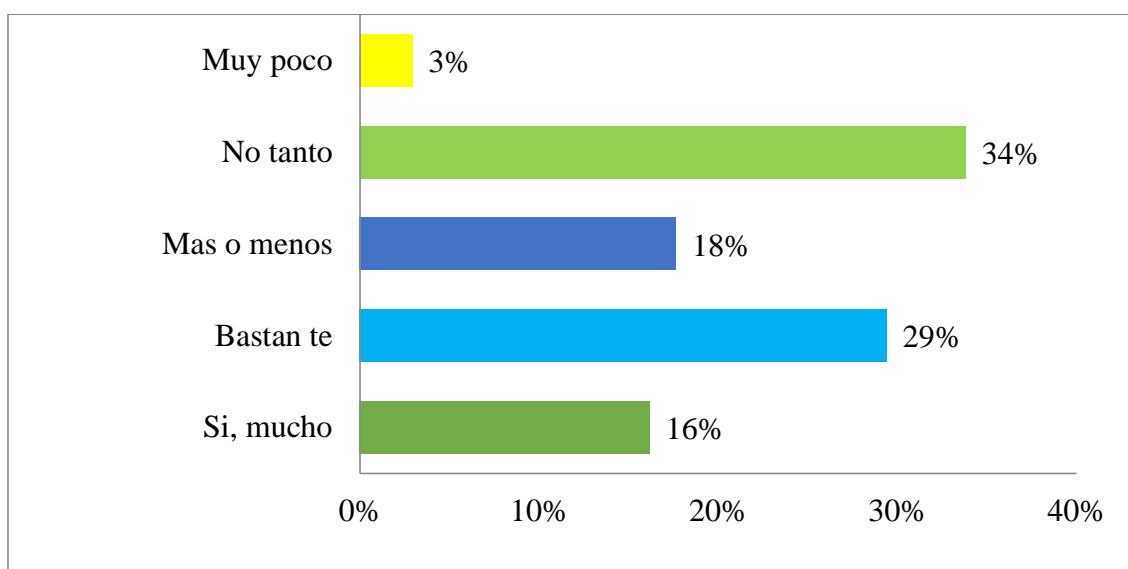
Tabla 11: Ayudar al cliente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si, mucho	11	16%
Bastante	20	29%
Mas o menos	12	18%
No tanto	23	34%
Muy poco	2	3%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 11: Ayudar al cliente



Interpretación 11: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 11 clientes que representa el 16% muy rápidamente fueron capaces de ayudarlo, 20 clientes que representa el 29% rápidamente fueron capaces de ayudarlo, 12 clientes que representa el 18% más o menos rápido fueron capaces de ayudarlo, 23 clientes que representa el 34% lentamente fueron capaces de ayudarlo, 2 clientes que representa el 3% muy lentamente fueron capaces de ayudarlo.

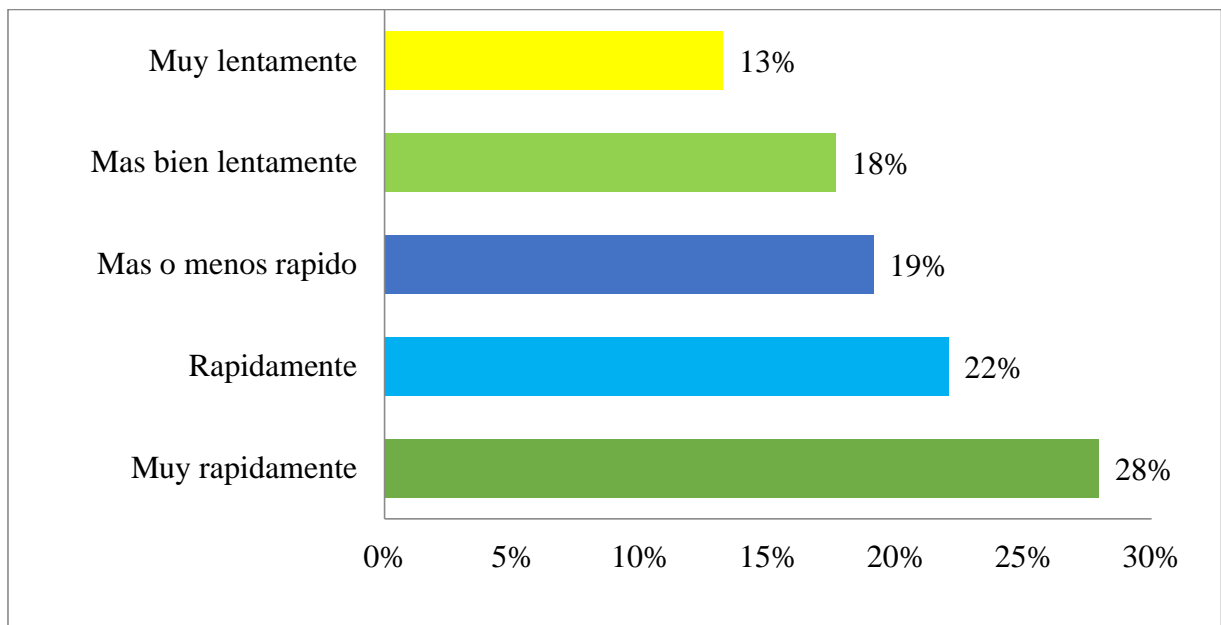
Tabla 12: Capacidad de ayudar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy rápidamente	19	28%
Rápidamente	15	22%
Mas o menos rápido	13	19%
Mas bien lentamente	12	18%
Muy lentamente	9	13%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 12: Capacidad de ayudar



Interpretación 12: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 19 clientes que representan el 28% dijeron que el representante del servicio le ayudo muy rápidamente, 15 clientes que representa el 22% dijeron que el representante le ayudo rápidamente, 13 clientes que representa el 19% dijeron que le ayudo más o menos, 12 clientes que representa el 18% dijeron que le ayudo lentamente, 9 clientes que representa el 13% dijeron que le ayudo muy lentamente.

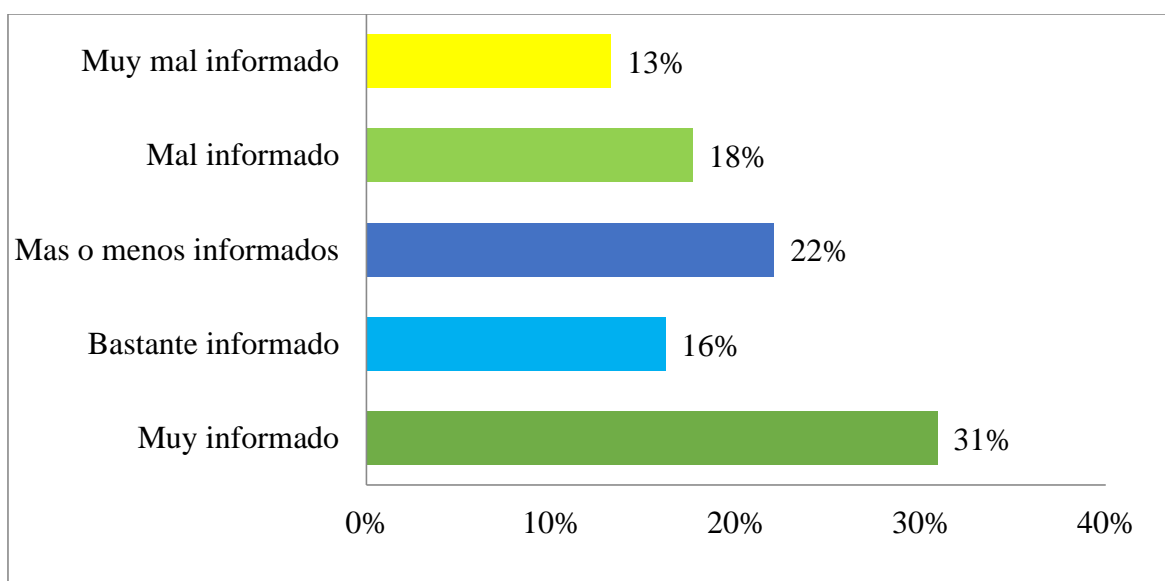
Tabla 13: Punto de información

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy informado	21	31%
Bastante informado	11	16%
Mas o menos informados	15	22%
Mal informado	12	18%
Muy mal informado	9	13%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes de las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 13: Punto de información



Interpretación 13: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 21 clientes que representa el 31% dijeron que muy clara le fue la información proporcionada por los representantes, 11 clientes que representa el 16% dijeron que bastante clara ha quedado la información proporcionada, 15 clientes que representa el 22% dijeron que más o menos ha quedado la información proporcionada por los representantes, 12 clientes que representa el 18% dijeron que no es muy clara la información proporcionada por los representantes, 9 clientes que representa el 13% dijeron que nada clara es la información proporcionada por los representantes.

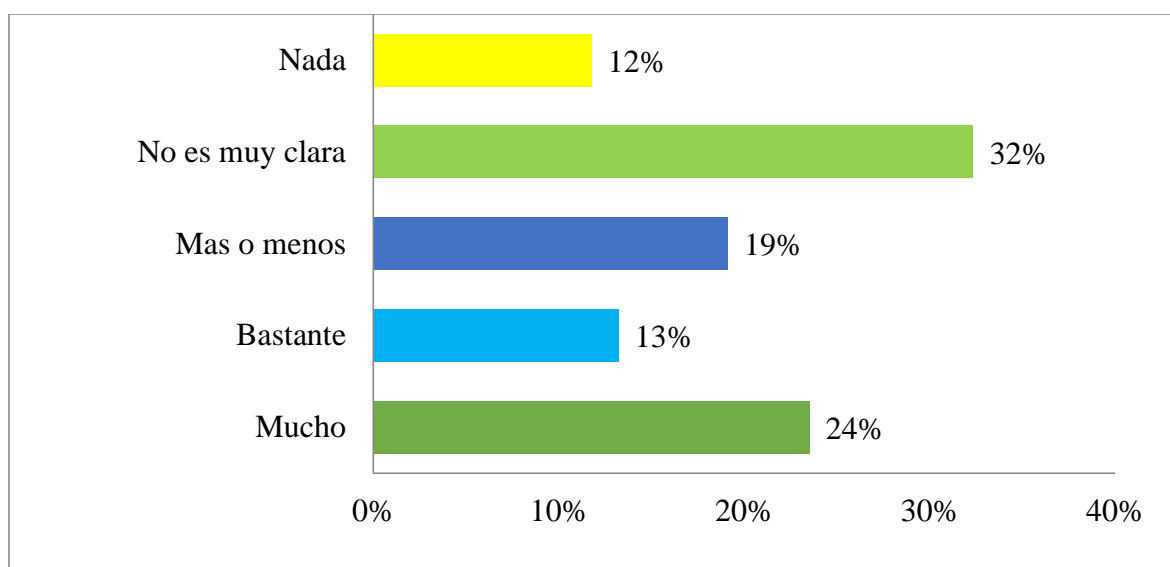
Tabla 14: Información proporcional

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	16	24%
Bastante	9	13%
Mas o menos	13	19%
No es muy clara	22	32%
Nada	8	12%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 14: Información proporcional



Interpretación 14: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 16 clientes que representa el 24% dijeron que todas las preguntas han sido resueltas por el servicio recibido, 9 clientes que representa el 13% dijeron que la mayoría de las preguntas han sido resueltas por el servicio recibido, 13 clientes que representa el 19% dijeron que la mitad de las preguntas han sido resueltas por el servicio recibido, 9 clientes que representa el 13% dijeron que menos de la mitad han sido resueltas por el servicio recibido, 7 clientes que representa el 10% dijeron que ninguna de las preguntas han sido resueltas por el servicio recibido.

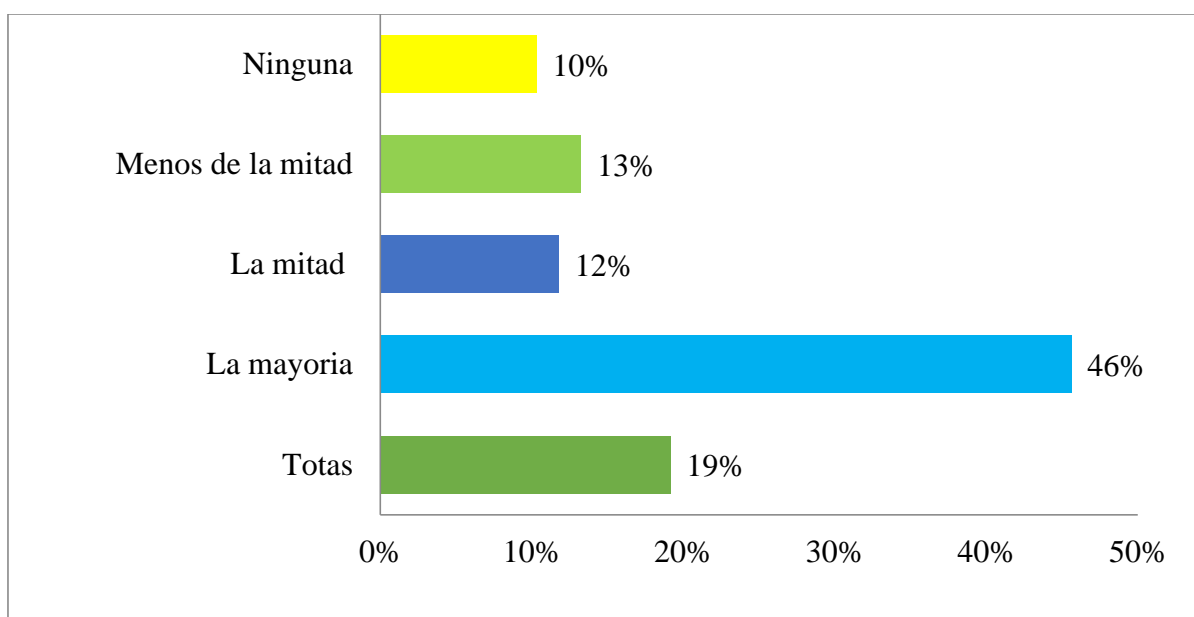
Tabla 15: Preguntas resueltas por los representantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todas	13	19%
La mayoría	31	46%
La mitad	8	12%
Menos de la mitad	9	13%
Ninguna	7	10%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 15: Preguntas resueltas por los representantes



Interpretación 15: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de Zorritos se obtuvo que 13 clientes que representa el 19% dijeron todas las preguntas han sido resueltas, 31 clientes que representa el 46% dijeron la mayoría de las preguntas han sido resueltas, 8 clientes que representa al 12% dijeron la mitad de las preguntas han sido resueltas, 9 clientes que representa el 13% dijeron que menos de la mitad han sido resueltas las preguntas y 7 clientes que representa el 10% dijeron que ninguna pregunta han sido resueltas.

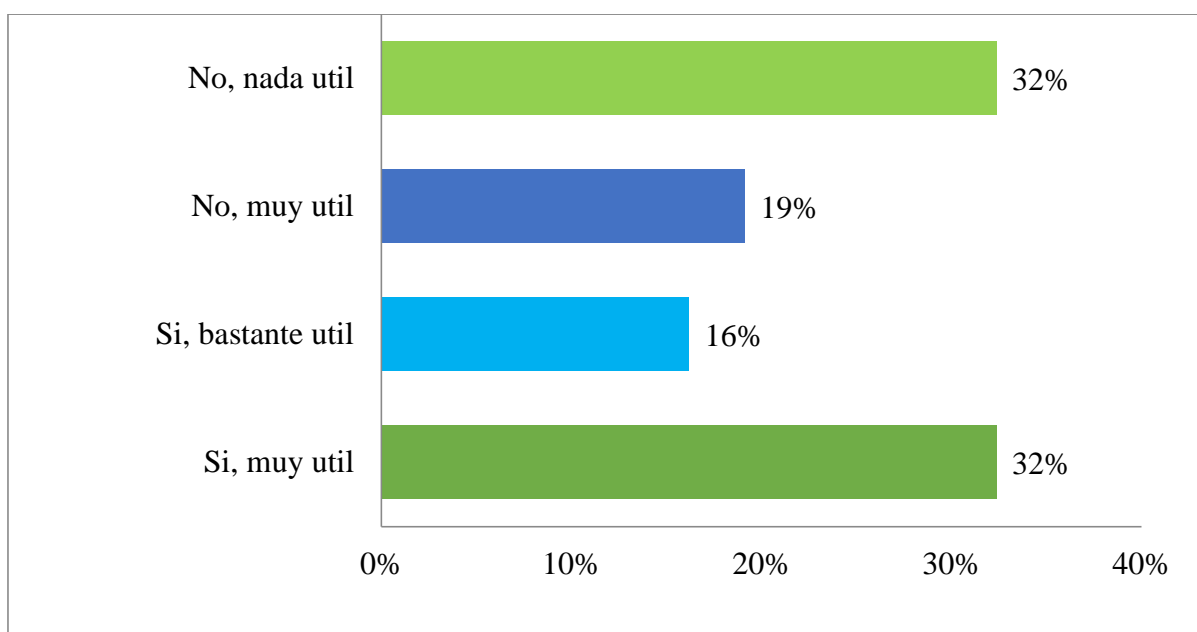
Tabla 16: Servicio Útil

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si, muy útil	22	32%
Si, bastante útil	11	16%
No, muy útil	13	19%
No, nada útil	22	32%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 16: Servicio Útil



Interpretación 16: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 22 clientes que representa el 32% dijeron que el servicio que recibieron como cliente le fue muy útil, 11 clientes que representa el 16% dijeron que el servicio recibido como cliente le fue bastante útil, 13 clientes que presenta al 19% dijeron que el servicio recibido como cliente no le fue muy útil, 22 clientes que representa el 32% dijeron que el servicio recibido como clientes no le fue para nada útil.

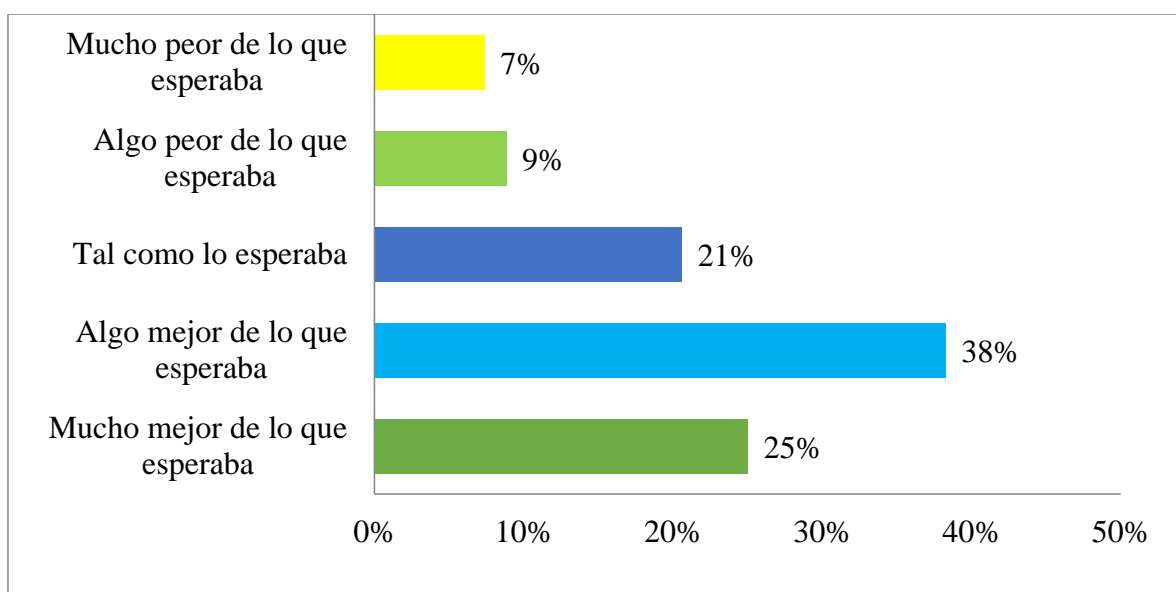
Tabla 17: Experiencia con los representantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho mejor de lo que esperaba	17	25%
Algo mejor de lo que esperaba	26	38%
Tal como lo esperaba	14	21%
Algo peor de lo que esperaba	6	9%
Mucho peor de lo que esperaba	5	7%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 17: Experiencia con los representantes



Interpretación 17: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 17 clientes que representa el 25% dijeron que la experiencia de la cooperación con los representantes fue mucho mejor de lo que esperaba, 26 clientes que representa el 38% dijeron que la experiencia de la cooperación con los representantes fue algo mejor de lo que esperaba, 14 clientes que representa el 21% dijeron que la experiencia de la cooperación con los representantes fue tal como lo esperaba, 6 clientes que representa el 9% dijeron que la experiencia de la cooperación con los representantes fue algo peor de lo que esperaba, 5 clientes que

representa el 7% dijeron que la experiencia de la cooperación con los representantes fue mucho peor de lo que esperaba.

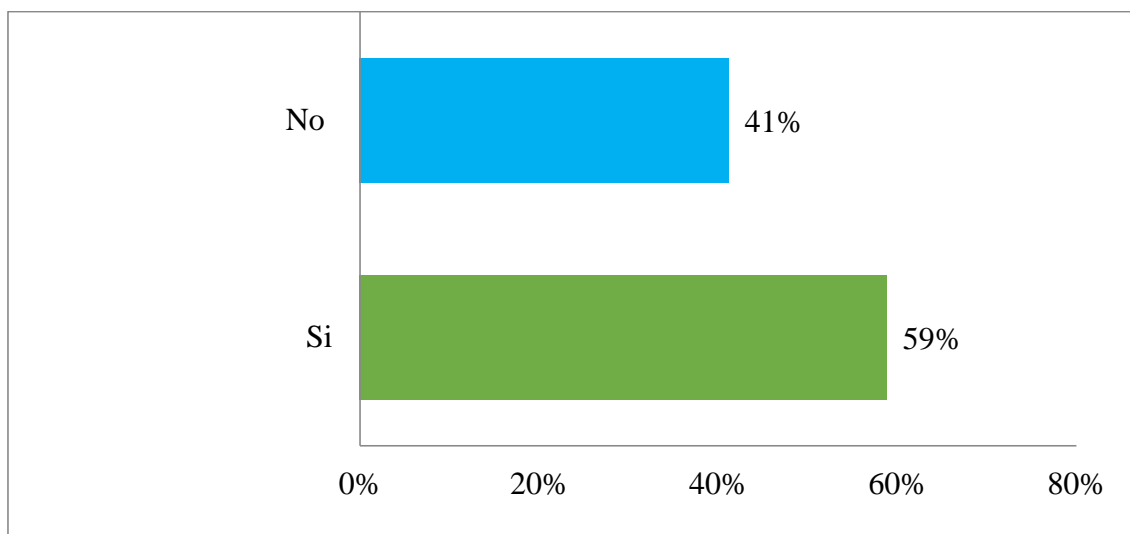
Tabla 18: Recomendación de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	59%
No	28	41%
TOTAL	68	37%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes las Mypes de los hoteles del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 18: Recomendación de la empresa



Interpretación 18: De los 70 clientes encuestados en las diferentes empresas de hoteles del distrito de contralmirante villar se obtuvo que 40 clientes que representa el 59% dijeron que, si recomendarían a esa empresa, 28 clientes que representa el 41% dijeron que no recomendarían a la empresa.

5.2 ANALISIS DE RESULTADOS

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 01: *Conocer el nivel en que consideran el Contexto de la organización y el liderazgo en cuanto gestión de calidad en las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Nos muestra un nivel de logro bueno con un 0.79. Esto se corrobora con lo encontrado por (Jimenes, 2017) nos enseña la importancia de la gestión de calidad tomando en cuenta el entorno .

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 02: *Identificar el nivel de planificación y control operacionalización, apoyo en la gestión de calidad en las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Se identificó un nivel de logro en liderazgo bueno con un 0.80. Se corrobora con (D. Ramos, 2016) que el liderazgo en la organización es importante .

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 03: *Identificar el nivel de planificación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Se identificó un nivel de logro regular en planificación con un 0.56. (Nueva ISO 9001, 2016) donde nos dice que la planificación de los cambios debe de ser realizada de manera sistemática y planificada. Es necesario identificar: las consecuencias potenciales del cambio, quien estará involucrado, cuando los cambios sucederán, y que recursos se necesitarán.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 04: *Establecer si se aplica las herramientas de apoyo de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Tiene un nivel de logro bueno en apoyo de gestión con un 0.76. Esto se confirma con (Torres, 2016) que busca garantizar que los recursos ya sean personas e infraestructuras sean óptimas para cumplir los objetivos de la empresa.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 05: *Analizar la operación de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Se analizó que en operación de gestión tiene un nivel de logro bueno con un 0.74. Esto se reafirma con lo encontrado por (VA. Cruz, 2004) nos muestra un estudio de los sistemas de gestión de calidad analizando la medida en que sus requisitos podrán tener implicaciones y facilitar en el diseño del sistema de producción ajustada. Se utiliza la norma ISO 9000 referente a la Gestión de la Calidad, para apoyar el proceso de implementación del sistema de producción ajustada.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 06: *Identificar si se aplica la evaluación de desempeño de gestión de calidad de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Se identificó que la mayoría de empresa si aplican la evaluación de desempeño dando como un resultado bueno con un nivel de logro de 0.76. Esto se corrobora con (Nueva ISO 9001, 2015) donde nos comenta los procesos se cumplen a raja tabla con los demás requisitos que se consideran muy importantes para el Sistema de Gestión de la Calidad.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 07 : *Analizar las condiciones de mejora que tiene las empresas en las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Se analizó que las empresas si tienen condiciones de mejora, con un nivel de logro de 0.82 donde se evaluó como bueno. Esto se confirma con (Joubert, 2016) nos comenta sobre las medidas para mejorar los procesos y productos.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 08: *Analizar las condiciones que atienden las empresas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Se analizó que tiene un nivel de logro de 0.75 nos muestra que el personal no se encuentra totalmente capacitado. Esto se reafirma por (Cruz, 2018) que

en su investigación Una vez que se tiene el plan de trabajo, debe asegurarse que cada quien tenga una copia. Para así dar paso a un buen desarrollo antes, durante y después.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 09: *Medir el grado con el que ayudan a los clientes y brindan información en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018.* Los clientes muestran disconformidad ya que según los resultados no recomendarían el servicio. corroboro (Regalado, 2015) nos comenta sobre la actitud de un cliente mal atendido esto se define en el momento en que es atendido por primera vez.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 10: Determinar La frecuencia de espera de los clientes ante el grado de respuestas en atención al cliente de las MYPES en el sector servicio, rubro hotelería, distrito de zorritos, 2018. La mayoría de clientes comentan que son atendidos en un tiempo promedio, no superan sus expectativas (Qmatic, 2017) nos comenta sobre las maneras de gestionar filas de espera .

CONCLUSIONES

RESPECTO PARA LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

- Como resultado de la encuesta de gestión de calidad obtuve resultado poco favorable para la dimensión planificación ya que muestra poco interés por parte de los dueños o administradores, ya que deben tener como prioridad la planificación del sector servicio rubro hotelería en la provincia de contralmirante villar en el distrito de zorritos.
- Se considera favorable los resultados en cuanto a operación ya que ofrecen un servicio adecuado de manera efectiva en cuanto a los estándares de la ubicación de tumbes.

RESPECTO PARA LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Variable atención al cliente en cuanto al tiempo de espera la mayoría de los clientes dijeron que la atención de los hoteles no es ni tan rápido, ni lento, así como que el tiempo de espera por parte de los clientes de los hoteles el distrito de zorritos ante la respuesta por los representantes de atención al cliente considerando que están dentro del promedio, aunque es muy poco entendible.
- Los diferentes administradores de los hoteles se toman muy en serio las reacciones que pueden causar efectos externos. Los administradores tienen un nivel elevado en cuanto al fomentar el liderazgo en la empresa de hoteles.
- Concluyo sobre mis resultados en los diferentes hoteles del distrito de zorritos ante el promedio representan un nivel favorable para la empresa la constante verificación y actuar ante los inconvenientes.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

- Para los administradores se les recomienda que deben capacitarse en planificación ya que con esta herramienta pueden evitar imprevistos en la hora de ejecución de sus proyectos de temporada.
- Recomiendo que para mejorar el servicio de hoteles deben diseñar un sistema en el que el cliente se registre desde un dispositivo móvil y así pueda disfrutar de su estadía ya que la mayoría hacen un largo recorrido para hospedarse.
- Recomiendo que para mejorar la atención deben innovar en formas recreativas para sus huéspedes como son los tours por las maravillas de la región y darles una mejor perspectiva de su imagen hotelera.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Armada, E. (2015). *La Satisfacción del Usuario como Indicador de Calidad en el Servicio Municipal de Deportes. Percepción, Análisis y Evolución*. Universidad de Murcia.
- Ayambo, E. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios particulares en el distrito de Calleria, año 2017*. Tesis.
- Banco central del Perú. (2018). *Reporte de inflación Panorama actual y proyecciones macroeconómicas*.
- Chirinos, Y., & Infante, C. (2017). El liderazgo en la gestión de la calidad. Retrieved July 3, 2019, from 2017 website: <https://www.monografias.com/trabajos96/liderazgo-gestion-de-calidad/liderazgo-gestion-de-calidad.shtml#ellideraza>
- Cientelandia. (2015). 13 características personales para el éxito en la atención al cliente. Retrieved July 3, 2019, from <https://cientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>
- Condezo, J., & Esteban, O. (2018). *Factores de atención al cliente y el marketing de servicios en el banco de crédito del Perú, distrito de Yanacancha, Pasco, 2017*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrion.
- Cruz, K. (2018). *Desarrollo de Personal y Capacitación para un Desempeño Efectivo*. Retrieved October 21, 2019, from <https://www.monografias.com/trabajos25/desarrollo-y-capacitacion/desarrollo-y-capacitacion.shtml>
- Divulgación Dinámica. (2017). 14 características que revela la imagen personal - Divulgación Dinámica. Retrieved July 3, 2019, from 2017 website: <https://www.divulgaciondinamica.es/blog/imagen-personal/>

Duarand, J. (2017). Analisis de la economia peruana. Retrieved October 20, 2019, from <http://blog.pucp.edu.pe/blog/competenciayconsumidor/2017/10/17/peru-economico-en-el-2017-analisis-de-la-economia-peruana-a-octubre-de-2017/>

El comercio. (2015). Estos son todos los cambios a las condiciones de uso de Telecomunicaciones Negocios | El Comercio. Retrieved October 20, 2019, from <https://elcomercio.pe/economia/negocios/osiptel-tratan-cambios-condiciones-telefonía-movil-internet-noticia-516704-noticia/>

El comercio. (2017). Se deteriora el Índice de Confianza del Consumidor de Apoyo Economía. Retrieved October 20, 2019, from <https://elcomercio.pe/economia/deteriora-índice-confianza-consumidor-apoyo-422626-noticia/>

El comercio. (2018). FMI mejora perspectivas proyecta crecimiento de 3,7% para el 2018 Perú. Retrieved October 20, 2019, from <https://elcomercio.pe/economia/peru/fmi-mejora-perspectivas-proyecta-crecimiento-3-7-2018-noticia-540080-noticia/>

El Comercio. (2017). Así evoluciona el negocio de la telefonía móvil en el Perú. Retrieved July 3, 2019, from 2017 website: <https://elcomercio.pe/economia/evoluciona-negocio-telefonía-movil-peru-noticia-470898>

Escuela Europea de Management. (2016). Ventajas del sistema de gestión de calidad | Desarrollo Profesional. Retrieved July 3, 2019, from <http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/7-ventajas-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad>

Feigenbaum, A. (2016). La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa. Retrieved July 8, 2019, from 2016 website: [81](http://calidad-</p></div><div data-bbox=)

gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html

Garcia, N. (2018). Los Recursos Naturales en el Perú. Retrieved July 3, 2019, from <https://bsginstitute.com/bs-campus/blog/Los-Recursos-Naturales-en-el-Peru-87>

Gestion. (2018). UE preocupada por falta de progreso de Perú en lo laboral y ambiental. Retrieved October 20, 2019, from <https://gestion.pe/economia/ue-preocupada-falta-progreso-peru-laboral-ambiental-241076-noticia/>

Gidahatari. (2017). Ley N° 28611 - Ley General del Medio Ambiente en Perú. Retrieved October 20, 2019, from <http://gidahatari.com/ih-es/ley-general-del-medio-ambiente-ley-n-28611>

Gomes, Z. (2016). Ventajas y desventajas de atencion al cliente. Retrieved July 3, 2019, from <http://servicioalclientezulema.blogspot.com/2016/11/ventajas-y-desventajas-del-servicio-al.html>

Gonzalez, H. (2016). contexto de la organizacion. Retrieved July 3, 2019, from 2016 website: <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/contexto-de-la-organizacion/>

Herrera, M. (2015). *Diseño de un sistema de gestion de la calidad para una microempresa*. Universidad Veracruzana.

IMNC. (2008). Sistemas de gestión de la calidad. In *Biotecnología y Bioingeniería*.

Jimenes, D. (2017). Contexto de la organización: El diagrama de súper sistema. Retrieved October 21, 2019, from <https://www.pymesycalidad20.com/4-contexto-de-la-orgaizacion-mapa-iso90012015.html>

Joubert, E. (2016). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y*

- desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*. Retrieved from <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS JOUBERT.pdf?s>
- Marín, M., Peña, E., & Gómez, G. (2010). Atención Primaria. *Salud 2000*.
- Mathis, R., & Berri, H. (1955). Riñón en esponja. *Revista Argentina de Urología*, 24(7-9), 383-388. <https://doi.org/10.20453/rmh.v28i4.3229>
- Merino, L. (2016). Manual de Calidad. In *Manual de Calidad Departamento de Marcas*.
- Moreno, J., & Olivares, A. (2019). *Influencia de la calidad de servicio en las ventas de la empresa distribuidora Abdiel S.A.C Trujillo-2018*. Retrieved from http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21722/Moreno_Genovez_Jeny_Lizet_-_Olivares_Carbajal_Alexander_Deyvi_-_parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Muñiz Fernández, J., Cuesta, M., Aliño, J. J. L.-I., Miyar, M. V., José Muñiz, Muñiz, M. C. Y. J., & The Mendeley Support Team. (1994). Sección Monográfica. *Papeles Del Psicólogo*.
- Nueva ISO 9001. (2015). La Evaluación del Desempeño según la nueva ISO 9001 2015. Retrieved October 21, 2019, from <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2015/11/la-evaluacion-del-desempeno-segun-la-nueva-iso-9001-2015/>
- Nueva ISO 9001. (2016). ¿Cómo realizar una planificación de la calidad? Retrieved July 3, 2019, from 2016 website: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/04/iso-9001-como-realizar-una-planificacion-de-la-calidad/>
- Nueva ISO 9001. (2018). Mejora continua, Iso 9001. Retrieved July 3, 2019, from 2018 website: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/10-3-mejora-continua/>

- Ocampos, L., & Valencia, S. (2017). *Gestion administrativa y la calidad de servicio al usuario en la red asistencial Essalud-Tumbes, 2106* (UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES). Retrieved from [http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/88/TESIS - OCAMPOS Y VALENCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/88/TESIS-OCAMPOS Y VALENCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Parodi, C. (2015). Subempleo y desempleo en el Perú. Retrieved October 20, 2019, from <https://peru21.pe/opinion/opina21-carlos-parodi/subempleo-desempleo-peru-399333-noticia/>
- Peralta, X. (2018). Tipos de atención al cliente. Retrieved July 1, 2019, from <http://www.pymerang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/451-tipos-de-atencion-al-cliente>
- Pérez, W. (2017). Empatía y calidad en la atención al cliente, Pautas básicas de cortesía. Retrieved July 8, 2019, from 2017 website: <http://www.generacion.com/magazine/1715/empatia-calidad-atencion-al-cliente>
- Perez, Y. (2010). Tesis de Post Grado: Gestión de Calidad: TESIS GESTION DE CALIDAD. Retrieved July 3, 2019, from <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.com/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-capitulo-ii.html>
- Qmatic. (2017). 4 pilares para una buena gestión de filas de espera. Retrieved October 21, 2019, from <https://www.qmatic.com/es-es/conoce-qmatic/sala-de-prensa/2017/agosto/4-pilares-para-una-buena-gestion-de-filas-de-espera/>
- Ramos, A. (2015). Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia. Retrieved July 3,

- 2019, from <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Ramos, D. (2016). ISO 9001:2015 – Generalidades del requisito 5 Liderazgo. Retrieved October 21, 2019, from <https://blogdelacalidad.com/iso-90012015-generalidades-del-requisito-5-liderazgo/>
- Regalado, O. (2015). El impacto del buen servicio. Retrieved October 21, 2019, from <https://gestion.pe/blog/gestiondeservicios/2015/01/el-impacto-del-buen-servicio.html/>
- Riqueme, M. (2017). La importancia de la gestión de la calidad - Web y Empresas. Retrieved July 3, 2019, from <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Rojas, N., & Sánchez, S. (2019). *Niveles de satisfacción del cliente de la empresa Mapfre, Cajamarca 2018 bajo los modelos SERVQUAL y de Kotler y Keller*. Retrieved from [http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21299/Rojas Tejada Nathaly Pierina - Sánchez Uceda Silvia Virginia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21299/Rojas_Tejada_Nathaly_Pierina_-_Sánchez_Uceda_Silvia_Virginia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ruiz, R. (2017). *Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II , Tarapoto , San Martín – 2016*. Tarapoto.
- Salazar, V. (2019). *Gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferretería ciudad de Juanjui 2019*. Retrieved from http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11119/CALIDAD_COMUNICACION_SALAZAR_CASTRO_VERONICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Serna, H. (2015). Atención al cliente. Retrieved July 3, 2019, from

<http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>

Torres, G. (2016). Apoyo, Iso 9001. Retrieved July 3, 2019, from 2016 website:

<https://aprendiendocalidadyadr.com/la-iso-90012015-capitulo-7-apoyo/>

Valderrama, S. (2015). *Gestion de calidad y competitividad de las mypes sector comercio*

rubro venta de calzado para damas del distrito el Porvenir año 2014. Retrieved from

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8533/CALIDAD_COMPETITIVIDAD_VALDERRAMA_VILLANUEVA_SANDY_DAYANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vega, A. (2017). Todo lo que Debes Saber sobre Ella. Retrieved July 3, 2019, from

<https://ctmaconsultores.com/todo-sobre-norma-iso-9001/>

Velardo, M. (2016). Ventajas y desventajas de un Sistema de Gestión de Calidad. Retrieved

July 3, 2019, from <https://es.scribd.com/doc/68382538/Ventajas-y-desventajas-de-un-Sistema-de-Gestion-de-Calidad>

Violante, M. (2015). 5 características del buen servicio al cliente. Retrieved July 3, 2019,

from <https://www.entrepreneur.com/article/268543>

ANEXOS

ANEXO N° 1: CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES- DIAGRAMAS

ACTIVIDAD		SEMANAS																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Tema de investigación																		
Introducción																		
Planteamiento del problema de la investigación																		
Objetivos y justificación de la investigación																		
Antecedentes de la investigación																		
Estructura del fundamento teórico																		
Hipótesis																		
Metodología	Tipo, nivel, diseño de investigación; población, muestra y plan de análisis																	
	Operacionalización de las variables y matriz de consistencia																	
Presentar el proyecto de investigación para ser evaluado por el DTI																		
Presentar el proyecto de investigación para ser evaluado por el DAR																		

ANEXO N° 2: CUADRO DE PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACION				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MATERIAL DE OFICINA				
Papelería	Unidad	15	0.10	1.50
Cuaderno	Unidad	01	14.00	14
Sud total				15.50
SERVICIO				
Movilidad.	Carreras	20	1.50	25
Servicio en línea	Horas	40	1.00	40
Sud total				65
Total				80.50

ANEXO N^a 3: SOLICITUD


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE
FILIAL TUMBES

"Año de la Lucha Contra la Corrupción e Impunidad"



Tumbes, 13 de Mayo del 2019

Oficio N°0638-2019-COORD-ULADECH CATÓLICA-TUMBES
Sr.
Dr. Jesús Alberto Luna Ordinola
Alcalde de la Provincia de Contralmirante Villar
Ciudad.-

ASUNTO : Solicito Brindar Facilidades

Tengo el honor de dirigirme a Usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitarle se le facilite información al alumno **RANDY FRANCISCO TINEDO ROMERO**, de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Escuela Profesional de Administración del VII ciclo de nuestra Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, sobre número de Hoteles que se encuentran registradas en su representada, para que pueda realizar su Proyecto.

Esta actividad forma parte de la Evaluación del Taller de Investigación III con el tema: "**CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE DE LAS MYPES SECTOR SERVICIO RUBRO HOTELES**"

Conocedor de su alto espíritu de colaboración en beneficio de la formación y superación de la juventud de nuestra región, le expreso las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente

Ing. Dr. Segundo Correa Morán
COORDINADOR
FILIAL TUMBES

Av. Tumbes N° 104 Tumbes - Perú
Teléfono: (072)524085
Web Site: www.uladech.edu.pe

ANEXO N° 4: HOJA DE VALIDACION POR EXPERTOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Isella del Socorro Pingo Nima

Identificado con DNI 00372789 Carnet de Colegio N° 02624

Con el grado de: Magister en Gestión Pública

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el estudiante **Randy Francisco Tinedo Romero**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes sector servicio rubro hoteles del distrito Zorritos, 2018** ; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, noviembre del 2018



Mg. ISELLA DEL SOCORRO PINGO NIMA
Reg. Unic. De Colegio N° 02624
DECANA REGIONAL DE CORLAO TUMBES

Sello y Firma.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Milagros Julissa Machado Panto

Identificado con DNI.....72322972..... Carnet de Colegio N°.....10021.....

Con el grado de: Licenciada en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el estudiante **Randy Francisco Tinedo Romero**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes, sector servicio, rubro hoteles, distrito de Zorritos, 2018** ; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, noviembre del 2018


Milagros Julissa Machado Panto
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
CLAD - 19821

Sello y Firma.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Sosa Orellana Cristhian

Identificado con DNI 00373944 Carnet de Colegio N° 09335

Con el grado de: licenciado en Administración de Empresas

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el estudiante **Randy Francisco Tinedo Romero**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes sector servicio rubro hoteles del distrito Zorritos, 2018** ; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, noviembre del 2018


Cristhian Sosa Orellana
Licenciado en Administración
CLAD 07335

Sello y Firma.

ANEXO N° 5: ECUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES

FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Reciba Usted. Mi cordial saludo:

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada “CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELES, DISTRITO DE ZORRITOS, 2018.

La información es de carácter confidencial y reservada; ya que los resultados serán manejados solo para la investigación. Agradezco anticipadamente su valiosa colaboración.

A continuación, se les presenta las siguientes preguntas que deberá responder:

I. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

NOMBRE COMERCIAL O RAZÓN SOCIAL:

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN NTC ISO 9001-2015

CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).

No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALIFICACION			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN					
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO		10	5	3	0
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.				
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.				
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.				
4.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					
Primer Párrafo					
Se tiene determinado el alcance según:					
Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.					
Debe estar documentado y disponible.					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica				
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?				
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización				

10	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.				
11	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.				
5. LIDERAZGO					
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL					
12	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.				
5.1.2 Enfoque al cliente					
13	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.				
14	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.				
5.2 POLITICA					
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA					
15	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.				
5.2.2 Comunicación de la política de calidad					
16	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.				
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN					
17	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.				
6. PLANIFICACION					
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
18	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.				
19	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.				
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS					
20	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SIG-HSQ, programas de gestión?				
21	Se mantiene información documentada sobre estos objetivos				
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS					
22	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?				
7. APOYO					
7.1 RECURSOS					
7.1.1 Generalidades					
23	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)				
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición					
7.1.5.1 Generalidades					

24	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
25	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				
7.1.6 Conocimientos de la organización					
26	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.				
7.2 COMPETENCIA					
27	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria				
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
28	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.				
7.4 COMUNICACIÓN					
29	Se tiene definido un procedimiento para las comuniones internas y externas del SIG dentro de la organización.				
7.5 INFORMACION DOCUMENTADA					
7.5.1 Generalidades					
30	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.				
7.5.2 Creacion y actualizacion					
31	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.				
7.5.3 Control de la información documentada					
32	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.				
8. OPERACIÓN					
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL					
33	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.				
34	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.				
35	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.				
36	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.				
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.2.1 Comunicación con el cliente					
37	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.				
38	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.				
39	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.				
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios					

40	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.				
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios					
41	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.				
42	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.				
43	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.				
44	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.				
45	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.				
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
46	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.				
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
47	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.				
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
48	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.				
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
49	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.				
50	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.				
51	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.				
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
52	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.				
53	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.				
54	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.				
55	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación				
56	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.				
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
57	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas				
58	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios				

59	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación				
60	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.				
61	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.				
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
62	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios				
63	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.				
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
64	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.				
65	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.				
66	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.				
67	Se conserva información documentada de estas actividades				
8.4.2 Tipo y alcance del control					
68	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.				
69	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.				
70	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.				
71	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.				
72	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.				
8.4.3 Información para los proveedores externos					
73	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.				
74	Se comunica la aprobación de productos servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.				
75	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.				
76	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.				
77	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.				
8.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO					
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					

78	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.				
79	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				
80	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				
81	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				
82	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				
83	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				
84	Se controla la designación de personas competentes.				
85	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.				
86	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.				
87	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.				
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
88	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.				
89	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.				
90	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.				
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
91	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.				
92	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.				
93	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.				
8.5.4 Preservación					
94	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.				
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
95	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.				
96	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.				
97	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.				
98	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.				
99	Considera los requisitos del cliente.				
100	Considera la retroalimentación del cliente.				

8.5.6 Control de cambios				
101	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.			
102	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.			
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
103	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.			
104	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.			
105	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.			
106	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.			
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES				
107	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.			
108	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.			
109	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.			
110	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras			
111	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO				
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICION, ANALISIS Y EVALUACION				
9.1.1 Generalidades				
112	La organización determina que necesita seguimiento y medición.			
113	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.			
114	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.			
115	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.			
116	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.			
117	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.			
9.1.2 Satisfacción del cliente				
118	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.			
119	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.			
9.1.3 Analisis y evaluacion				
120	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.			

9.2 AUDITORIA INTERNA				
121	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.			
122	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.			
123	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.			
124	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.			
125	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.			
126	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.			
127	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.			
128	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.			
9.3 REVISION POR LA DIRECCION				
9.3.1 Generalidades				
129	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.			
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección				
130	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.			
131	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.			
132	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.			
133	Considera los resultados de las auditorías.			
134	Considera el desempeño de los proveedores externos.			
135	Considera la adecuación de los recursos.			
136	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.			
137	Se considera las oportunidades de mejora.			
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección				
138	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.			
139	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.			
140	Incluye las necesidades de recursos.			
141	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.			
10. MEJORA				
10.1 Generalidades				

142	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.				
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
143	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.				
144	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.				
145	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.				
146	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.				
147	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.				
148	Hace cambios al SGC si fuera necesario.				
149	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.				
150	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.				
10.3 MEJORA CONTINUA					
151	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.				
152	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.				



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Reciba Usted. Mi cordial saludo:

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada “CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELES, DISTRITO DE ZORRITOS, 2018.

La información es de carácter confidencial y reservada; ya que los resultados serán manejados solo para la investigación. Agradezco anticipadamente su valiosa colaboración.

A continuación, se les presenta las siguientes preguntas que deberá responder:

I. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

NOMBRE COMERCIAL O RAZÓN SOCIAL:

ATENCIÓN AL CLIENTE

1. ¿Cuánto tiempo has esperado una respuesta por parte del servicio recibido?
 - () Muy largo
 - () Largo
 - () Más o menos largo
 - () Poco
 - () La respuesta fue casi inmediata
2. ¿Los representantes han escuchado tu problema atentamente?
 - () Con mucho cuidado
 - () Con bastante cuidado
 - () Más o menos
 - () Con poco cuidado
 - () No me han escuchado atentamente
3. ¿Los representantes se han animado a ayudarte?
 - () Sí, mucho
 - () Bastante
 - () Más o menos
 - () No tanto
 - () Muy poco
4. ¿En cuánto tiempo los representantes fueron capaces de ayudarte?
 - () Muy rápidamente
 - () Rápidamente
 - () Más o menos rápido
 - () Más bien lentamente
 - () Muy lentamente
5. ¿Hasta qué punto era el representante del servicio bien informado?
 - () Muy informado
 - () Bastante
 - () Más o menos

- Más bien mal
- Muy mal
6. ¿Ha quedado clara la información que ha proporcionado los representantes?
- Mucho
- Bastante
- Más o menos
- No es muy clara
- Nada
7. ¿Qué parte de tus preguntas, han sido resueltas por el servicio recibido?
- Todas
- La mayoría
- La mitad
- Menos de la mitad
- Ninguna
8. ¿Fue el servicio a usted como cliente útil?
- Sí, muy útil
- Sí, bastante útil
- No muy útil
- No, nada útil
9. En general, ¿cómo fue tu experiencia de la cooperación con los representantes?
- Mucho mejor de lo que esperaba
- Algo mejor de lo que esperaba
- Tal como lo esperaba
- Algo peor de lo que esperaba
- Mucho peor de lo que esperaba
10. ¿recomendarías a esta empresa empresa?
- Si
- No

ANEXO N° 6: MATRIZ DE DATOS

Variable	Dimensión	Código	Etiqueta de valores
Gestión de calidad	Contexto de la organización	10	Cumple completamente con los criterios
	Liderazgo	5	Cumple parcialmente con los criterios
	Planificación		
	Apoyo	3	Cumple con el mínimo de criterios
	Operación		
	Evaluación del desempeño	0	No cumple con el criterio
Mejora			
Variable	Item	Código	Etiqueta de valores
Atención al cliente	P1	1	muy largo
		2	Largo
		3	Más o menos largo
		4	Poco
		5	La respuesta fue casi inmediata
	P2	1	con mucho cuidado
		2	Con bastante cuidado
		3	Más o menos
		4	Con poco cuidado
		5	No me han escuchado atentamente
	P3	1	sí, mucho
		2	Bastante
		3	Bastante
		4	No tanto
		5	Muy poco
	P4	1	muy rápidamente
		2	Rápidamente
		3	Más o menos rápido
		4	Más bien lentamente
		5	Muy lentamente
	P5	1	muy informado
		2	Bastante
		3	Más o menos
		4	Más bien mal
		5	Muy mal
	P6	1	mucho
		2	Bastante
		3	Más o menos
		4	No es muy clara
		5	Nada
	P7	1	todas
		2	La mayoría
		3	La mitad
		4	Menos de la mitad
		5	Ninguna
	P8	1	si, muy útil
		2	Si, bastante útil
		3	No, muy útil
		4	No nada util
	P9	1	mucho mejor de lo que esperaba
2		Algo mejor de lo que esperaba	
3		Tal como lo esperaba	
4		Algo peor de lo que esperaba	
5		Mucho peor de lo que esperaba	
P10	1	si	
	2	No	

ANEXO N° 7: FOTOS



