



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE
LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO
- RUBRO HOTELES, NUEVO CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR

TORRES ESQUIVEL, MARITÉ YULIANA
ORCID. 0000-0003-3148-3861

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID. 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Torres Esquivel, Marité Yuliana

Código ORCID: 0000-0003-3148-3861

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Código ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Código ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Código ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Código ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda
Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel
Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César
Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria, por brindarme la sabiduría suficiente, por bendecirme y ser mi guía en cada paso que doy, por la maravillosa madre que me ha dado, ella es mi ejemplo de esfuerzo y sacrificio para llegar hasta donde estoy, por las personas que ha puesto en mi camino, porque cada una de ellas han dejado alguna enseñanza a mi vida.

A mi familia, por el apoyo incondicional, por la confianza y esfuerzo que pusieron para poder cumplir con mis objetivos planeados.

A mi amada hija, por ser mi orgullo, pero sobre todo mi fuente de motivación para superarme cada día y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mi madre, quien con sus palabras de aliento no me dejaba desvanecer en los peores momentos, por inculcarme valores, por estar siempre a mi lado a pesar de las adversidades; a mi amada hija, porque ella es el motor y motivo para seguir adelante, a mis demás familiares quienes me apoyaron y ayudaron a cumplir mis objetivos,

A mis amigos y compañeros por el apoyo incondicional y que siempre me brindaron su comprensión para poder cumplir con este proyecto.

RESUMEN

El motivo de esta investigación es para dar a conocer el manejo actual de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en estudio. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el diseño No experimental – transversal. Para la recolección de datos se trabajó con una muestra de 7 MYPES de una población de 10, a quienes se aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 71.00% tienen entre 31 a 50 años. El 100.00% son del género masculino. El 57.00% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitario. El 57.00% de los representantes legales de las MYPES son encargados del negocio. El 71.00% desempeñan el cargo de 7 años a más. El 57.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 4 a 6 años de permanencia, El 100.00% de las micro y pequeñas empresas, se crearon para generar ganancias. El 100.00% determinan que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 43.00% de MYPES aplican otro tipo de técnicas. El 43.00% del personal no se adaptan a los cambios y tienen dificultades. El 100.00% afirma que su personal es altamente competitivo. El 86.00% se ha capacitado para realizar una buena Gestión de Calidad. Finalmente se concluye que las Mypes deben priorizar la contratación de profesionales que conozcan realmente el manejo de la organización, enfatizando la implementación de estrategias de gestión de calidad basadas en la atención al cliente, para lo cual se recomienda buscar asesoramiento externo y aplicar la capacitación enfocándose en las necesidades de los clientes.

Palabras clave: Calidad de servicio, Gestión de calidad, Micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The reason for this investigation was generated to know how the management of quality in customer service of the micro and small companies under study. The general objective of the research was to determine the main characteristics of quality management in the micro and small companies of the services sector, hotels, Nuevo Chimbote, 2017. For the development of the work, the non-experimental - transversal design was used. For data collection, we worked with a sample of 7 MYPES from a population of 10, to whom a questionnaire of 12 closed questions was applied, using the survey technique. Obtaining the following results. 71.00% are between 31 to 50 years old. 100.00% are male. 57.00% of the representatives have a higher non-university degree of education. 57.00% of the legal representatives of the MYPES are in charge of the business. 71.00% hold office for 7 years or more. 57.00% of micro and small companies have 4 to 6 years of permanence, 100% of micro and small companies, were created to generate profits. 100.00% determine that Quality Management contributes to improving business performance. 43.00% of MYPES apply other types of techniques. 43.00% of the staff do not adapt to the changes and have difficulties. 100.00% state that their staff is highly competitive. 86% have been trained to perform Quality Management. Finally, it is concluded that the Mypes must prioritize the hiring of professionals who really know how to manage the organization, emphasizing the implementation of quality management strategies based on customer service, for which it is recommended to seek external advice and apply training focusing in the clients' needs.

Keywords: Customer service, Micro and small businesses, Quality management.

CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
3. JURADO EVALUADOR.....	iii
4. AGRADECIMIENTO.....	iv
5. DEDICATORIA.....	v
6. RESUMEN.....	vi
7. ABSTRACT.....	vii
8. CONTENIDO.....	viii
9. ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
10. ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas de la Investigación.....	9
2.3. Marco teórico conceptual.....	18
III. HIPÓTESIS.....	20
IV. METODOLOGÍA.....	21
4.1. Diseño de Investigación.....	21
4.2. Población y Muestra.....	21
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	22
4.4. Técnicas e instrumentos.....	19
4.5. Plan de análisis.....	24
4.6. Matriz de consistencia.....	25
4.7. Principios éticos.....	26
V. RESULTADOS.....	27
5.1. Resultados.....	27
5.2. Análisis de resultados.....	31
Plan de mejora.....	35
VI. CONCLUSIONES.....	43
6.1. Conclusiones.....	43
6.2. Recomendaciones.....	44
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS.....	48

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017.....	27
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017.....	28
Tabla 3. Características generales de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017.....	29
Tabla 4. Plan de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017.....	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	55
Figura 2. Género	55
Figura 3. Grado de instrucción.	56
Figura 5. Cargo que desempeña	56
Figura 6. Tiempo que desempeña en el cargo	57
Figura 7. Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro.	58
Figura 8. Objetivo principal de la empresa.	58
Figura 9. Objetivo de la Gestión de calidad	59
Figura 10. Aplicación de técnicas	59
Figura 11. Adaptación a los cambios (personal)	60
Figura 12. Personal competitivo	60
Figura 13. La capacitación en el personal	61

I. INTRODUCCIÓN

Entre los años 1989 y 1990, se plantearon una infinidad de propuestas sobre las micro y pequeñas empresas, pero recién en el año 1990, es que se hace visible el aporte de estas, tanto para en nivel económico, como también para el desarrollo nacional. Es ahí que las micro y pequeñas empresas fueron consideradas como una fuente de estrategias de sobrevivencia para los sectores más populares.

En la actualidad, el rol que vienen cumpliendo las micro y pequeñas empresas (MYPE) es realmente fundamental e importante, pues con su aporte, ya sea produciendo, ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituyen un eslabón determinante para el desarrollo en la actividad económica y la generación de más empleos. Es por eso que son consideradas como la fuerza impulsadora del crecimiento económico, la generación de empleo, y la reducción de la pobreza en los países que se encuentran en pleno desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario crece, genera más empleo; porque está demandando mayor mano de obra dentro de una micro y pequeña empresa. Aumentando de manera progresiva sus ventas, generando así mayor productividad, lo cual es beneficioso para la formación en mayor medida del producto bruto interno (PBI). Sin embargo existen delimitaciones que las MYPES (micro y pequeñas empresas) deben enfrentar; por ejemplo: afrontar los retos del futuro, sabiendo que éste es y será cada vez más complejo y competitivo, a su vez el consumidor presenta nuevas necesidades, es decir, es más exigente a la hora de elegir entre un producto y/o servicio que pueda satisfacerlos, como también las tendencias que presenta el entorno es cambiante, pero, que además el avance tecnológico, cada vez es más generalizado en el negocio empresarial y la velocidad con que se realizan las transacciones comerciales y financieras a nivel global, son factores que no pueden ser menospreciados; por lo cual, el Estado debe intervenir imponiendo un régimen estable a su vez rentable que les permita a las Mypes (micro y pequeñas empresas) poder expandirse en el mercado laboral. (Avolio, 2012)

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) generan la mayor parte del empleo en América Latina y el Caribe, regiones en donde el total de empresas suma 11 millones, de los cuales un millón son medianas y grandes empresas, según un informe divulgado por la OIT (Organización Internacional de Trabajo), las micro y pequeñas empresas generan el 47.00% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina y el Caribe, mientras que solo un 19.00% del empleo se generan en las

empresas medianas y grandes, según el informe de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), “Pequeña empresa, grandes brechas”. (Salazar, 2015)

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son la principal fuente de empleo para la población, ya que 96 de cada 100 empresas son pequeñas, y siete de cada 10 trabajadores laboran en ellas; pero, a pesar de congregarse el 70.00% de la población económicamente activa sólo generan el 30.00% de todo lo producido en el país lo que deja entrever un bajo nivel de productividad. Muchas de estas empresas surgen por la misma necesidad de empleo que no pudieron concretarse o en todo caso ser satisfechas por el Estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni mucho menos por las inversiones de empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo; y por lo tanto, estas personas influenciadas muchas veces por la misma necesidad, buscan la mejor manera de generar sus propias fuentes de ingresos de distintas maneras, creando así sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto emplearse y también a sus familiares. (Mares, 2017)

Por otro lado según Castro, (2015) más conocido como Dr. MYPE, expresó mediante una conferencia de radio (RPP noticias), que iniciar un negocio intentando competir con grandes empresas, es considerada una de las fallas más graves entre las pequeñas y medias empresas que intentan “crecer” de manera rápida, sin pensar en el futuro y el error que éstas estarían cometiendo. El gran problema aquí es que se inclinan por comenzar un nuevo negocio sin saber a quién le venderán, a qué clientes fijos estarán orientados, cometiendo el error de vender a todo el mundo con poco capital, perjudicándose ellos mismos, en donde finalmente estos negocios se convierten en “empresas de subsistencia”, caracterizado por ingresos que apenas sirven para que se mantenga.

Este problema no es solo a nivel nacional, sino también internacional, tal cual se mencionan a continuación:

Según Casado (2013) menciona que la comisión Europea ha alertado del fuerte desgaste que la crisis económica está provocando en las pequeñas y medianas empresas, muy a pesar de que éstas sean consideradas el motor de la economía española, por generar un 64,8% del valor añadido y emplear al 74,9% de la sociedad. El informe presentado alerta también que el gobierno no hace nada por tratar de ayudar a los empresarios que conforman dichas sociedades: los problemas de las finanzas siguen sin resolverse, la contratación pública no muestra indicios de mejora, pero sobre todo el retraso del pago de las facturas sigue estando muy por encima de la medida europea, Por otro lado son

muchos los casos en el que los problemas más comunes a los que se enfrentan, son la mala atención al cliente, escasa información, entre otras.

Por otro lado, según Silvera (2017) Magister en economía y Administración estratégica de negocios, mencionó en una conocida agencia de noticias “San Luis”, que las micro y pequeñas empresas en Argentina se ven enfrentadas constantemente a diferentes problemáticas de planos superpuestos, que implican aspectos cada vez más profundos de su naturaleza. Desde un punto de vista mucho más claro, se ven enfrentadas con respecto a: financiamiento, formas de acceso, la búsqueda de la eficiencia, el aprovechamiento de la nueva tecnología, la formación que emplean, el acceso a los nuevos y amplios mercados, a los cambios ambientales, calidad de sus servicios, y calidad de los servicios a los clientes, pero sobre todo por el perfeccionamiento de sus líderes.

Aunque en el país Colombiano se observa un ambiente y actitud empresarial positivo (obteniendo el cuarto puesto a nivel mundial en cuanto al emprendimiento según la universidad de Múnich), sólo el 50.00% de las MYPES (Micro y Pequeñas Empresas) colombianas sobreviven al primer año de fundarse y solo el 20.00% al tercero. Llegando a la conclusión que su falla se encuentra básicamente en la poca importancia que le ponen a la innovación y al conocimiento acerca del buen servicio que se le debe brindar al cliente, en pocas palabras, le dan poca importancia a los clientes a la hora de ser atendidos, los cuales deben ser considerados el centro de atención para la organización. La globalización es cambiante y muchas de ellas, al no estar preparadas, corren el riesgo de ser sacadas del mercado por no presentar indicios de innovación.

Por otro lado, a nivel regional, el economista Vivar (2016) dijo en el periódico el Ferrol que las micro y pequeñas empresas en la región de Ancash, están dirigidas por empresarios muy creativos pero sobre todo emprendedores, estos genios de los negocios trabajan con menos cantidad de empleados e ingresos, pero su presencia tiene cada vez más fuerza en la economía. Según el Instituto de estadística e informática, el 88.00% de la población económicamente activa (PEA) del departamento, labora en micro y pequeñas empresas. De este total, el 62.00% trabaja en las microempresas, el 9,60% trabaja en pequeñas empresas y el 9.20% en medianas empresas. Mientras apenas el 11.00% de la población ancashina puede trabajar en grandes empresas. El lado negativo de esto, es que, como todo rubro empresarial, se ven expuestos a ciertas adversidades que les resulta complejo, obligándolos así, a cerrar sus puertas antes de lo previsto, siendo unos de los

principales y más graves problemas la falta de calidad en sus servicios, como también la poca o nula importancia que tienen hacia sus clientes.

En la ciudad de Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, zona de influencia del estudio, una parte de las micro y pequeñas empresas que se dedican a ofrecer sus servicios en el rubro de hotelería, pero se desconoce si los propietarios se han capacitado mucho antes de abrir su negocio, si capacitan a sus trabajadores, si usaron al menos una vez capacitación para priorizar la buena atención al cliente, marketing, gestión, y otros puntos importantes., por tales razones muchas de las Mypes (micro y pequeñas empresas) desaparecen o simplemente se desarrollan desconociéndose en el mercado, por lo antes mencionado se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la Atención al cliente como factor relevante de la gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Hoteles, Nuevo Chimbote, 2017?

Para dar respuesta a la problemática se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017. Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las principales características de los representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017.
2. Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro Hoteles, Nuevo Chimbote, 2017.
3. Conocer las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017
4. Elaborar Plan de Mejora a los resultados

La investigación permitió conocer las principales características de la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas (MYPE) del ámbito de estudio para que los representantes tomen decisiones ante cualquier adversidad con la finalidad de mejorar la calidad y servicio de gestión para satisfacer las necesidades de los clientes y aplicar estrategias para desplazar a sus competidores.

Asimismo, esta investigación se justifica porque permitió obtener aspectos teóricos de la gestión de calidad y atención al cliente que se aplican en las micro y pequeñas empresas para su crecimiento y desarrollo.

Por otro lado, la investigación se realizó con el fin de proporcionar información válida, confiable y oportuna a los investigadores, a los estudiantes y a la sociedad interesados en el tema de gestión de calidad.

Finalmente, el trabajo de investigación se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores; ya sean productivas o de servicio del distrito de Nuevo Chimbote y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

El motivo de esta investigación es para dar a conocer el manejo actual de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en estudio. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el diseño No experimental – transversal. Para la recolección de datos se trabajó con una muestra de 7 MYPES de una población de 10, a quienes se aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 71.00% tienen entre 31 a 50 años. El 100.00% son del género masculino. El 57.00% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitario. El 57.00% de los representantes legales de las MYPES son encargados del negocio. El 71.00% desempeñan el cargo de 7 años a más. El 57.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 4 a 6 años de permanencia, El 100.00% de las micro y pequeñas empresas, se crearon para generar ganancias. El 100.00% determinan que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 43.00% de MYPES aplican otro tipo de técnicas. El 43.00% del personal no se adaptan a los cambios y tienen dificultades. El 100.00% afirma que su personal es altamente competitivo. El 86.00% se ha capacitado para realizar una buena Gestión de Calidad. Finalmente se concluye que las Mypes deben priorizar la contratación de profesionales que conozcan realmente el manejo de la organización, enfatizando la implementación de estrategias de gestión de calidad basadas en la atención al cliente, para lo cual se recomienda buscar asesoramiento externo y aplicar la capacitación enfocándose en las necesidades de los clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.2. Antecedentes

Atravero (2017), en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*, La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015. Se desarrolló usando la Metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal- retrospectivo. Llegó a los siguientes resultados: El 60.00% de los representantes legales son del género femenino, El 60.00% tienen entre 18 a 30 años de edad, El 80.00% tiene grado de instrucción superior y universitaria, el 70.00% cuenta con una antigüedad de 2 años en el rubro, el 90% tiene entre 1 a 5 trabajadores. La mayoría no aplica la gestión de calidad, el 60.00% no capacita en temas de servicio al cliente. Concluyó que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio son del género femenino (60.00%), entre 18 a 30 años de edad (60.00%), con un grado de instrucción superior (80%). Asimismo que las micro y pequeñas empresas tienen 2 años de antigüedad en el rubro (70.00%), cuentan entre 1 a 5 trabajadores (90.00%), el (60.00%) no aplica la gestión de calidad y tampoco capacitan respecto a temas de atención al cliente

Fernández (2017) en su tesis *Gestión de Calidad y capacitación al personal de la micro y pequeña empresa del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central – la esperanza, año 2016*, Se desarrolló usando la Metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal- retrospectivo tuvo como objetivo general describir las características de la gestión de la calidad y capacitación del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes 2016, obtuvo los siguientes resultados: la edad de los representantes legales de las MYPE encuestadas que más predomina es la que fluctúa en el rango de 18 a 30 años con un 44.00% de los empresarios encuestados. Respecto a las micro y pequeñas empresas, los empresarios: el 60.00% tienen más de 5 años en la actividad empresarial.

El 48.00% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas dijeron que sus trabajadores reciben capacitaciones sobre la gestión de la calidad. El 90.00% aplican la gestión de calidad. Concluyó que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tiene edad entre 18-30 años (44.00%), con más de cinco años en la actividad empresarial (52.00%). Asimismo que la mayoría de los representantes aplican la gestión de la calidad (90.00%), aplican una buena atención al cliente (50.00%), y finalmente la totalidad realiza la gestión del enfoque al cliente (100.00%).

Hidalgo (2016) en su tesis *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016* La investigación del tipo cuantitativa de diseño no experimental, describe la gestión de calidad y formalización de las Mypes del rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016. Se aplicó un cuestionario estructurado en una encuesta a representantes de una muestra de 20 Mypes. Los principales resultados, respecto al emprendedor: el 65.00% son de sexo masculino; 65.00% son administradores de profesión; el 65.00% tiene estudios universitarios; el 90.00% asume el cargo gerente. Respecto a la Mype: el 90.00% están en el rubro entre 11 a 20 años; el 55.00% trabaja con capital propio; 50.00% ocupa entre 6 a 20 personas. En Gestión de Calidad: el 70.00% de las Mypes, se hacen notar por su nivel de servicios, el 70.00% conocen técnicas de gestión empresarial; el 55.00% conocen investigación de mercado; 90.00% capacita al personal; 75.00% evalúa el nivel de satisfacción del cliente, 55.00% usan TIC y 55.00% aplican gestión de calidad.

Beteta (2015) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad en las mypes del sector servicio - rubro hotelero de la urbanización el Pacífico, Nuevo Chimbote, 2013* tuvo por objetivo describir las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio-rubro hotelero de la Urbanización el Pacífico, Nuevo Chimbote, 2013, la investigación fue cuantitativa-descriptiva. Obtuvo los siguientes resultados: El 50.00% son propietarios. El 67.00% tiene estudios de nivel superior. El 100.00% manifiesta que si está dispuesto a invertir para brindar un servicio de calidad. En conclusión, de la muestra estudiada podemos deducir que la mitad de ellos son propietarios de sus actividades económicas, asimismo la gran mayoría de las personas que conducen dichas organizaciones tienen estudios superiores ya sea técnico o universitarios

y el total de los encuestados están dispuestos a mejorar sus servicios brindando un sistema de calidad innovadora, obteniendo una mayor rentabilidad para sus negocios.

Luna (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013* tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013. La investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo. Obtuvo los siguientes resultados: El 60,9% son de sexo masculino. El 52,20% tiene entre 18 y 30 años de edad. El 47,80% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,50% tiene 3 años en actividad. El 65,20% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 100.00% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,90% aplica una gestión de calidad. El 56,60% utiliza la mejora continua como una técnica de gestión. El 47,80% se considera como dueño ante sus trabajadores. El 78,30% realiza capacitación orientada al servicio. Finalmente podemos concluir que la totalidad de los representantes de las Mypes del sector servicios- rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, la mayoría son de género masculino, tiene la edad entre 18 a 30 años con estudios universitarios y 3 años en actividad. La totalidad de las Mypes desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

Paima (2017) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y capacitación en las micro empresas del sector servicio - rubro hoteles en el distrito de Juanjui, año 2017* .Tuvo como objetivo general, Conocer las características de la gestión de calidad y capacitación en las MYPES, del sector servicios – Rubro hoteles en el distrito de Juanjui año 2017. Para la elaboración del proyecto de investigación se utilizó el, diseño no experimental – transversal. Obteniéndose los siguientes resultados: Los representantes de las Micro y pequeñas empresas, el 90.00% tiene de 51 años a más y el otro 10.00% están en 20 a 35 años y también tenemos el 90.00% de los representantes de las MYPES en sector hotelero son de sexo masculino. En mención a la gestión de calidad el 60.00% está de acuerdo a necesidad del cliente. Se concluyó que la mayoría de los representantes tienen de 51 años a más, siendo éstos del género masculino. Asimismo con respecto a la gestión de calidad la mayoría se acopla a las necesidades de los clientes-

2.3.Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeña empresa

Son consideradas como unidades económicas construidas por personas con mente emprendedora, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrollan actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, la cual posee un número reducido de trabajadores y que además establecen una relación muy cerca para con el cliente; encontrándose regulada en el TOU (Texto Único Ordenado), de la ley de competitividad, Formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas, así como lo menciona la Ley N° 28015 (2003).

Las Micro y Pequeñas empresas viene siendo en la actualidad el motor de la economía en el Perú, por esta razón son ellas quienes logran combinar los factores productivos para poder generar bienes y servicios, para una sociedad que viene presentando una serie de necesidades, mismas que necesitan ser satisfechas, por lo que éstas se convierte en el eje de la producción.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Las micro y pequeñas empresas definen su tamaño de acuerdo al número de trabajadores que laboran en ellas, como también debido a las ventas mensuales que realizan, tal cual lo menciona la modificación de la Ley 30056 (2016). Desde ahora las micro, pequeñas y medianas empresas deber ubicarse en alguna de la siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT), y abarcan de uno (1) hasta diez (10) trabajadores.
- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y abarcan de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores.
- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT, y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Congreso de la República, 2013).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa, podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el ministerio de economía y finanzas y el ministerio de la producción cada dos (2) años. Según Ley N° 30056.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

En la actualidad las MYPES (micro y pequeñas empresas) representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, por ser las protagonistas en generar más fuentes de empleo y porque también ayudan de una manera u otra en la disminución de la pobreza en nuestro país, así como lo menciona, Pantigoso (2015), que las micro y pequeñas empresas representan el 95,90% del total de establecimientos nacionales, porcentaje que se incrementará hasta el 97,90% si se unen las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES (micro y pequeñas empresas) brindan empleo a más de un 80.00% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca del 45.00% del producto bruto interno (PBI). Constituyendo así, el principal motor de desarrollo del Perú, y su importancia de basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo para la población.
- Reducen favorablemente la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son consideradas la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.

Conocer la importancia que poseen las micro y pequeñas empresas para el país como también para la población, es sumamente importante, ya que están consideradas como la principal fuente de apoyo, para personas que actualmente se encuentran desempleadas o que posiblemente se encuentren en busca de oportunidades para crecer económicamente.

Objetivos de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas (MYPE), en su gran mayoría presentan como principales objetivos: crecer y obtener el máximo beneficio posible, por otro lado ser una empresa competitiva dentro de su entorno donde está ubicada, tal y como lo manifiesta Durán, (2017), los objetivos de las MYPES (micro y pequeñas empresas) son los resultados que éstas pretenden alcanzar en un periodo de tiempo determinado y a través de los recursos que posee o planea tener a futuro. De tal manera que, establecer objetivos para un micro y pequeña empresa ayuda a:

- Incrementar las ventas.
- Lograr mayor participación en el mercado.
- Aumentar en número de vendedores.

- Crecer
- Sobrevivir.

El principal objetivo de las MYPES (micro y pequeñas empresas) en estudio es en su mayoría poder generar mayores ganancias, de tal manera que vayan creciendo y a su vez poder posicionarse en el mercado y/o rubro, lo cual es importante, porque de esta manera podrán tener reconocimiento y porque además podrán generar mayor puestos de trabajo.

Representantes de las micro y pequeñas empresas.

El empresario es aquel que cuenta con la capacidad de iniciar un nuevo negocio y hacer que funcione de la mejor manera posible, aportando conocimientos, habilidades, tal cual lo menciona Díaz (2018), que un empresario es una persona que, con información, conocimientos, contactos y altos niveles de innovación y creatividad, y que además reúne dinero, equipos, materias primas y personal con la finalidad de poner en marcha una empresa y poder lograr así el éxito. Pero para poder serlo, se debe desarrollar ciertas capacidades que influyen en el éxito y fracaso de cualquier empresa:

- Capacidad de encontrar y aprovechar oportunidades.
- Capacidad de crear e innovar.
- Capacidad de saber adaptarse al constante cambio.
- Capacidad de asumir riesgos calculados.
- Capacidad de tomar decisiones.

Estas capacidades son de vital importancia para un empresario y/o representantes de cualquier micro y pequeña empresa, porque le servirá para estar preparado ante cualquier adversidad, de tal manera que pueda afrontarla de manera positiva, para poder llevar en buen camino a la empresa en donde se viene desarrollando y así poder llegar al éxito planteado.

Atención al Cliente

Servicio que prestan las organizaciones con el único objetivo de poder satisfacer necesidades y/o dudas que presenten los clientes o huéspedes respecto al servicio que desean usar, inquietudes que deberán ser resueltas en su prontitud.

Principios de la atención al cliente

Como principios se establece que el cliente es quien valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Las exigencias del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bienes o servicios. El diseño del servicio que se brinda debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de la misma.

El coste de no dar calidad al cliente

El coste de mantener a un cliente suele ser menor que el coste de conseguir un cliente nuevo. De acuerdo con este hecho las empresas realizan un esfuerzo en sus inversiones para garantizar la calidad que ofrecen a sus clientes. Además un cliente satisfecho se convierte en la estrategia de promoción más efectiva para una empresa ya que los comentarios e un cliente fidelizado a sus amigos, conocidos y familiares atraen a potenciales clientes que cuentan con referencias de la excelencia en el servicio. (Muñiz, 2018)

Ventajas de atender mejor al cliente

- Lealtad de los consumidores, clientes y usuarios
- Incremento de la rentabilidad
- Mejor imagen y reputación
- Clara diferencia entre su competencia
- Menor rotación de personal
- Mayor participación en el mercado

Gestión de Calidad

La gestión de calidad no se centra básicamente en la calidad del servicio o producto que se ofrece, sino que también proporciona el aseguramiento de los procesos en la organización, para que exista un mayor y mejor rendimiento pero sobre todo cumplimiento de las metas propuestas al inicio, tal y como lo menciona Aguilar (2012) que la gestión de calidad es un término que posee significados específicos dentro de cada sector. Esta definición se basa en cuatro componentes:

- 1) Planeamiento de calidad
- 2) Control de calidad

- 3) Aseguramiento de calidad
- 4) Mejoras en la calidad

Las diez dimensiones de Calidad en el Servicio:

- **Confiabilidad:** Consiste en respetar lo prometido al cliente así como los niveles de exactitud requeridos, otorgando el producto o servicio de acuerdo con lo previsto y estipulado. Se obtiene al cumplir al cliente con lo que el producto o servicio ofrece.
- **Comprensión:** Implica la realización de esfuerzos serios para proveer atención esmerada e individual
- **Capacidad de respuesta:** Es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y tratando de responder rápidamente a las demandas.
- **Competencia:** Consiste en poseer habilidades y conocimientos requeridos para poder desempeñar el servicio.
- **Accesibilidad:** Facilita el contacto y acercamiento, al no hacer esperar a los usuarios.
- **Credibilidad:** Desempeñar con veracidad y honestidad, con la idea de lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes. Comprende el producto o servicio, la reputación de la empresa y las características del producto. El cliente debe poseer la seguridad de que su elección realmente fue correcta.
- **Cortesía:** Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. La cortesía in eficiencia o la eficacia sin cortesía no tienen el impacto positivo que puede tener la combinación de estas características.
- **Tangibilidad:** Evidencia de los beneficios que obtuvo el cliente al comprar el producto o adquirir el servicio.
- **Empatía:** Va más allá de la cortesía; consiste en ponerse en el lugar del cliente para poder satisfacer sus necesidades. Es un compromiso con el cliente, deseo de comprender sus necesidades y encontrarle la respuesta más adecuada.
- **Responsabilidad:** Servir al clientes pronto y eficazmente. Cuando los clientes no pueden comunicarse con la empresa debido a la burocracia, o cuando sus necesidades no son atendidas, perciben escasa responsabilidad. (Fernández, 2011)

Los 10 mandamientos para un servicio de excelencia y la conservación de los clientes.

1. El cliente es la persona más importante en la empresa.
2. El cliente no depende de usted, sino que usted depende del cliente.
3. Usted trabaja para sus clientes.
4. El cliente no interrumpe su trabajo, sino que es el propósito de su trabajo.
5. El cliente no es una fría estadística, sino una persona con sentimientos y emociones igual que usted. Trate al cliente mejor de lo que desearían que a usted lo traten.
6. El cliente no es alguien con quien discutir o para ganarle en astucia.
7. El cliente le hace un favor al visitarlo o llamarlo para hacer una transacción de negocios. Usted no le hace ningún favor sirviéndole.
8. El cliente es una parte de su empresa como cualquier otra, incluyendo el inventario, el personal y las instalaciones. Si vendiera su empresa, sus clientes se irán con él.
9. Su trabajo es satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes, siempre que sea posible, disipar sus temores y resolver sus quejas.
10. El cliente se merece ser tratado con la mayor atención, cortesía y profesionalismo que usted pueda brindarle.

Todos estos mandamientos son de suma importancia para los representantes, como también para los que laboran dentro de una empresa, ya que de esta manera podrán superar sus expectativas para con los clientes, de tal modo que éstos se irán satisfechos con el producto o servicio brindado, pero sobre todo por la buena atención que querrán regresar.

La norma ISO 9001 – Gestión de calidad

La norma ISO 9001 sobre la gestión de la calidad se centra en todos los elementos con que una empresa debe contar para poder tener un sistema efectivo que le permita mejorar la calidad de productos o servicios, tal y como lo menciona Méndez, (2015) que la ISO 9001 es una norma internacional que toma en cuenta actividades de una organización, sin distinción de sector de actividad. Esta norma se basa en el logro de la satisfacción del cliente, en la capacidad que tienen las empresas al poseer y ofrecer servicios que realmente satisfagan las necesidades que el mercado requiera.

Entonces, por lo antes mencionado, las micro y pequeñas empresas de la actualidad deben tener muy presente que el sistema de gestión de calidad favorece mucho en las diferentes

áreas de la micro y pequeña empresa, ya que gracias a estas normas podrán ser mucho más eficientes pero sobre todo rentables.

¿Por qué es importante ISO 9001 para su negocio?

Es importante porque favorece a que cualquier negocio obtenga altos niveles de resultados, mejorando sus niveles de producción, como también su imagen, así como lo manifiesta Toffel (2016), quien dice que la norma ISO de gestión de calidad proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia. Iso 9001 SGC le ayuda a transmitir:

- Compromiso a sus accionistas
- Reputación de su organización
- Satisfacción de cliente
- Ventaja competitiva

Es importante que las micro y pequeñas empresas apliquen la norma ISO 9001 porque les permitirá ser mejores cada día, como también a ser reconocidas en el rubro gracias a la buena gestión de la calidad.

Técnicas modernas de la gestión de calidad

Las técnicas modernas de gestión de calidad, permiten que las empresas puedan mejorar en sus diferentes áreas de manera más eficiente y efectiva, y a su vez ofrecer productos de calidad e innovadores donde el cliente se sienta satisfecho tanto con el producto obtenido como también con el servicio que se le brindó, existe una serie de herramientas y técnicas modernas de gestión de calidad que han surgido para poder brindar a los empresarios elementos que les permitan incrementar sus niveles de productividad y competitividad, entre ellos:

- 1) Calidad total: estrategia de gestión que implica la participación constante de los trabajadores de una organización en su mejoría, diseño, fabricación y mantenimiento de los productos y servicios que ofrece.
- 2) Benchmarking: Proceso mediante el cual se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de aspectos de la empresa con los líderes.

- 3) Atención al cliente: Es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercialicen productos, entre dos, a sus clientes para comunicarse directamente.
- 4) Empowerment: Traduce algo así como “Empoderamiento” y es una herramienta administrativa muy poderosa a través de la cual una organización le otorga a sus trabajadores la tecnología e información necesaria para que hagan uso de ella de forma óptica y responsable.
- 5) Outsourcing: también conocida como “Subcontratación” o “Tercerización” y consiste en la contratación de una agencia externa para que se encargue de operar una función que anteriormente se realizaba dentro de una compañía.

Las micro y pequeñas empresas en estudio consideraron que aplican otras técnicas de gestión de calidad, pero es recomendable que estas apliquen las técnicas mencionadas anteriormente para obtener beneficios a largo plazo como por ejemplo el reconocimiento en su entorno o rubro, que sus clientes se sientan más satisfechos en base a sus necesidades. Por lo tanto estas técnicas son de suma importancia porque gracias a ellas las MIPES logran sus objetivos planteados.

Calidad Total

Deming, (2011) Fundamentó: se enfoca a “hacer que los sistemas de organización produzcan siempre el producto o servicio con arreglo a lograr la Calidad Total”, es decir, por producto o servicio podemos entender que no es solamente el ofrecido por la empresa a sus clientes sino que también se refiere a la calidad con el que el mismo sistema de organización debe funcionar; los clientes internos de la empresa son el mismo recurso humano que entre sí se sirve y atiende cotidianamente a lo largo de las diferentes etapas del proceso administrativo; la Calidad es la nueva arma competitiva, “El proceso empresarial comienza con el cliente de hecho; si no comienza con el cliente, lo normal es que termine de repente con el cliente”.

La Gestión de Calidad, es un sistema de medios para generar económicamente productos y servicios que satisfagan los requerimientos del cliente. La implementación de este sistema en la empresa requiere de la cooperación de todo el personal de la organización, desde el nivel gerencial hasta el operativo e involucramiento de todas las áreas. Según la óptica de E. Deming, la administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que se llama Mejoramiento Continuo, donde manifiesta que “la perfección

nunca se logra pero siempre se busca”. Es decir que la búsqueda de perfección es en suma la misma perfección.

El Mejoramiento Continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo. La importancia del Mejoramiento Continuo radica en que con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la empresa.

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta lleguen a ser líderes.

Benchmarking

El Benchmarking es un proceso en virtud del cual se identifican las mejores prácticas en un determinado proceso o actividad, se analizan y se incorporan a la operativa interna de la empresa.

Destacan varios elementos clave:

- Competencia, que incluye un competidor interno, una organización admirada dentro del mismo sector o una organización admirada dentro de cualquier otro sector.
- Medición, tanto del funcionamiento de las propias operaciones como de la empresa Benchmark, o punto de referencia que vamos a tomar como organización que posee las mejores cualidades en un campo determinado.
- Representa mucho más que un Análisis de la Competencia, examinándose no sólo lo que se produce sino cómo se produce, o una Investigación de Mercado, estudiando no sólo la aceptación de la organización o el producto en el mercado sino las prácticas de negocio de grandes compañías que satisfacen las necesidades del cliente.
- Satisfacción de los clientes, entendiendo mejor sus necesidades al centrarnos en las mejores prácticas dentro del sector. (Arturo, 2015)

2.3. Marco Conceptual

Calidad

Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (recursos, procedimientos, documentos, estructura organizacional y estrategia), para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente; es decir planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en la satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la empresa.

Servicio

Es una acción, una realización, un esfuerzo, la esencia tangible o intangible de lo que se compra; es lo que en último término determina su clasificación como producto o servicio”. También es un proceso, un conjunto de actividades encaminadas a atender y satisfacer al cliente; los productos son objetos, los servicios son realizaciones.

Calidad de Servicio

Generalmente la calidad de servicio se define como un compuesto de numerosos elementos o características de calidad (cortesía, oportunidad o rapidez de entrega, producto libre de defectos al momento de la entrega, precios justos, etc.), evaluados por los clientes en relación a un servicio, según como haya sido la satisfacción de sus necesidades y expectativas.

Cliente

Persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.

Atención al Cliente

Serie de actividades diseñadas o ideadas por la empresa, que buscan satisfacer las necesidades de los clientes que acuden a la organización. La atención al cliente a través de un departamento propio es una potente y útil herramienta estratégica de marketing ya que actúa como dispositivo de control.

Hotel

Edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño. Otras prestaciones usuales son la televisión, una pequeña heladera (refrigerador) y sillas en el cuarto, mientras que otras instalaciones pueden ser de uso común para todos los huéspedes (como una piscina, un gimnasio o un restaurante).

Gestión de la Calidad

Herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios.

III. HIPÓTESIS

El presente estudio de investigación titulado: “Atención al cliente como factor relevante de la Gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. No plantea hipótesis por ser de nivel descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño

En el presente estudio se utilizó el diseño *no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativo*.

Fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observó a la Gestión de la calidad tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal, porque el estudio Caracterización de la Gestión de la Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Nuevo Chimbote. Se realizó en un espacio de tiempo determinado el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2017.

Fue descriptivo, porque solo se mencionaron las características más importantes de la Gestión de la Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro, hoteles, en el distrito de Nvo. Chimbote.

4.2. Población y Muestra

Población:

La población estuvo conformada por 7 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles, Nvo Chimbote, 2017. La información fue obtenida a través de la técnica de la encuesta, es decir, se les aplicó un cuestionario conformado por 12 preguntas a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Nvo Chimbote, 2017.

Muestra:

Se utilizó una muestra de 7 micro y pequeñas empresas del sector, servicio, rubro hoteles, Nvo Chimbote, 2017. Es decir solo 7 establecimientos fueron los que proporcionaron información en la encuesta, puesto que los demás no contaban con el tiempo suficiente para el aporte en la investigación.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Representantes	Son las personas que tienen el cargo máximo en la empresa, pueden ser los dueños o administradores, quienes tienen la labor de dirigir y gestionar las actividades relacionadas a la empresa.	Es la persona que legalmente es quien representa a la empresa y actúa en nombre de la misma, sin marginar de cual sea su edad, su género o grado de instrucción, cargo y experiencia que pueda tener.	Edad	18 a 30 años 31 a 50 años 51 a más años	Cuantitativo
			Género	Masculino Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	Sin instrucción. Educación Básica Superior no Universitaria Superior Universitaria	Nominal
			Cargo que Desempeña	Dueño Administrador Encargado	Nominal
			Experiencia En el cargo	1 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Cuantitativo

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Micro y pequeñas empresas	Son empresas de dimensión reducida, que pueden estar bajo la modalidad de persona natural o persona jurídica, y que tienen una restricción máxima de ingresos anuales.	Empresas que se diferencian por presentar niveles de ventas bajos, y no tiene que ver con la experiencia que tengan en el rubro, ni que el número de trabajadores sea mínimo, ni que sean familiares, y que son creadas para generar ganancias.	Permanencia En el rubro	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Cuantitativo
			Objetivo de Creación	Generar ganancias Subsistencia	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	La Gestión de Calidad es un proceso que involucra a todas las áreas de la empresa con la finalidad de mejorar el rendimiento de las mismas, su implementación quizá para algunos pueda ser un poco complicado pero se puede lograr.	La gestión de calidad te permite poder desarrollar técnicas modernas de gestión de manera más eficiente, y evitando dificultades al implementar , este proceso hace que se pueda evaluar el rendimiento del personal, logrando así un mejor rendimiento del negocio. s.	La gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si No	Nominal
			Técnicas modernas que aplica	Benchmarking Red-Corporativas Empowerment Las 5S Outsourcing Otros	Nominal
			Dificultades del personal	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
			Personal Competitivo	Sí No	Nominal
			La capacitación le ayudará a realizar una buena gestión de la Calidad	Si No	Nominal

4.3. Técnicas e instrumentos

En la investigación se utilizó la encuesta como técnica para la recopilación de datos Como instrumento se utilizó un cuestionario de 12 preguntas estructuradas de la siguiente forma: Características de los representantes (7), de las micro y pequeñas empresas (2) y respecto a las variables en estudio: Gestión de la Calidad (5); mediante la cual se obtuvo la información requerida para la investigación.

4.4. Plan de análisis

Para el siguiente trabajo de investigación se aplicó una encuesta de 12 preguntas a 7 representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro hoteles, Nvo. Chimbote, 2017. Se hizo uso del programa Excel para tabular los resultados y elaborar las tablas y figuras los cuales se han realizado gracias a la información que nos brindaron los representantes de las micro y pequeñas empresas. También se hizo uso del programa Microsoft Word para la redacción del texto y se utilizó el formato PDF para evitar la distorsión de los párrafos.

4.5. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población Muestra	Métodos y diseño	Técnicas e Instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la Atención al cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Hoteles, Nuevo Chimbote, 2017?	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo General: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017 • Objetivos específicos • Describir las principales características del representante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017. • Describir las principales características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro Hoteles, Nuevo Chimbote, 2017. • Describir las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017. 	Gestión de la calidad	Se utilizó una población muestral de 7 Micro y Pequeñas empresas del sector servicio – rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017.	<p>En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo.</p> <p>Fue no experimental, porque se utilizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p>Fue transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo definido en el año 2017.</p> <p>Fue descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables de estudio, fue cuantitativa, porque tuvo una estructura con la cual se puede medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se usó como técnica la encuesta, la cual se les aplicó a los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio. • El instrumento que se usó fue el cuestionario, el cual se les aplicó a los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio.

4.6. Principios éticos

En la elaboración del presente estudio de investigación no obtuvo ningún impacto negativo sobre la sociedad, por lo contrario los benefició ya que permitió recolectar datos reales tales para saber cómo se encuentran funcionando hoy en día las micro y pequeñas empresas en estudio. Por otro lado se ha procurado mantener 3 principios básicos, que ayudaron a realizar de manera plena con los objetivos señalados tales como:

- **Confiabledad:** La investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y se ubicaron datos reales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Nvo, Chimbote, para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables. Así mismo se respetó el derecho de los representantes, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- **Respeto a la dignidad humana:** Se respetó la dignidad humana de todos los involucrados directos e indirectos en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social. Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.
- **Confidencialidad:** El presente estudio se elaboró respetando el derecho de confidencialidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas entrevistadas, asegurándoles que no habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicarlos directa o indirectamente.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017.

DATOS GENERALES	N	%
Edad		
18 – 30 años	0	0.00
31 – 50 años	5	71.00
51 a más años	2	29.00
Total	7	100.00
Género		
Masculino	7	100.00
Femenino	0	0,00
Total	7	100.00
Grado de instrucción		
Sin Instrucción	2	29,00
Educación básica	0	0,00
Superior no universitario	4	57,00
Superior universitario	1	14,00
Total	7	100.00
Cargo		
Dueño	1	14,30
Administrador	2	28,60
Encargado	4	57,10
Total	7	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
1 a 3 años	1	13,30
4 a 6 años	1	15,30
7 a más años	5	71,40
Total	7	100.00

Fuente.. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017.

DATOS GENERALES	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	0	0,00
4 a 6 años	3	57,00
7 a más años	4	43,00
Total	7	100.00
La empresa se creó para		
Generar ganancias	7	100.00
Subsistencia	0	0,00
Total	7	100.00

Fuente.. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017.

Tabla 3

Características generales de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles año 2017.

Gestión de Calidad	N	%
La gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Sí	7	100,00
No	0	0,00
Total	7	100,00
Técnicas modernas que aplican		
Benchmarking	1	14,00
Red-Corporativas	1	14,00
Empowerment	1	15,00
Las 5 C	1	14,00
Outsorsing	0	0,00
Otros	3	43,00
Total	7	100,00
Dificultades del personal		
Poca iniciativa	0	0,00
Aprendizaje lento	1	14,00
No se adaptan a los cambios	3	43,00
Desconocimiento del puesto	0	0,00
Otros	3	43,00
Total	7	100,00
Su personal es bien competitivo		
Si	7	100,00
No	0	0,00
Total	7	100,00
La capacitación le ayudará a realizar una buena gestión de Calidad		
Si	6	85,70
No	1	14,30
Total	7	100,00

Fuente.. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector servicios, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017

Tabla 4

Plan de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017.

Problemas encontrados Resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
Sobrevaloración de los servicios	Aprovechamiento por parte de los representantes y del área de marketing que suelen aprovecharse de su “tiempo de permanencia y reconocimiento” aumentando el precio de sus servicios.	Incorporar a los miembros responsables para velar por la correcta gestión de calidad sin la necesidad de sobrevalorar los servicios.	Gerente general y Administrador
Poca importancia a la capacitación	El desinterés por parte del representante a la hora de capacitar a su personal para que este sea altamente competente	Implementar un plan de capacitaciones constantemente en beneficio de la organización	Alta dirección y Administrador
Falta de ideas de innovación para ofrecer nuevos servicios	Los representantes se enfocan en otras actividades y descuidan las necesidades que los clientes realmente necesitan.	Valorar el trabajo en equipo, aportando ideas en base a las necesidades del cliente y diferenciándose de la competencia.	Gerente general y administrador
Mal manejo del uso de las tics dentro de la organización (correo corporativo, redes sociales, entre otros)	Al desinterés que muestran los jefes de cada área respecto al uso inadecuado de las redes sociales, perjudicando la imagen de la empresa.	Designarle a un colaborador tareas y responsabilidades basadas en el manejo de las tecnologías	Jefe del área de marketing

5.2. Análisis de los resultados

Tabla 1.

Referente a las características generales de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

A la pregunta, edad de los representantes: El 71.00% tienen edad promedio entre 31 a 50 años, estos resultados contrastan con Atravero (2017), quien manifiesta que el 60.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años de edad, así mismo coinciden con lo hallado por Fernández (2017), quien menciona que los representantes tienen entre 18 y 30 años de edad con un 44.00%, a su vez coinciden con lo encontrado por Luna (2016), quien menciona que el 52,2% de los representantes tienen edad promedio entre 18 a 30 años, por otro lado contrastan con Paima (2017), quien afirma que el 90.00% tienen de 51 años a más y que el otro 10.00% están entre 20 a 30 años de edad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del Sector servicio, Rubro hoteles, Nuevo Chimbote año 2017; están siendo dirigidas por personal con mayoría de edad, haciendo notar que poseen un alto índice de rendimiento, lealtad, pero sobre todo experiencia en el rubro.

A la pregunta, género de los representantes: El 100.00% son del género masculino, resultados que coinciden con Paima (2017), Luna (2016), Hidalgo (2016), con un 90.00%, 60,90% y 90.00% respectivamente, por otro lado contrastan con los resultados encontrados por Atravero (2017), quien menciona que el 60.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del género femenino. Esto demuestra que en su totalidad, las MYPES están siendo dirigidas por personas del género masculino, porque son quienes tienen una figura marcada a través del tiempo en el ámbito laboral como autoridad dentro de un grupo.

A la pregunta, grado de instrucción de los representantes: El 57,10% tiene grado de instrucción no universitario, estos resultados contrastan con Atravero (2017), Hidalgo (2016), Beteta (2015) y Luna (2015) quienes demostraron que los representantes de las micro y pequeñas empresas sí cuentan con grado de instrucción universitaria en un 80.00%, 65.00%, 67.00% y 47,80% respectivamente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles en el distrito de

Nuevo Chimbote, 2017; están siendo dirigidas por representantes que aún no cuentan con un grado de instrucción universitaria, representando así una gran desventaja para las MYPES ya que no estarían preparados en su totalidad para poder estar al mando.

A la pregunta, cargo que desempeñan los representantes: El 57.00% son encargados del negocio, resultados que se asemejan con Hidalgo (2016) quien menciona que el 90.00% de los representantes legales tienen el cargo de propietarios, por otro lado contrastan con los resultados hallados por Beteta (205), quien llegó a la conclusión de que el 50.00% son propietarios pero no ejercen el cargo. Esto demuestra que demuestra que la mayoría de las MYPES en estudio están siendo dirigidas por los encargados de la empresa, debido a la falta de tiempo de los dueños, que a su vez tienen la posibilidad de contratar encargados para velar por los asuntos de la organización, es así donde delega funciones para poder enfocarse en tareas más importantes.

A la pregunta, tiempo que los representantes desempeñan el cargo: El 71.00% desempeñan el cargo de 7 años a más, resultados que se asemejan a los datos encontrados por Hidalgo (2016) quien menciona que el 90.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas están en el rubro entre 11 años a más, por otro lado contrastan con lo encontrado por Atrevero (2017), Fernández (2017) y Luna (2016) quienes mencionan que los representantes tienen menos años en el rubro, siendo estos: 2, 5 y 6 años respectivamente. Demostrando que la mayoría de los representantes de las MYPES desempeñan el cargo por un tiempo mayor a 7 años, dando a conocer que son ellos quienes tienen la capacidad y experiencia necesaria para dirigir eficientemente una empresa y así permanecer en el transcurso de los años.

Tabla 2.

Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas

A la pregunta, tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro: El 51,10% cuentan con 4 a 6 años de permanencia, el 42,90% permanece más de 7 años en el rubro, resultados que contrastan con lo hallado por Atrevero (2017) donde demuestra que el 70.00% de mas Mypes encuestadas tienen recientemente 2 años en el rubro, por otro lado contrastan con los resultados encontrados por Fernández (2017) quien menciona que el 60% tienen más de 5 años en actividad empresarial, así mismo contrastan con los resultados obtenidos por Hidalgo (2016) quien determina que el 90.00% de más micro y pequeñas

empresas están el rubro entre 11 a 20 años, contrastando también con los resultados hallados por Luna (2016) quien determinó que el 43,50% tienen recientemente 3 años en actividad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 y 7 años de permanencia en el rubro, lo cual se ve reflejado en la buena gestión de sus recursos, lo que les ha permitido adaptarse al mercado y las exigencias de este.

A la pregunta, objetivo de creación de las Mypes: El 100.00% de las micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias. Esto demuestra que en su totalidad se crearon para generar rentabilidad y economía para la empresa, para que de esta manera se puedan solventar los gastos en los que incurren, además de generar estabilidad laboral en el mercado.

Tabla 3.

Características de la Atención al cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas

A la pregunta, si la gestión de calidad mejora el rendimiento de las empresas (Tabla 3): El 100.00% determina que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, coincidiendo con los resultados encontrados por Fernández (2017), Hidalgo (2016), Beteta (2015), Luna (2016) y Paima (2017), quienes llegaron a la conclusión que el uso de la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio en un 90.00%, 55.00%, 100.00%, 60,90% y 60.00% respectivamente, porque mediante su implementación en los procesos de la empresa podrán tener resultados óptimos y de acuerdo a las exigencias del cliente y entorno.

A la pregunta, ¿Qué tipo de técnicas aplican? (Tabla 3): El 43.00% de las micro y pequeñas empresas aplican otro tipo de técnicas; mientras que el Benchmarking, Red-Corporativas, Empowerment y las 5 C son aplicadas en un 14.00%. Esto demuestra que en la actualidad las Mypes están preparadas para el bueno manejo de su personal, y el trabajo en equipo; debido a que deber tener un alto índice de rendimiento y productividad.

A la pregunta, Dificultades del personal (Tabla 3), El 43.00% del personal de las micro y pequeñas empresas no se adaptan a los cambios y tienen otro tipo de dificultades, el

14.00% tiene un aprendizaje lento. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores no poseen la capacidad de adaptarse a los cambios, debido a múltiples factores: personales, económicos, sociales, entre otros. Por ello, el representante se encuentra en la responsabilidad de brindar oportunidades que faciliten a los trabajadores poder adaptarse al entorno, obteniendo así personal eficiente.

A la pregunta, personal competitivo (Tabla 3): El 100.00% de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles del distrito de Nuevo Chimbote indican que su personal es altamente competitivo. Esto demuestra que el personal tiene la capacidad para la buena toma de decisiones y generar competencia, así mismo es necesario que estén en constante preparación y desarrollo de sus conocimientos.

A la pregunta, la capacitación le ayudará a realizar una buena gestión de calidad (Tabla 3): El 86.00% de las Mypes si se capacitaron para poder realizar una buena gestión de calidad. Esto demuestra que utilizan adecuadamente los recursos para poder capacitar a su personal y aprovechar los recursos al máximo.

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Nombre o razón social: Hotel Arco Iris

Dirección: Jr. Huaraz B-7 1era Etapa Urb. Buenos Aires – Nuevo Chimbote

Nombre del representante: Heraclio García Jara

Historia. Hotel Arco Iris es una empresa que inició sus actividades hace aproximadamente más de 10 años y desde ahí hasta la actualidad, sigue en el mercado y en el mismo rubro. La dirección actual en la que se encuentra es la misma en donde se inició. A través de los años se ha ganado el reconocimiento de las personas que acuden a ella en busca de un ambiente acogedor y confortable, además de un amplio espacio de recepciones que puede llegar a albergar a más de 600 personas. Lo que ha mantenido estar vigente hasta la actualidad en el mercado y seguir operando en este rubro.

2. Misión

Nuestro objetivo principal y que tenemos que cumplir día a día es la satisfacción total de cada uno de nuestros huéspedes y clientes. Proveer un servicio integral de hotelería, calidez a todos nuestros huéspedes y clientes haciendo de la excelencia nuestra carta de presentación.

3. Visión

Tenemos la visión de ser reconocidos en nuestro medio, y como tal ubicarnos como el preferido de nuestros huéspedes. La calidad de servicio está basada en los años de experiencia adquiridos por el propietario y trabajadores. Lograr la preferencia y satisfacción de nuestros clientes excediendo sus expectativas de buen servicio.

4. Objetivos

El Hotel Arco Iris es un establecimiento direccionado al público en general, quienes buscan un lugar agradable, confortable y que además satisfaga sus necesidades, garantizando un excelente servicio de calidad, por tales razones es que se cuentan con los siguientes objetivos generales:

- Fidelización de clientes
- Satisfacer las necesidades de los huéspedes y clientes en su totalidad
- Aumentar los servicios en base a las necesidades de los clientes

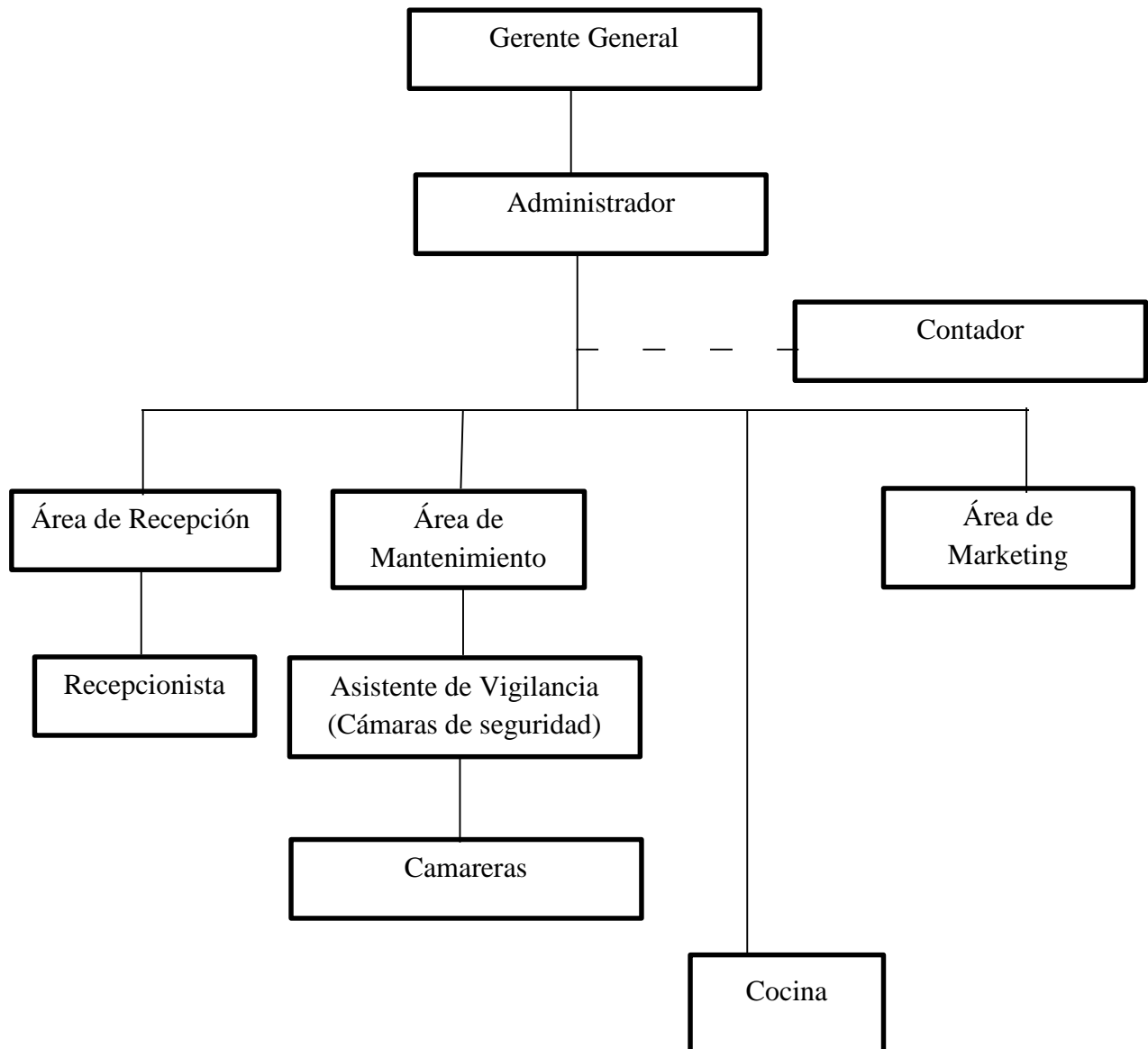
- Mantener motivados a los trabajadores

5. Servicios

Alojamiento, sala de recepción

También contamos con 2 exclusivos locales totalmente techados con capacidad de hasta 600 personas, brindándoles un servicio integral para fiestas tales como matrimonios, quinceañeros, cumpleaños, promociones, bautizos, graduaciones, aniversarios, despedidas, fiestas sorpresas, desfiles y todo tipo de compromisos sociales y empresariales.

6. Organigrama de la empresa



a. Descripción de Funciones

Cargo	Gerente General
Funciones	*Planificar, organizar, dirigir, controlar y velar por el crecimiento de la organización y su equipo de trabajo

Cargo	Administrador
Funciones	*Maneja óptimamente los recursos materiales, humanos, financieros y tecnológicos que le son confiados

Cargo	Contador
Funciones	*Diseña, gestiona y ejecuta estrategias económicas *Administra y supervisa los riesgos financieros

Cargo	Jefe del Área de Recepción
Funciones	*Recibir con un trato amable a todos los huéspedes sin ninguna importancia o jerarquía *Atender el teléfono *Gestionar el correo electrónico del hotel *Realizar un control de las reservas *Sugerir punto de interés *Velar porque se cumplan los protocolos del hotel

Cargo	Jefe del Área de Mantenimiento
Funciones	*Controlar el correcto funcionamiento de las maquinarias del hotel *coordinar las reparaciones con proveedores de servicios externos *administrar las compras, el stock de los accesorios y velar por la limpieza de la organización *confeccionar un plan anual de mantenimiento *Coordinar los cursos de capacitación de seguridad para todo el personal del hotel.

Cargo	Chef (Cocina)
Funciones	*Planificación del trabajo *Elaboración de los menús, cartas y etc. *Trato con proveedores

Cargo	Jefe del Área de Marketing
Funciones	*Investigación de la competencia *Identificación de clientes potenciales

b. Diagnóstico Empresarial

	FORTALEZA	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	F1. Amplia cartera de servicios acorde a las necesidades de los clientes y huéspedes	D1. Sobrevaloración de los servicios.
FACTORES EXTERNOS	F2. Financiamiento para expandir la empresa con nuevas sucursales	D2. Poca importancia a la capacitación
	F3. Reconocida a lo largo de los años	D3. Falta de innovación para ofrecer nuevos servicios.
	F4. Uso de la tecnología (redes sociales)	D4. Mal manejo del uso de las TICS dentro de la organización (correo corporativos, redes sociales, entre otros)
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
O1. Expansión para sector empresarial	FO1. Gozar de los servicios que poseen para poder expandir nuevas sucursales dentro y fuera del distrito.	DO1. Brindar un servicio de excelencia basado en precios accesibles y tentadores.
O2. Expansión de nuevos(sucursales)	FO2. Proyectar la idea de crear nuevas sucursales	DO2. Velar por la importancia de la capacitación.
O3. Diversificar los servicios adicionales	FO3. Potenciar la diversificación de servicios para mantenerse vigentes como una empresa reconocida y de prestigio	DO3. Potenciar la innovación para el aumento de nuevos servicios enfocados en las necesidades de los clientes.
O4. Incrementos de clientes vía internet	FO4. Capacitar respecto al uso de las TICS para la captación de clientes potenciales	DO4. Capacitar respecto al uso adecuado de la tics en beneficio de la organización.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
A1. Aumento de competidores en la zona	FA1. Plantear novedosas promociones que se diferencien de la competencia.	DA1. Instaurar promociones dirigidas a clientes potenciales
A2. Competencia con mejor infraestructura	FA2. Aprovechar el potencial económico para el mejoramiento de la misma	DA2. Priorizar la percepción de la empresa por dentro y por fuera.
A3. Inseguridad	FA3. Implementar mejores servicios de seguridad	DA3. Velar por la seguridad de los clientes y huéspedes.
A4. Ubicación apartado de la zona céntrica de Nvo. Chimbote	FA4. Trazar nuevas y mejores estrategias para la captación de clientes y/o turistas que visitan la ciudad.	DA4. Potencializar el uso de las TICS

7. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de los Indicadores dentro de las Mype
Implementación de la Gestión de Calidad	Lo que impide el aprovechamiento de la gestión de calidad es la sobrevaloración de los servicios
Evaluar el rendimiento y satisfacción de los trabajadores en la organización	La capacitación que reciben los trabajadores es regular
Innovación de servicios con un valor agregado	Los representantes no tienen interés en la importancia de la innovación de servicios.
Implementar programas de capacitación respecto a las necesidades del personal	Los trabajadores de la organización no poseen los conocimientos necesarios acerca del uso y manejo de las Tics.

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Implementación de la Gestión de calidad	Precios prominentes de algunos servicios ofrecidos	Aprovechamiento por parte de los representantes y del área de marketing que suelen aprovecharse de su “tiempo de permanencia y reconocimiento” aumentando el precio de sus servicios.
Evaluar el rendimiento y satisfacción de los trabajadores en la organización	Escasa consideración de la capacitación como herramienta efectiva en la G.C.	El desinterés por parte del representante a la hora de capacitar a su personal para que este sea altamente competente
Innovación de servicios con un valor agregado	No se precisa innovación para ofrecer nuevos servicios	Los representantes se enfocan en otras actividades y descuidan las necesidades que los clientes realmente necesitan.
Implementar programas de capacitación respecto a las necesidades del personal	Empleo suprimido del uso de las TICS	Al desinterés que muestran los jefes de cada área respecto al uso inadecuado de las redes sociales, perjudicando la imagen de la empresa.

9. Establecer Soluciones

a. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Implementación de la Gestión de Calidad	Precios prominentes de algunos servicios ofrecidos	Incorporar a los miembros responsables para velar por la correcta gestión de calidad sin la necesidad de sobrevalorar los servicios.
Evaluar el rendimiento y satisfacción de los trabajadores en la organización	Escasa consideración de la capacitación como herramienta efectiva en la G.C.	Implementar un plan de capacitaciones para evaluar y preparar al personal para una debida atención al cliente
Innovación de servicios con un valor agregado	No se precisa innovación para ofrecer nuevos servicios.	Valorar el trabajo en equipo, aportando ideas en base a las necesidades del cliente y diferenciándose de la competencia.
Implementar programas de capacitación respecto a las necesidades del personal	Empleo suprimido del uso de las TICS.	Designar tareas y responsabilidades basadas en el manejo de las tecnologías.

b. Estrategias que se desean implementar





N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Incorporar a los miembros responsables para velar por la correcta gestión de calidad sin la necesidad de sobrevalorar los servicios.	Falta de compromiso y seriedad	6 meses	Excelente servicio en atención al cliente	Programar reuniones basadas en las propuestas de mejora para avanzar en equipo, resaltando los beneficios que traerá la aplicación de una buena gestión de calidad
2	Implementar un plan de capacitaciones para evaluar y preparar al personal para una debida atención al cliente	Falta de iniciativa	5 meses	Personal altamente competitivo y motivado	Crear un cronograma de evaluación que permita medir el rendimiento de cada área.
3	Valorar el trabajo en equipo, aportando ideas en base a las necesidades del	Falta de unión, trabajo en equipo y	6 meses	Salud organizacional, además se	Fomentar actividades en equipo que ayuden a mejorar la

	cliente y diferenciándose de la competencia.	compromiso por la empresa		fomentará el trabajo en equipo para llegar a las metas propuestas	comunicación entre las distintas áreas
4	Designar tareas y responsabilidades basadas en el manejo de las tics.	Falta de confianza	8 meses	Modernización de la empresa en el ámbito virtual	Generar mayor captación de clientes que navegan en el mundo de las redes sociales.

c. Recursos para la implementación de estrategias

Nº	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Programar reuniones basadas en las propuestas de mejora para avanzar en equipo, resaltando los beneficios que traerá la aplicación de una buena gestión de calidad	Gerente general y Administrador	s/.1500 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipo y tiempo	8 meses
2	Crear un cronograma de evaluación que permita medir el desempeño de cada área	Alta dirección y Administrador	s/.1000 mensuales	Local, materiales y equipo	1 año
3	Fomentar actividades en equipo que ayuden a mejorar la comunicación entre las distintas áreas.	Gerente general y administrador	s/.1600 mensuales	Tiempo, materiales	6 meses
4	Generar mayor captación de clientes que navegan en el mundo de las redes sociales.	Jefe del área de marketing	s/.1500 mensuales	Equipos y tiempo	6 meses

10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero – Diciembre
1	Programar reuniones basadas en las propuestas de mejora para avanzar en equipo, resaltando los beneficios que traerá la aplicación de una buena gestión de calidad.	01-01-20	30-08-20	
2	Crear un cronograma de evaluación que permita medir el desempeño de cada área	01-01-20	30-12-20	
3	Fomentar actividades en equipo que ayude a mejorar la comunicación entre las distintas áreas.	01-01-20	30-06-20	
4	Generar mayor captación de clientes que navegan en el mundo de las redes sociales	01-01-08	30-06-20	

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro Hoteles en el Distrito de Nuevo Chimbote, 2017; tienen una edad promedio de 31 a 50 años de edad, son del género masculino, tienen un grado de instrucción no universitario, son los encargados del negocio y vienen desempeñando en el cargo más de 7 años.

Las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro Hoteles, en el Distrito de Nuevo Chimbote, 2017; tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro y se crearon con la finalidad de generar ganancias.

Los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro Hoteles, en el Distrito de Nuevo Chimbote, 2017; determinan que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, aplican Otro tipo de técnicas modernas, su personal es altamente competitivo y miden su rendimiento mediante la técnica de la evaluación, reconocen que la excesiva rotación de personal le impide una adecuada Gestión de Calidad y que la capacitación es una herramienta para llegar a ello.

- El plan de mejora propuesto en esta investigación contribuirá en mejorar la gestión empresarial, mediante el diagnóstico, determinando factores internos y externos, el cual favorecerá en la adecuada gestión de calidad y atención al clientes en las micro y pequeñas empresas, en donde también se lograron plantear estrategias, que contribuirán en el crecimiento, desarrollo y permanencia de la empresa en el rubro de hoteles.

RECOMENDACIONES

- Priorizar la contratación de profesionales que conozcan realmente el manejo de la organización, y la forma adecuada de poder abordar problemas, para que de esta manera se pueda implementar una adecuada gestión de calidad basada en la atención a los clientes que acuden a la empresa para satisfacer alguna necesidad, considerando que éstos son el principal motor de funcionamiento de la misma.
- Enfatizar en la implementación de estrategias de gestión basadas en atención a los clientes, ya que el mercado de hoy en día es cambiante, las necesidades varían y los clientes o huéspedes se vuelven cada vez más exigentes a la hora de adquirir algún servicio; de tal modo que las organizaciones deben estar preparadas ante cualquier adversidad. Teniendo en cuenta que de esta manera tendrán clientes satisfechos e indudablemente regresarán, volviéndose así clientes fijos de la empresa.
- Buscar asesoramiento externo como también programar capacitaciones para los trabajadores, priorizando el trabajo en equipo, trazarse metas; enfocándose en las necesidades de los clientes, ya que la atención vendrá directamente de ellos y por lo mismo deberán saber recibir a los huéspedes que deseen alojarse en la empresa, brindando siempre el mejor trato.
- De acuerdo al plan de mejora, se recomienda al Gerente General realizar siempre un diagnóstico amplio en la empresa para observar e identificar problemas tales como: Insatisfacción de los clientes, inconformidad, como también la falta de compromiso del personal, la poca interactividad con la tecnología, entre otros. De tal modo que dichos inconvenientes se puedan contrarrestar a tiempo, sin perjudicar a la empresa. Por otro lado también se recomienda invertir en capacitaciones para los trabajadores, pensando siempre en que si los empleados cuentan con una formación adecuada, los clientes recibirán la atención que buscan, ganando así su confianza, y lo más probable es que vuelvan. Y por último, priorizar el trabajo en equipo y enfocarse en el uso de las tics, para la captación de clientes potenciales, quienes buscan un excelente servicio de hotel en las redes sociales.

Referencias Bibliográficas

Aguilar, (2012) *Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>

Arturo, K. (2015) Qué es y cómo aplicar el Benchmarking. Recuperado el 19 de Octubre 2019 de <https://www.crecenegocios.com/que-es-y-como-aplicar-el-benchmarking/>

Atravero, A. (2017) *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*(Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Pucallpa. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043553>

Avolio, A. (2012) *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES), Revista Strategia; No 22 (2012); pag 70 – 80, CENTRUM Católica*, recuperado el 16 de Octubre 2015, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126>

Beteta, P. (2015) *Caracterización de la gestión de calidad en las mypes del sector servicio - rubro hotelero de la urbanización el Pacífico, Nuevo Chimbote, 2013*(Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041263>

Casado, R. (2013) *La Financiación en las MYPES en la Unión Europea y En España ante una situación de crisis económica y financiera*. Recuperado el 23 de Octubre del 2016, de <http://www.cilea.info/public/File/27%20Seminario%20Bogota/2%20ESPANA%20CASADO%20ponencia%20130821%20&%20CV.doc.pdf>

Castro, A. (2015) *Fallas comunes de las micro y pequeñas empresas en su intento de crecer*. Consultado el 30 de octubre del 2018. Disponible en: <https://rpp.pe/lima/actualidad/fallas-comunes-de-las-micro-y-pequenas-empresas-en-su-intento-de-crecer-noticia-837187>

Deming, E. (2011) *Calidad, Productividad y Competitividad – La salida de la crisis*. Consultado el 19 de Octubre del 2019 de [https://books.google.com.pe/books?id=T_Z1DwAAQBAJ&pg=PA176&lpg=PA176&dq=deming+e.+2011\).+lla+salida+de+la+crisis&source=bl&ots=2p3t5X3Wsn&sig=ACfU3U0VwRr](https://books.google.com.pe/books?id=T_Z1DwAAQBAJ&pg=PA176&lpg=PA176&dq=deming+e.+2011).+lla+salida+de+la+crisis&source=bl&ots=2p3t5X3Wsn&sig=ACfU3U0VwRr)

Díaz, J. (2018) *¿Qué necesita aprender un emprendedor para tener éxito en los negocios?* Consultado el 18 de Octubre del 2019 de <https://www.negociosyemprendimiento.org/2018/09/aprender-emprendedor-negocios.html>

Durán, (2017) *Microempresas, Pymes y Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado el 19 de octubre 2018 de <https://www.sdgfund.org/es/microempresas-pymes-y-objetivos-de-desarrollo-sostenible>

Fernández, S. (2017) *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014* (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037811>

Fernández, P. (2011). *Las Diez Dimensiones de la Calidad en el Servicio*. Recuperado el 20 de Abril del 2018 de <http://miguelfernandezp.blogspot.com/2011/11/las-10-dimensiones-de-la-calidad-en-el.html>

Hidalgo Del Águila. (2016) *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016*(Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Iquitos. Recuperado el 17 de Octubre 2019, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043537>

Luna, H. (2016) *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*(Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, recuperado el 17 de octubre del 2019, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>

Mares, C. (2017) *Las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) en el Perú*. Recuperado el 19 de setiembre del 2016, de: http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Méndez, (2015) *Nueva ISO 9001 Sistema de Gestión de Calidad*, recuperado el 19 de Octubre 2019 de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/4-4-sistema-de-gestion-de-la-calidad/>

Ministerio de trabajo, (2013) *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Recuperado el 19 de Setiembre del 2016 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Muñiz Gonzales, R. (2018) *Marketing en el Siglo XXI 5° Edición. Capítulo 11, "Atención al Cliente"*. Recuperado el 16 de Enero del 2020 de, <https://www.marketing-xxi.com/departamento-de-atencion-al-cliente-104.htm>

Paima Vázquez. (2017) *Caracterización de la gestión de calidad y capacitación en las micro empresas del sector servicio - rubro hoteles en el distrito de Juanjui, año 2017*. (Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tingo María. Recuperado el 20 de abril del 2018, de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045313>

Pantigoso, (2015) *Importancia de las Mypes en el Perú*. Recuperado el 20 de Abril 2018 de <https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-el-crecimiento-economico/>

Salazar, (2015) *Micro y Pequeñas empresas son motor de empleo en América Latina*. Recuperado el 18 de Abril 2018 de <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/878161-330/micro-y-peque%C3%B1as-empresas-son-motor-de-empleo-en-am%C3%A9rica-latina>

Silvera, (2017) *La situación actual de las Mypes. Columna Profesional*. Recuperado el 20 de Abril del 2018, de: <http://agenciasanluis.com/notas/2017/04/14/la-situacion-actual-de-las-pymes/>

Toffel, M. (2016) *Iso 9001 Sistema de Gestión de Calidad*. Recuperado el 26 de abril del 2018 de: <http://www.lrq.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>

Vivar, J. (2016) *Las MYPES en Chimbote: ¿Cómo aceleramos el motor?. Periódico el Ferrol.P.5*. Recuperado el 26 de Abril del 2018 de: <http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-mypes-en-chimbote-como-aceleramos-el-motor>

Anexos

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES AÑO 2020										
N°	ACTIVIDADES	FEBRERO			MARZO					ABRIL
		08	15	22-29	01-06	07	08-13	14	15-31	02-14
1	Redacción del informe preliminar	X	X	X						
2	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación				X	X	X			
3	Pre Banca							X	X	
4	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación								X	
5	Presentación de ponencia en jornadas de investigación								X	
6	Redacción del artículo científico									X
7	Sustentación final									X

Anexo 2. Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total (S/.)
Suministros(*)			
✓ Impresiones	70	S/0.20	S/14.00
✓ Fotocopias	50	S/0.10	S/5.00
✓ Papel bond A-4	200	S/0.10	S/20.00
✓ Empastado	1	S/35.00	S/35.00
Sub Total			S/74.00
Gastos de Pasajes			
✓ Nuevo Chimbote – Centro de Chimbote	6	S/4.00	S/24.00
Sub Total			S/24.00
Taller de Titulación			
✓ Matrícula	1	S/300.00	300.00
✓ Pensiones	2	S/850.00	1,700.00
✓ Turnitin	1	S/100.00	100.00
Sub Total			S/2,100.00
Total presupuesto desembolsable			S/2,198.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
Categoría	Base	% o número	Total
Servicios			
✓ Uso del Internet (Laboratorio de Aprendizaje digital – LAD)	30.00	4	S/120.00
✓ Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	S/70.00
✓ Soporte Informático (Módulo de Investigación del ERP University-MOIC)	40.00	4	S/160.00
✓ Publicación del artículo en repositorio institucional	50.00	1	S/50.00
Total presupuesto no desembolsable			S/400.00
TOTAL DEL PRESUPUESTO			S/2,598.00

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante

Anexo 3 Cuadro de sondeo

N°	RAZÓN SOCIAL	REPRESENTANTE	UBICACIÓN
1	Hotel Caalé	Anónimo	Urb. El bosque E -25 Nuevo Chimbote
2	Hotel Tabú Golden	Anónimo	Mz. F3 Lt.22 Urb. Miguel Grau, Av. Anchoveta, Nuevo Chimbote
3	Hotel Arcoiris	Anónimo	Jr. Huascarán B-7, Nuevo Chimbote
4	Hotel Chelsea	Anónimo	1ra Etapa Urb. Buenos Aires Mz A Lt. 1, Nuevo Chimbote
5	Hotel Los Cocos	Anónimo	Av. Pacifico E-1, Urb. Bs. As., Nuevo Chimbote
6	Hotel Maresta Lodge	Anónimo	Jr. Samanco 320, Nuevo Chimbote
7	Hotel Buenos Aires	Anónimo	Jr. Huambacho 296 Urb. Buenos Aires, Nuevo Chimbote

Anexo 4 Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN CUESTIONARIO

El presente cuestionario surge para recolectar información y a su vez servirá para el estudio de investigación siguiente: “Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles, Nuevo Chimbote, 2017.”. Tesis que servirá para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

La información que usted proporcionara será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece de antemano su valiosa información y colaboración.

I. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad de los representantes de las Micro y pequeñas empresas.

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

2. Género:

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción:

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

4. Cargo

- a) Dueño
- b) Gerente
- c) Administrador
- d) Encargado

5. Tiempo que desempeña en el cargo:

- a) 1 – 3
- b) 4 – 6
- c) 7 a más

II. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESAS:

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 - 3
- b) 4 - 6
- c) 7 a más

7. Su empresa se creó para:

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

III. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

8. La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

- a) Si
- b) No

9. Dificultades del personal

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

10. Su personal es bien competitivo

- a) Si
- b) No

11. Técnicas para medir el rendimiento del personal

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360º
- e) Otros

12. La capacitación le ayudaría a realizar una Gestión de Calidad

- a. Si
- b. No

Anexo 5. Hoja de Tabulación

N°	Preguntas	Respuestas	Tabulación	F.A	F.R
01	Edad	18 – 30 años	-----	0	0,00
		31 – 50 años	IIII	5	71,00
		51 años a más	II	2	29,00
		Total	IIII II	7	100,00
02	Género	Masculino	IIII II	7	100,00
		Femenino	-----	0	0,00
		Total	IIII II	7	100,00
03	Grado de Instrucción	Sin Instrucción	II	2	29,00
		Educación Básica	-----	0	0,00
		Superior no universitario	III	4	57,00
		Superior universitario	I	1	14,00
		Total	IIII II	7	100,00
04	Cargo	Dueño	I	1	14,30
		Administrador	II	2	28,60
		Representante Legal	III	4	57,10
		Total	IIII II	7	100,00
		05	Tiempo que desempeña en el cargo	1 – 3 años	I
4 – 6 años	I			1	15,30
7 años a más	IIII			5	71,40
Total	IIII II			7	100,00
06	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 – 3 años	-----	0	0,00
		4 – 6 años	III	3	57,00
		7 años a más	III	4	43,00
		Total	IIII II	7	100,00
07	La empresa se creó para	Generar ganancias	IIII II	7	100,00
		Subsistencia	-----	0	0,00
		Total	IIII II	7	100,00

08	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Sí	IIII II	7	100,00
		No	-----	0	0,00
		Total		7	100,00
09	Técnicas modernas que aplican	Benchmarking	I	1	14,00
		Red – corporativas	I	1	14,00
		Empowerment	I	1	15,00
		Las 5 C	I	1	14,00
		Outsourcing	-----	0	0,00
		Otros	III	3	43,00
		Total	IIII II	7	100,00
10	Dificultades del personal	Poca iniciativa	-----	0	0,00
		Aprendizaje lento	I	1	14,00
		No se adapta a los cambios	III	3	43,00
		Desconocimiento del puesto	-----	0	0,00
		otros	III	3	43,00
		Total	IIII II	7	100,00
		11	Su personal competitivo	Sí	IIII II
No	-----			0	0,00
Total	IIII II			7	100,00
12	La capacitación le ayudará a realizar una buena gestión de calidad	Sí	IIII I	6	85,70
		No	I	1	14,30
		Total	IIII II	7	100,00

Anexo 6. Figuras

1. Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

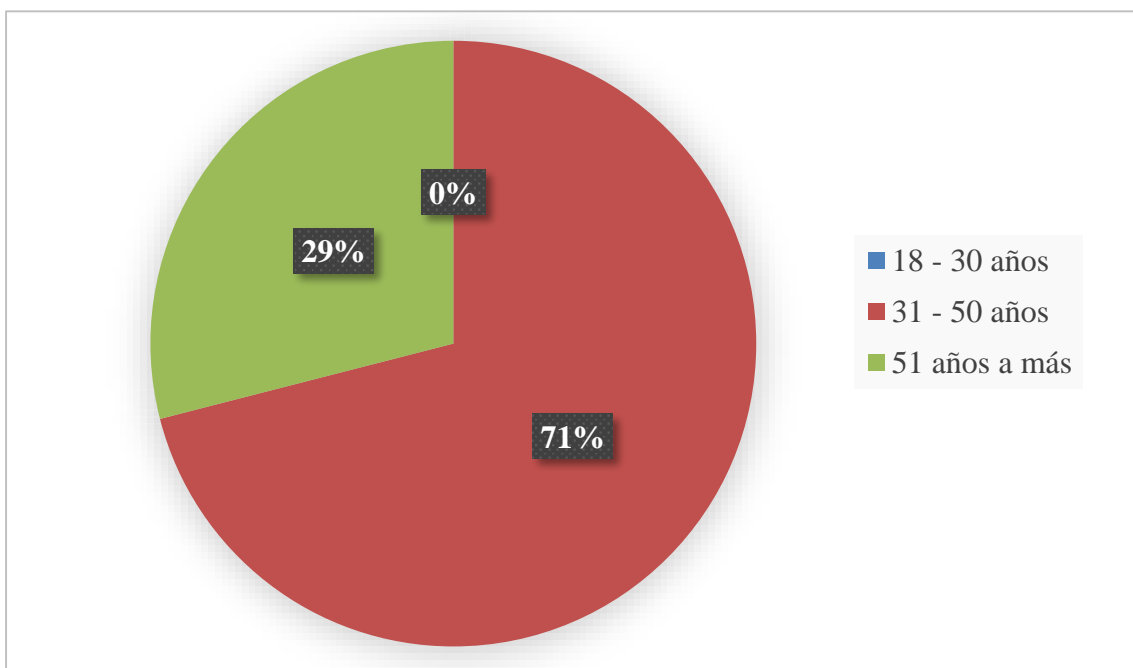


FIGURA 1. Edad de los representantes

FUENTE. Tabla 1

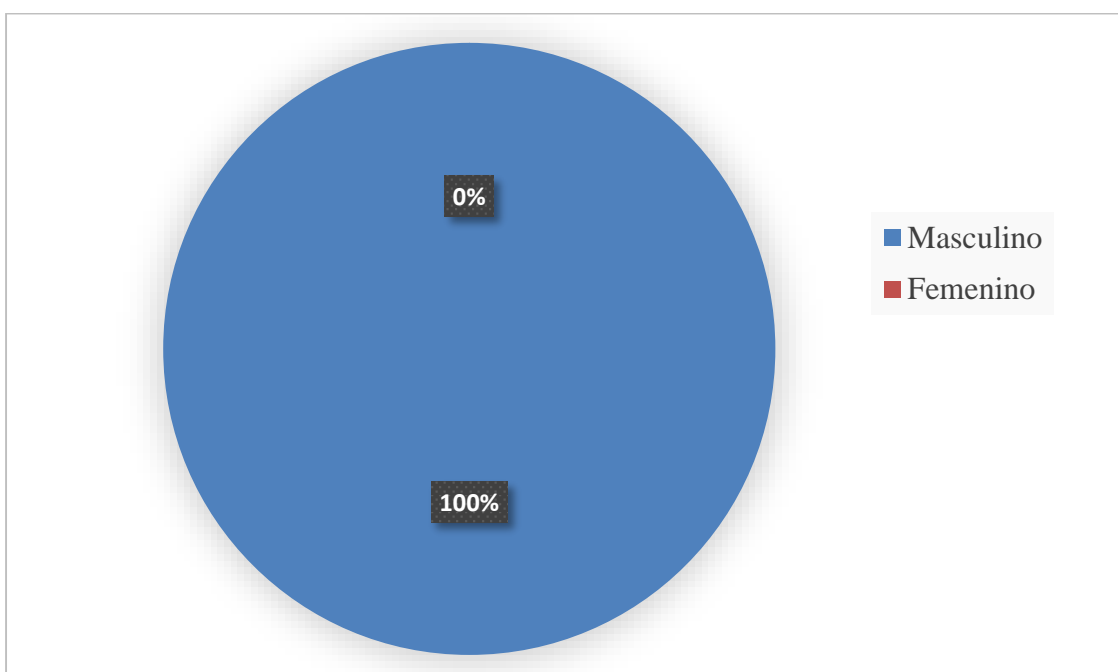


FIGURA 2. Género

FUENTE. Tabla 1

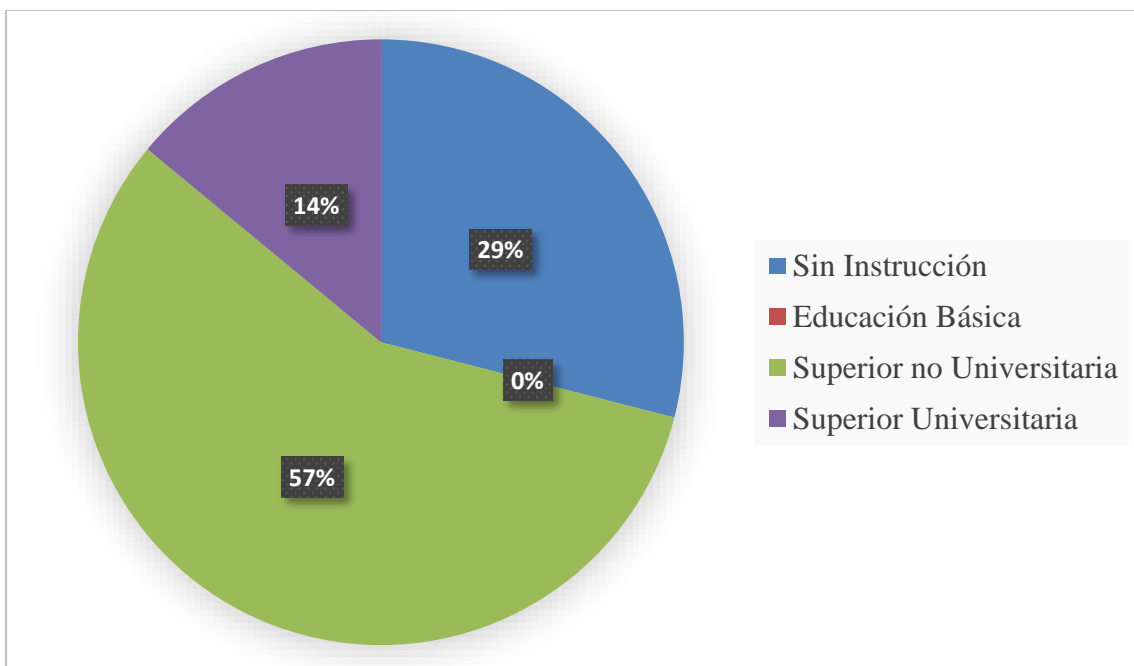


FIGURA 3. Grado de Instrucción

FUENTE. Tabla 1

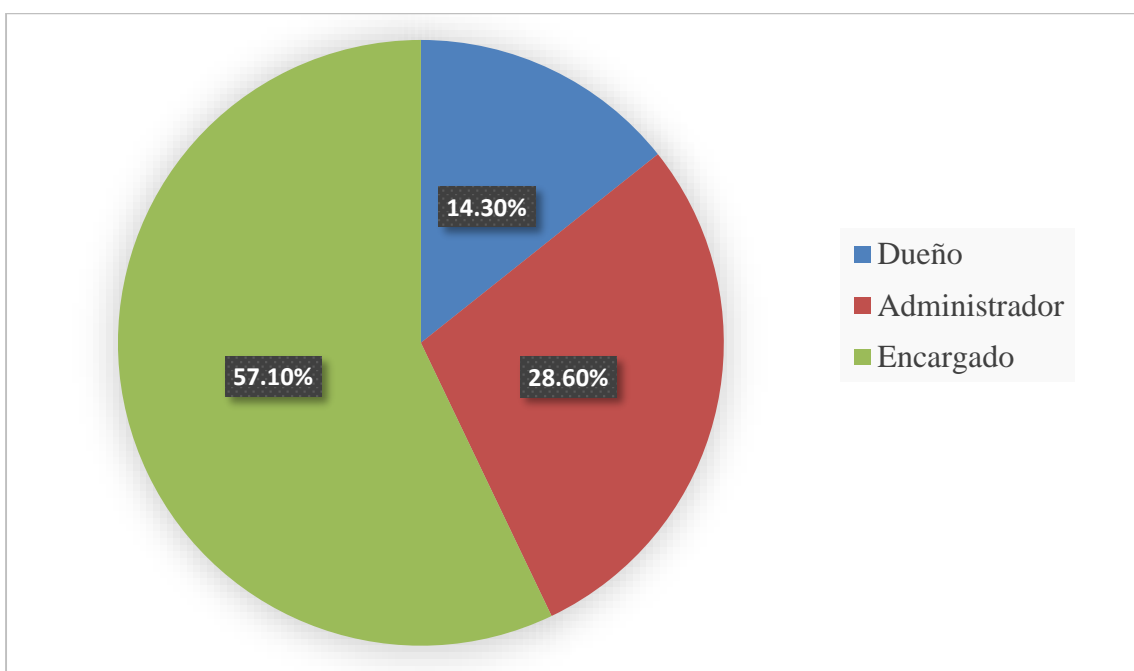


FIGURA 4. Cargo

FUENTE. Tabla 1

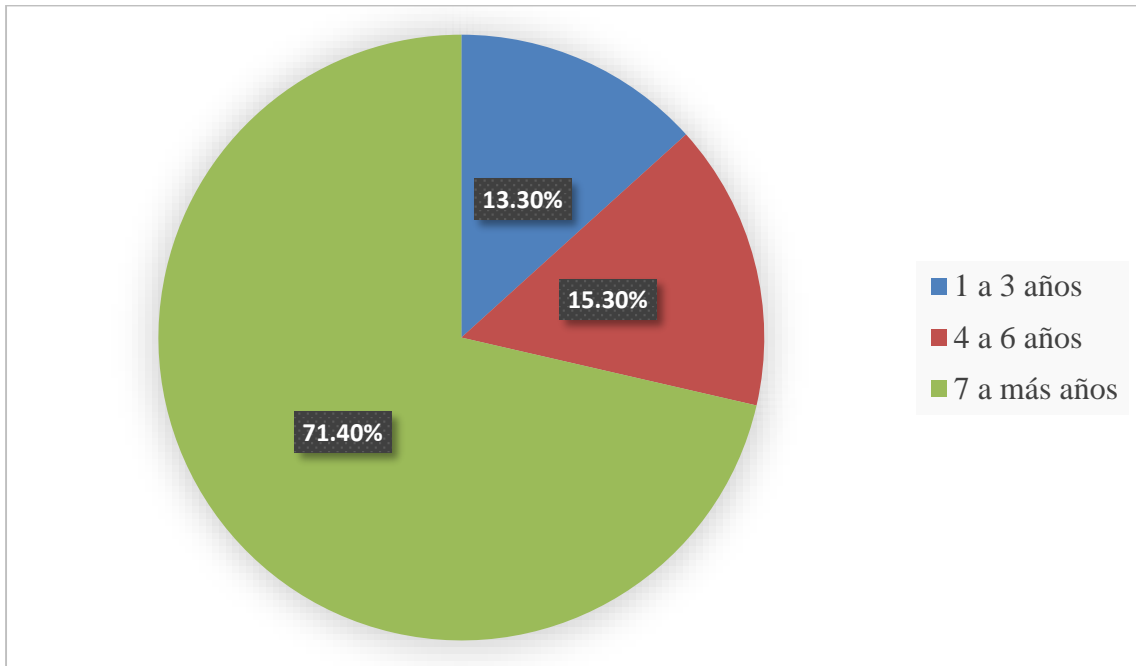


FIGURA 5. Tiempo que desempeña en el cargo

FUENTE. Tabla 1

2. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas:

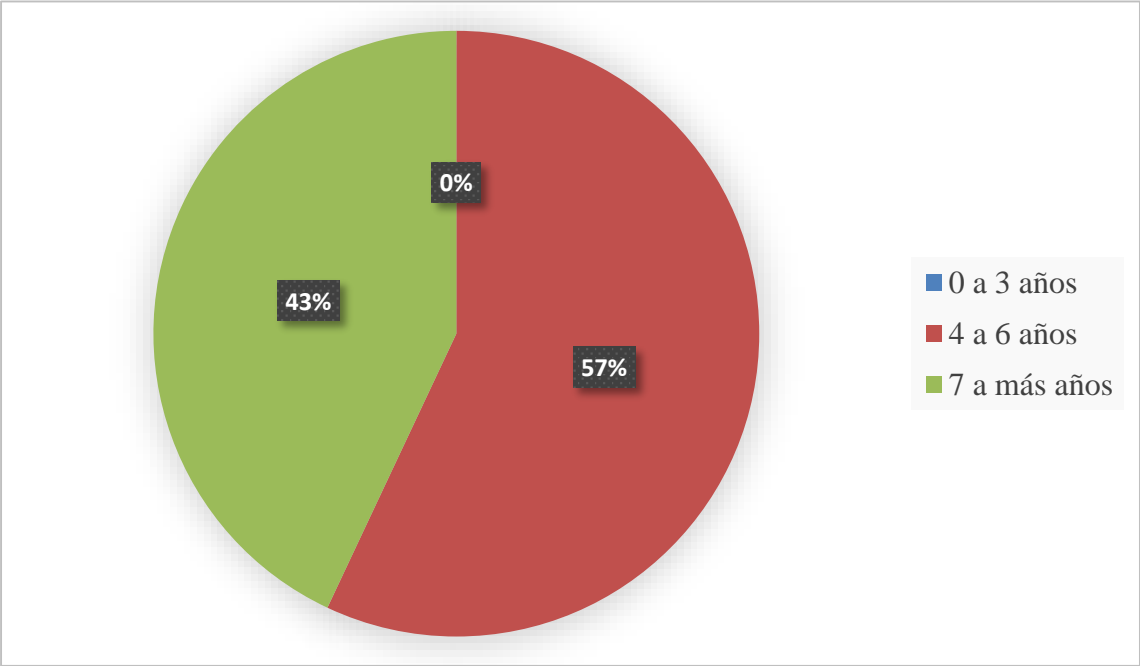


FIGURA 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

FUENTE. Tabla 2

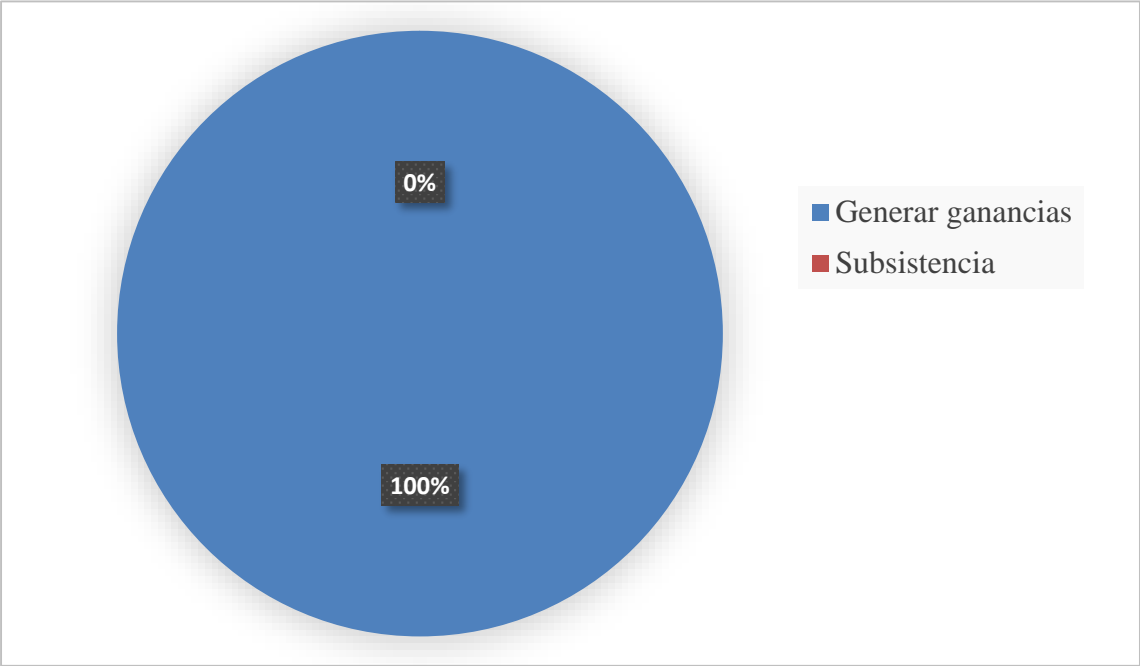


FIGURA 7. La empresa se creó para

FUENTE. Tabla 2

3. Respecto a las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas:

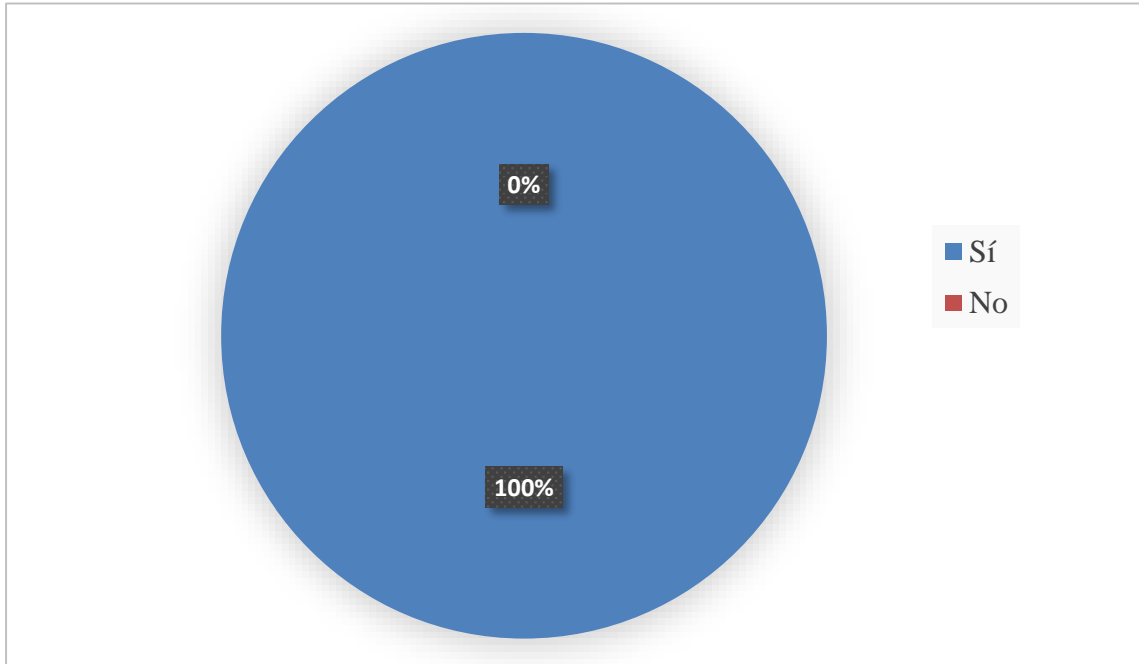


FIGURA 8. La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

FUENTE. Tabla 3

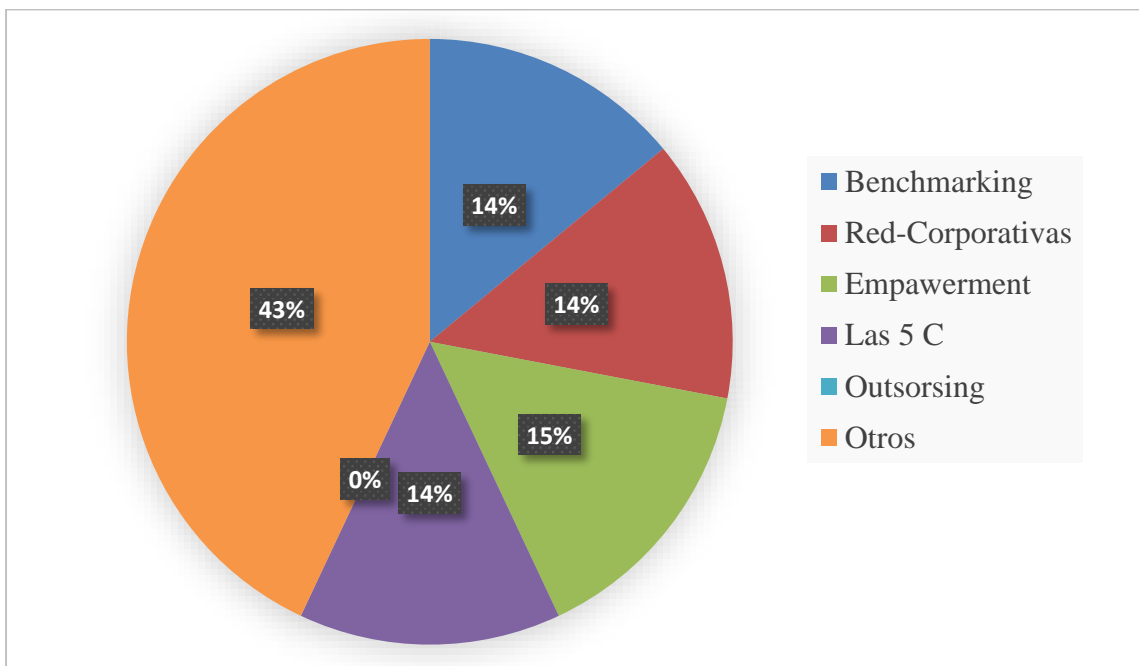


FIGURA 9. Técnicas Modernas Que Aplican

FUENTE. Tabla 3

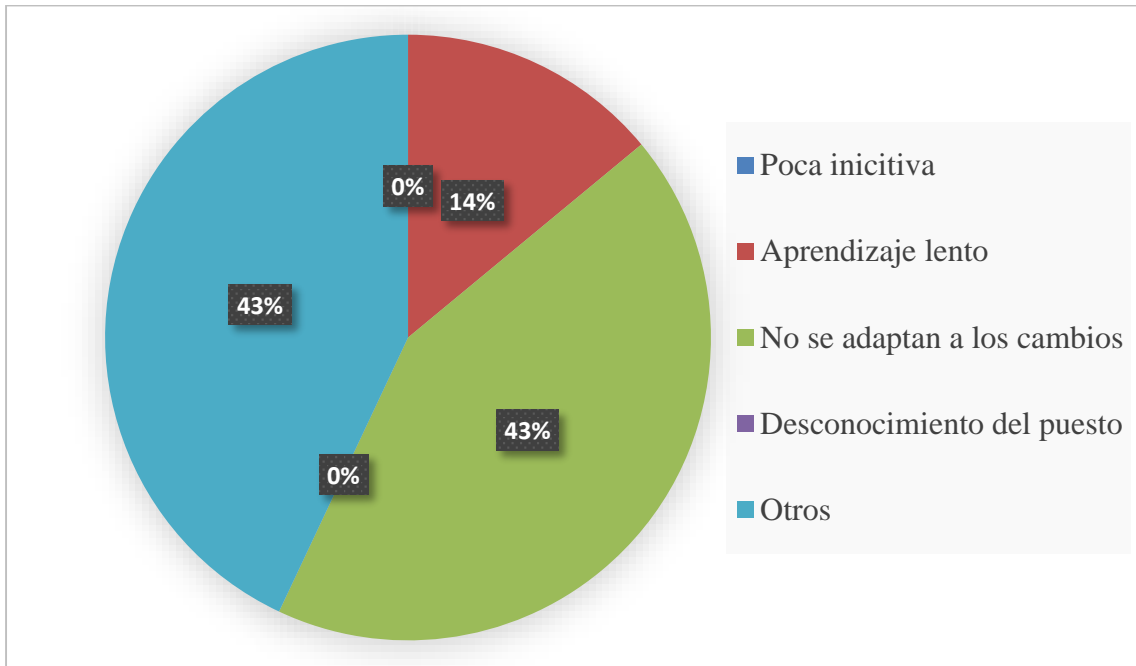


FIGURA 10. Dificultades del Personal

FUENTE. Tabla 03

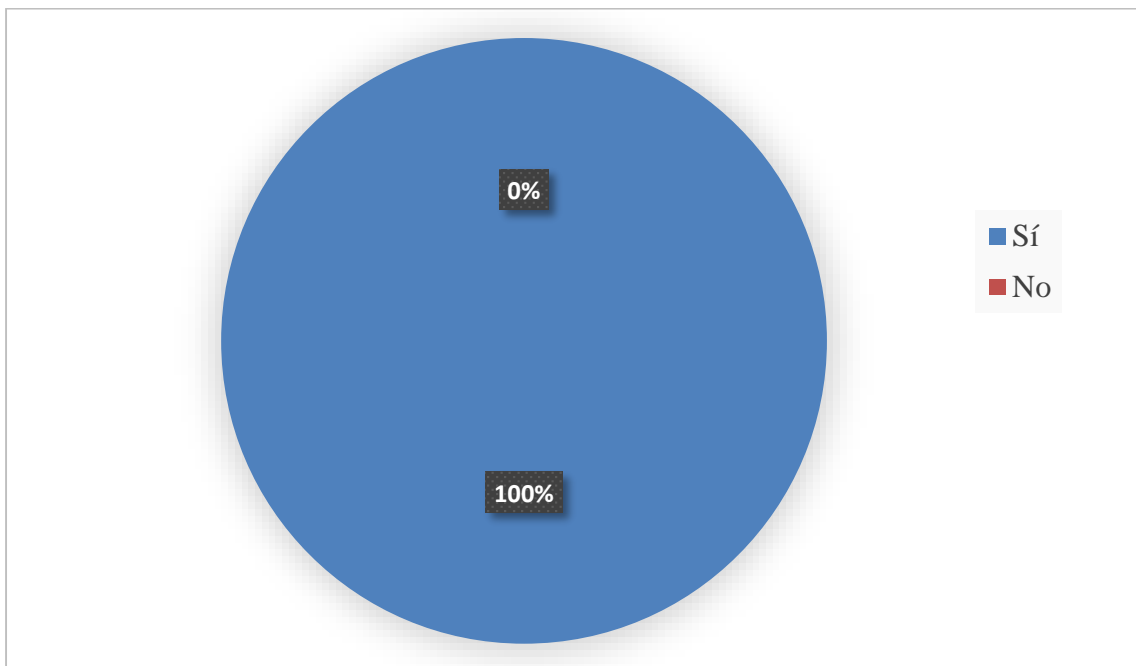


FIGURA 11. El personal es competitivo en la empresa

FUENTE. Tabla 3

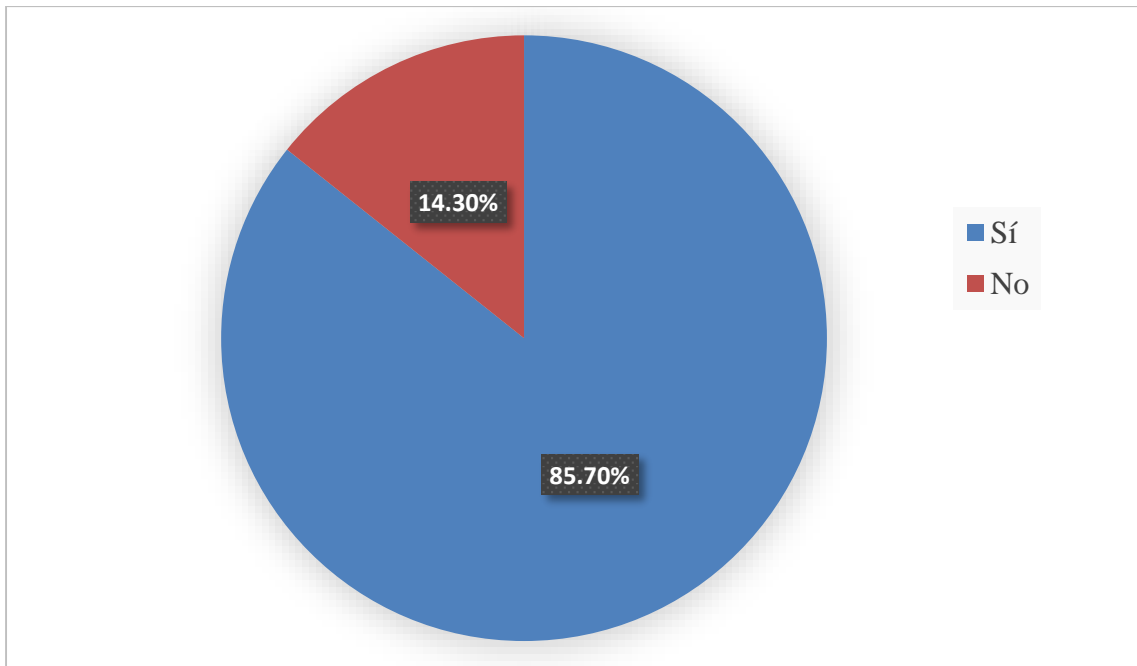


FIGURA 12. La capacitación le ayudaría a realizar una Gestión de Calidad

FUENTE. Tabla 3

