



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y
EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA MYPE DEL RUBRO
SERVICIOS, SECTOR MECÁNICA AUTOMOTRIZ EN LA
EMPRESA RAMBITO DISTRITO DE PILLCO MARCA,
HUÁNUCO 2019**

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

AUTOR

BARRANTES SANCHEZ ROY

ORCID: 0000-0001-7823-469X

ASESOR

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID: 0000-0001-6079-2319

LIMA – PERÚ

2020

1 Título de tesis

“Caracterización de la gestión de la calidad y el servicio al cliente en la mype del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa Rambito distrito de Pillco Marca, Huánuco 2019”

2 EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Barrantes Sánchez, Roy

ORCID: 0000-0001-7823-469

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

ASESOR

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

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

JURADO

Meza De los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3 Hoja de firma del jurado y Asesores.

Mg. Juan Pablo Meza De los Santos

Presidente

Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

Lic. Víctor Hugo Espinosa Otoyá

Miembro

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero

Asesora

4 Agradecimiento y dedicatoria

Agradecimiento

Gracias por su apoyo, por ser parte de esta investigación agradezco a mis padres, por darme la vida y apoyarme en todo lo que me he propuesto. A mi madre por ser el apoyo más grande durante mi educación universitaria, ya que sin él no hubiera logrado mis metas y sueños.

Dedicatoria

Dedico este presente trabajo a mi madre, por su apoyo incondicional desde que me propuse a estudiar.

5 Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal: Determinar las características de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE, rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa rambito distrito de Pillco marca, Huánuco 2019. La metodología aplicada fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental. Para la variable Gestión de calidad y servicio al cliente se tuvo una población infinita, y se tuvo como muestra un total de 31 clientes. Para la recolección de datos, la técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual estuvo conformado por preguntas cerradas, validadas por expertos y con el fin de obtener información precisa acerca de las variables en estudio. En donde en los resultados referentes a la gestión de calidad en las MYPE rubro mecánica, indicaron que el 77% de encuestados señala la buena atención como uno de los beneficios de gestionar la calidad, por otro lado, el 83% de encuestados opina que es importante la conocer las necesidades porque permite la innovación en la mecánica. Con respecto al servicio al cliente se obtuvieron resultados del 100% de encuestados, que determinan al trabajo en equipo como el principal factor del servicio al cliente, así mismo el 84% dice es que es confiable y hay buen trato nos permitió medir la satisfacción en cuanto a la atención al público llegando a conclusión los característica de la gestión de calidad y servicio al cliente está dado por la adaptación, donde las MYPE buscan ofrecer productos de calidad destinados a aportarle valor al cliente.

Palabras clave: Gestión de calidad, MYPE y Servicio al cliente.

Abstrac

The main objective of the present research was: To determine the characteristics of quality management and customer service in the MYPE, services, automotive mechanical sector in the company Rambito district of Pillco Marca, Huánuco 2019. The methodology applied was descriptive, quantitative type, non-experimental design. For the variable Quality management and customer service, there was an infinite population, and a total of 31 customers was taken as a sample. For data collection, the technique used was the survey and the questionnaire as an instrument, which consisted of closed questions, validated by experts and in order to obtain precise information about the variables under study. Where in the results referring to quality management in mechanical MYPE, they indicated that 77% of respondents' point to good service as one of the benefits of managing quality, on the other hand, 83% of respondents believe that it is It is important to know the needs because it allows innovation in mechanics. Regarding customer service, results were obtained from 100% of respondents, which determine teamwork as the main factor of customer service, likewise 84% say that it is reliable and there is good treatment, it allowed us to measure satisfaction in terms of customer service, the characteristics of quality management and customer service are concluded by adaptation, where the MYPE seek to offer quality products designed to add value to the customer.

Keywords: Quality management, MYPE and Customer Service

6 Contenido (índice)

1	Título de tesis	ii
2	EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
3	Hoja de firma del jurado y Asesores	iv
4	Agradecimiento y dedicatoria	v
5	Resumen.....	vi
6	Contenido (índice)	viii
7	Índice de tablas	x
I.	Introducción	1
II.	Marco teórico conceptual.....	6
	2.1. Antecedentes.....	6
	2.2. bases teóricas de la investigación	18
	2.3. marco conceptual.....	32
III.	Hipótesis.....	33
IV.	Metodología	35
	4.1. diseño de investigación.....	35
	4.2. población y muestra.....	36
	4.3. definición y operacionalización de variables.....	38
	4.4. técnicas e instrumentos de recolección de datos	40

4.5.	plan de análisis.....	40
4.6.	MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	41
4.7.	principios éticos.....	42
V.	RESULTADOS.....	43
5.1.	Resultados.....	43
5.2.	Análisis de resultados	55
VI.	Conclusiones	58
	referencias bibliográficas	60
	Anexos.....	65
	Anexo 1.....	65
	Anexo 2	66

7 Índice de tablas

Tabla 1: resumen y genero-----	43
Tabla 2: edad -----	44
Tabla 3: buena atención-----	45
Tabla 4: ser óptimos -----	46
Tabla 5: conocer las necesidades -----	47
Tabla 6: tener objetivos -----	48
Tabla 7: ser atentos -----	49
Tabla 8: atentos y comodidades -----	50
Tabla 9:confiable-----	51
Tabla 10: buen trato -----	52
Tabla 11: compromiso -----	53
Tabla 12: educado -----	54

figuras

Figura 1 genero-----	43
Figura 2: edad -----	44
Figura 3: buena atención-----	45
Figura 4: ser óptimos -----	46
Figura 5: conocer las necesidades -----	47
Figura 6: tener objetivos -----	48
Figura 7:ser atentos -----	49
Figura 8: atentos y comodidades -----	50
Figura 9: confiable-----	51
Figura 10: buen trato -----	52
Figura 11: compromiso -----	53
Figura 12: educado -----	54

I. Introducción

Mediante la investigación de la caracterización de la gestión de calidad y servicio al cliente en rubro servicio, en la mecánica de motociclista “RAMBITO” lo hago con un fin de mejoramiento en la gestión de calidad y servicio al cliente, en la atención, para así obtener más clientela, tanto así influiremos más ventas de repuestos con el propósito de obtener más ventas y ganancias.

La industria de mecánica de motociclista está en un proceso de crecimiento global. Las personas prefieren tener una motocicleta porque es muy ahorrativos mediante en los combustibles, viajas más rápido, además las personas lo compran por satisfacción, es por ello la implantación de motociclistas están en un aumento.

México Los resultados del estudio identificaron las quejas recurrentes que los clientes expresan sobre el servicio brindado en el taller. Resultando de vital importancia no solo alcanzar si no sobrepasar las expectativas sobre el servicio que los clientes pudieron expresar, debido a que estos resultan ser cada vez más exigentes y cambiantes, y a que las expectativas constituyen el parámetro con el que los clientes miden la calidad de un servicio.(RAMÍREZ, et al., 2018)

De otra parte, (Durán, 2015). Un sistema de gestión es una herramienta estratégica necesaria para el mejoramiento continuo de la organización. “La calidad ya no representa un valor agregado para la empresa, sino un requisito indispensable”, “Dar calidad solo es un boleto de entrada a la competencia”.

BOGOTA D.C MOTO STREET S.A.S...Al precio al que vende la competencia cada artículo o servicio se conoce como el precio de sustentación cuando

el precio de venta es mayor al precio de sustentación se debe revisar la utilidad o el costo. Si son iguales se buscaría mejorar el agregado y si el precio de venta es mucho menor, se puede incrementar y aumentar las utilidades.

De otro parte **Avelina koenes (1995)**, afirma que cuando tu empresa logra mantener un nivel de servicio que permita asegurar consolidar y desarrollar las ventas de la empresa. según **koenes** los factores que determinan las expectativas de los clientes son (.....) Controlables directamente por la empresa, controlables indirectamente por la empresa, no controlables por la empresa.

Piura. La gestión de calidad está dada por la adaptación, donde las MYPE buscan ofrecer productos de calidad destinados a aportarles valor al cliente superando sus necesidades, la sostenibilidad donde gestionan de manera eficiente sus recursos para incrementar sus ventas y maximizar su rentabilidad, y la reducción de costos a través de la eliminación de las actividades innecesarias, reducción de fallas.(Carrillo, 2020)

En Lima Actualmente, a consecuencia de las nuevas exigencias competitivas y de las constantes innovaciones del mercado, se ha vuelto imprescindible que las organizaciones gestionen adecuadamente la calidad de cada uno de los servicios que brinda, ya que la falta de su control podría perjudicar el nivel de satisfacción de los clientes y; con ello, la participación de mercado de la empresa. Además, el lograr relaciones exitosas con los clientes es esencial para fidelizar y generar recompras futuras. (Arica, Effio & Ramos, 2019)

Hoy en día las empresas de la ciudad de Huánuco que se dedican a la distribución y la venta de repuestos de motociclistas y de otros productos más, en su mayoría tienen problema al respecto de brindar un buen servicio.

Es por eso la atención al cliente es muy importante y fundamental para una empresa ya que un cliente satisfecho es capaz de recomendar de por sí solo a más personas y así obtener una cadena que se hace reconocido y captar más clientela.

No tan solo lo digo yo, hay muchas personas que lo afirman como:

(ruiz, 2014). el mercado de motocicletas está dado que muchas personas acuden a ellas con una opción económica de transporte particular, porque se presenta grandes oportunidades de negocio en este medio.

Según visto la cantidad de mecánica en el Perú- Huánuco tienen una aproximación del 5% de su estructura bien planeado en la calidad de sus repuestos.

Estas cifras son muy flojas por que otros países vean la calidad de sus productos y da satisfacción más al cliente donde así ganan más clientes.

La empresa mecánica “**RAMBITO**” es una empresa dedicado en la venta de repuestos de toda marca de motos, y también ofrece dando el mantenimiento de dar soluciones todo tipo de problema que tiene su motocicleta.

La mecánica “**RAMBITO**” se encuentra ubicado Avenida universitaria frente al recreo BAMBU al costado SANI CERAMIC en la región y provincia de Huánuco en el distrito de Pillco Marca - cayhuayna.

Rusbel Retiz Ramírez gerente dueño de la mecánica “RAMBITO” en su mecanismo de calidad y servicio lo siento muy floja y es por ello que hago la investigación para resolver el problema que está ahí.

Las fallas que tiene la empresa de mecánica “RAMBITO” es en el momento de la venta por que falta más comunicación y en el establecimiento de los precios adecuados.

También otro problema que tiene la empresa “RAMBITO” es en el momento del servicio por faltar más de dar capacitaciones a los mecánicos que trabajan en la empresa porque hay una incomodidad de algunos clientes.

Trabajos previos que debó de implementar como sugerencias de estos autores.

Dando alguno opiniones aclarezco que debería ser como un alcance, Para atraer nuevos clientes se realizan diferentes eventos como exhibiciones de motos periódicamente en el taller, para conservar al cliente conseguidos se realizarán rifas de varios accesorios y bonos para la próxima compra y promocionarlos con calendarios llaveros. Etc.

- Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Qué características tiene la gestión de calidad y el servicio al cliente en la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa Rambito distrito de Pillco marca, Huánuco 2019? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: Identificar las principales características de la gestión de calidad y el servicio al

cliente en la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa Rambito distrito de Pillco marca, Huánuco 2019. Y objetivos específicos: Conocer la gestión de calidad en la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa rambito distrito de pillco marca, Huánuco 2019. Identificar los factores que determinan la gestión de calidad de la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa rambito distrito de pillco marca, Huánuco 2019

El trabajo se ha de justificar en los fundamentos teóricos estamos aplicando estrategias de autores que ayudan en la calidad para la satisfacción a la clientela y así podemos apreciar y conocer la realidad en cómo se encuentra la mecánica “RAMBITO”. Se justificación metodológica de acuerdo al objetivo de la investigación en base metodológico implementaremos las técnicas de investigación como las encuestas para llegar a la solución, y obtener buenos resultados en la calidad de servicio para la satisfacción al cliente.

Se justificación práctica En los resultados de la investigación que estoy realizando tendrá por objetivo practico de proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad y satisfacción a la clientela en la mecánica “RAMBITO”.

II. Marco teórico conceptual

2.1. Antecedentes

En investigación de gestión de calidad y la servicio al cliente en la empresa de “RAMBITO” emplearemos nuevas formas para poder tener un eficaz retorno, que podemos visualizar y aplicar nuevas formas que no enseñan algunas reseñas de estos autores.

Antecedentes internacionales

Maza, (2016). En su tesis titulada “*Diseño e implementación de un sistema de gestión basado en las normas ISO 9001:2008 y NCh2728.Of2003, en un organismo técnico de capacitación - 2016*”. tuvo como objetivo del presente trabajo, es diseñar e implementar un sistema de gestión de calidad, basado en las normas ISO 9001:2008 Sistemas de Gestión de calidad – Requisitos y NCh 2728.Of2003 en un organismo técnico de capacitación, cuyo alcance abarque el diseño y ejecución de actividades de capacitación en las áreas de inocuidad alimentaria y sistemas de gestión de calidad. La metodología de trabajo, consistió en diseñar documentalmente el sistema de gestión de calidad, para posteriormente a través de una actividad de capacitación piloto, implementar todos los requisitos normativos pertinentes. Finalmente, el sistema de gestión de calidad, fue sometido a una auditoría de certificación bajo el modelo normativo NCh 2728.Of2003. Durante los años 2011 y 2012 fue diseñado e implementado el sistema de gestión de calidad en la organización HACCP CAPACITA. La certificación al sistema de gestión de calidad se obtuvo en septiembre del año 2011. Sobre los bases de los

resultados obtenidos respecto a los objetivos de calidad y sus indicadores de gestión, es posible concluir que las actividades de capacitación ejecutadas cumplieron las expectativas de sus clientes, logrando así las metas de la organización.

ERAZO, (2017). En su trabajo de investigación realizado con el título de: *“análisis de servicio al cliente del área de post venta de la empresa supralive s.a 2017”*. tuvo como objetivo principal: fue desarrolló con miras en la calidad del servicio al cliente que se le debe brindar a cada uno de los usuarios de la empresa SUPRALIVE S.A, atendiendo un punto referencial como es el análisis postventa; se determinó como problema la baja calidad de servicio al cliente, lo que ha causado disminución en la ventas, es por ello que a través de la metodología de investigación se pudo conocer que los clientes no se sienten muy satisfechos con la atención recibida, así como también que los vendedores no están ejecutando ningún plan de servicio posventa. Para una mejor comprensión del tema se realizó una investigación fundamentada en autores que comparten su conocimiento y que se plasmó en el marco teórico, finalmente en las conclusiones y sugerencias, se describen las estrategias que se aplicarán en el servicio posventa.

Llego a una conclusión. Los vendedores afirmaron que la empresa mantiene un plan de servicio post venta muy básico y esperan que se realicen estrategias más acertadas para obtener esa seguridad de brindar un servicio de calidad óptima al cliente.

Gonsales, (2004): en su investigación titulada “*Problema de competitividad: La capacitación. Nos indica que en el sector metal mecánico de la empresa Rodiba-México - 2004*”, según los estudios tuvo como objetivo que la empresa pequeña que ha logrado sobrevivir, pero que ahora debe pensar en un crecimiento a través de ser competitivo, no solo a nivel local sino nacional e internacional. En esta investigación se utilizó información cualitativa a través de entrevistas estructuradas cuyo contenido dependía al grupo de trabajadores al cual iba dirigida la entrevista. En esta pequeña empresa, la capacitación se ofrece principalmente a los operarios de una maquinaria informal, entre compañeros se enseñan, se ayudan “sobre la marcha”. Aunado a eso, la empresa ofrece capacitación a los trabajadores fuera de su horario laboral, lo que provoca inconformidad en ellos, con esto se puede decir que la capacitación al interior de Rodiba es todavía un problema, ya que se ofrece sin una debida planeación, y sin que todos la reciban, lo que se convierte es una posible causa de su falta de crecimiento en el sector metal mecánico. Finalmente se concluyó que la capacitación ofrecida en Rodiba no es apropiada, pues principalmente se resume a pláticas otorgadas por el gobierno a través de sus dependencias laborales sin que se tenga claro que es lo que la empresa necesita, por consiguiente, el personal no advierte en qué les beneficiaran los cursos, porque el contenido de programa de estos cursos, no son atractivos ni funcionales.

Ponce, (2011). La cual lleva por título “*Capacitación y empleo para las MYPE España 2011*”, teniendo como objetivo general de este trabajo es la formulación de un estudio de los programas que ofrece el SENCE a los empresarios de MYPES

y trabajadores que participan de este segmento del mercado laboral, analizando y evaluando el cumplimiento de los objetivos propuestos en los programas de apoyo a las empresas de menor tamaño. Se utiliza para la investigación un instrumento de evaluación a través de una encuesta y se analizan los resultados obtenidos de las dos becas evaluadas por este medio. La hipótesis propuesta para efectos de esta tesina son los beneficios que brinda el SENCE, por medio de sus programas de capacitación enfocada a trabajadores y microempresarios, tiene un impacto positivo tanto en la empleabilidad de estos trabajadores como en los niveles de productividad y competitividad de las MYPES. Sin embargo, mediante este análisis se ha concluido que los programas evaluados no impactan de manera significativa en las variables estudiadas.

Antecedentes nacionales

Cobar, (2017). En su trabajo de investigación realizada “*Gestión de calidad y servicio al cliente en las Mype rubro bodegas, asentamiento humano almirante Miguel Grau, Piura 2019*”. La actual investigación tiene como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019. Empleando la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, para el recojo de la información se utilizó una población maestra de 5 MYPE del rubro bodegas, a quienes se le aplicó un cuestionario de 28 preguntas relacionadas a las variables de la investigación. Obteniendo los siguientes resultados: el 40% de los propietarios de las MYPE tienen entre 25a 46 y más de 50 años, el 40% son casados, 80% de género

femenino, 40% tienen grado de instrucción primarios y secundarios, 80% de las MYPE rubro bodegas tienen más de 10 años en el mercado y el 60% cuentan con 1 a 2 trabajadores. Sobre la gestión de calidad el 100% de las MYPE están pendientes de las ineficiencias que existen en el local para corregirlas de manera rápida y adecuada, asimismo el 100% de las MYPE están abastecidas con nuevos productos o reponiendo los que están por agotarse. Con respecto a servicio al cliente el 82.03% de las MYPE aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes y a la vez el 100% cuenta con un ambiente atractivo a la vista del cliente.

Rojas, (2017), en su tesis titulada “*Gestión de calidad y servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018*”. El principal objetivo de este proyecto de investigación consiste en determinar la relación existente entre la gestión de calidad y el servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018. Es un estudio hipotético deductivo, aplicado, de diseño no experimental- transversal y correlacional descriptivo. La población estudiada fueron los clientes del Café Perú ubicado en Minka – Callao. La muestra del estudio estuvo conformada por 73 clientes. Posteriormente, al procesarse los datos e interpretarlos, se decretó que, efectivamente, hay relación directa entre la gestión de calidad y el servicio al cliente en la empresa Café Perú, Callao, 2018.

Vicente, (2019). En su investigación: “*calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la mype, sector servicio – rubro hotel, estudio de caso: panquita juniors del distrito de lunahuaná - provincia de cañete, año 2019*”. Y para ello se

estableció como objetivo general: Determinar las Características de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019. La presente investigación fue Cualitativa de tipo Fenomenológico – Caso Único, nivel de Investigación descriptivo, con Diseño no Experimental - Transversal. Se utilizó una población y una muestra de la MYPE, Estudio de Caso Panquita Juniors aplicando la técnica de entrevista a través del instrumento guía de entrevista. Como resultado en la entrevista al representante de la MYPE se obtuvo que la empresa hotelera tiene características tangibles e intangibles como su infraestructura que es la primera impresión del cliente, el restaurant, áreas verdes con juegos infantiles, las habitaciones con implementos de última tecnología y por último la atracción más importante del cliente una piscina en la terraza. Se ofrece un buen servicio mediante un grupo de trabajadores capacitados para atender a los clientes. Se llegó a la conclusión que el hotel Panquita Juniors si cumple con las características necesarias para satisfacer las necesidades del huésped, como también ofreciendo un servicio de calidad por parte de sus trabajadores capacitados e incentivados.

Arias & Muñoz, (2019). En su investigación: *“calidad del servicio y satisfacción del cliente en las mype del sector servicios - rubro hoteles de 3 estrellas del distrito de Piura, 2015”*. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de la Calidad del Servicio en la Satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Hoteles

de 3 Estrellas del distrito de Piura, 2015. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación correlacional y un diseño no experimental-transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 329 clientes, de los cuales se escogió una muestra de 141 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 44 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 53,9% de clientes encuestados, expresan estar algo de acuerdo en cuanto a la modernidad del mobiliario, equipos y herramientas, el 43,3% manifiesta estar apenas de acuerdo respecto a la entrega del servicio con la menor cantidad de errores, el 46,8% manifiesta estar algo de acuerdo respecto al comportamiento de los empleados en la inspiración de confianza y el 50.4% considera estar apenas de acuerdo que los empleados tienen conocimientos suficientes para responder preguntas. Finalmente, se concluye que la calidad del servicio que aplican los hoteles de 3 estrellas del distrito de Piura incide desfavorablemente en el logro de la satisfacción de sus clientes.

Granados, (2017). En su investigación: *“efectos de la calidad de servicio de los establecimientos de hospedaje y la satisfacción de los turistas en el distrito de san ramón en el 2017”*. Tuvo como objetivo abordar la relación entre la calidad de servicio de los Establecimientos de hospedaje y la satisfacción de los turistas en el distrito de San Ramón. Partiendo de un análisis situacional, la propuesta de gestión considera: capacitar al personal, desarrollo de estrategias de gestión de personal y talento humano, considerar el proceso de toma de decisiones, reconocer y fomentar las buenas prácticas, optimizar la productividad influyendo en la

satisfacción de los usuarios a efectos de brindar un buen servicio como consecuencia de la eficiencia del trabajador y de un óptimo servicio brindado por la entidad. La investigación es de tipo descriptiva y de diseño no experimental, que tratará de establecer la influencia de la Calidad de servicio en la satisfacción de los turistas, puesto que, considera las bases teóricas como fundamentos y las aplica a un contexto determinado: Los Establecimientos de hospedaje en el distrito de San Ramón. Para el recojo de información se aplicó cuestionarios dirigidos a los turistas que visitan los Establecimientos de hospedaje del distrito de San Ramón. La información recolectada se obtuvo a partir del análisis de la percepción de los turistas de los cuales se obtuvo información acerca de niveles de conformidad respecto a la atención recibida, la comodidad de su infraestructura, su aprobación acerca de los precios por el servicio, así como su percepción sobre el nivel de satisfacción de los turistas por el servicio brindado. La investigación concluye con que la calidad de servicio influye directamente en la satisfacción los turistas, pues si ésta es realizada de manera adecuada y efectiva, se obtendrán mejores resultados en la satisfacción, afluencia y recomendación de los turistas que visitan el distrito de San Ramón.

Antecedentes locales

Eguisabal, (2017). En su trabajo de investigación titulada: “*Diseño de un sistema de gestión logístico para la empresa belén motors e.i.r.l, 2017.*” Para contar con un buen sistema de gestión logístico todos sus elementos tienen que actuar de manera eficiente, para que así conformen un sistema y funcionen. La investigación tiene como objetivo general diseñar un sistema logístico para la empresa Belén Motors E.I.R.L. La investigación es de tipo aplicada, ya que se aplicará el conocimiento para resolver problemas, tiene un nivel descriptivo y un diseño no experimental-transversal, la población y la muestra está constituida por el área logística de la empresa Belén Motors. El resultado del sistema de gestión logístico que se diseñó fueron: su gestión de stocks se analizó con el indicador de rotación de inventario para poder tener un análisis de los productos que más flujo de movimiento se tiene para lo cual aplicó la metodología ABC y a partir de estos resultados se empezó a realizar pedidos más elaborados, en el transporte logístico se incluyó dentro de los costos a considerar al momento de fijar un precio de un vehículo o repuesto, para los procesamientos de pedidos se determinó el tamaño de lote para cada 15 días, el servicio al cliente aumentó por la entrega de pedidos a tiempo al cliente, se diseñó un nuevo almacén que va a contar para 10 000 repuestos que se pueden albergar con mayor espacio y la gestión de compras tiene las fichas de evaluación para la selección de los proveedores. Se diseñó el sistema de gestión logístico conformado por la gestión de stocks, el transporte logístico, el procesamiento de pedidos, el servicio al cliente, almacenamiento y la gestión de compras.

Alejandro, (2018). En tu trabajo de investigación realiza se llegó a una buena metodología del estudio titulada: “*gestión de la calidad y el posicionamiento de la empresa natur center de la ciudad de Huánuco – 2018*”. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar la relación entre la gestión de la calidad y el posicionamiento, en la empresa Natur Center de la ciudad de Huánuco 2018. Se formula el problema: ¿De qué manera influye la gestión de la calidad en el posicionamiento de la empresa Natur Center de la ciudad de Huánuco 2018? La Hipótesis planteada es: La gestión de la calidad influye significativamente en el posicionamiento de la empresa Natur Center, los clientes y trabajadores, quienes fueron la población, objeto de estudio de esta investigación, entre varones y mujeres mayores de edad. Se determinó el tamaño de la muestra mediante el método de muestreo probabilístico aleatorio simple, de 60 clientes por mes; para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Como instrumento el cuestionario compuesta de 8 preguntas para los trabajadores y 24 preguntas para los clientes, luego de ello estos resultados fueron procesados, analizados y estudiados mediante el programa de estadístico SPSS, así mismo para medir el nivel de correlación de las variables se utilizó el método descriptivo donde se demuestra que hay una relación positiva entre la gestión de la calidad y el posicionamiento, en tal sentido se acepta la Hipótesis de que la gestión de la calidad se relacionan con el posicionamiento. En la Hipótesis específica: gestión del personal y el posicionamiento se demuestra una alta relación positiva, así podemos decir que se acepta la Hipótesis de que la gestión del personal se relaciona con el posicionamiento de la empresa. En la Hipótesis específica: calidad

de los productos y el posicionamiento se demuestra una relación positiva, acepta la Hipótesis de que la calidad de los productos se relaciona con el posicionamiento.

Gómez, (2016). En su investigación: *“la calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el hotel trapiche suites Huánuco 2014-2015”* tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el hotel TRAPICHE-SUITES Huánuco, y como objetivos específicos, verificar y describir si: los elementos tangibles, la seguridad para el cliente, la capacidad de respuesta, la confiabilidad y la accesibilidad, dimensiones de la calidad del servicio se relacionan con la satisfacción del cliente.

Así mismo el trabajo de investigación se enmarco en el nivel descriptivo correlacional porque se describió la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; y se encontró inmerso dentro de los siguientes tipos de investigación: por su alcance temporal, fue sincrónica; por su profundidad, fue descriptivo correlacional; por su amplitud, fue micro administrativa; por su fuente, fue mixta; por su carácter, fue cuantitativo; por su naturaleza, fue de tipo encuesta; por su marco, fue de campo; por el tipo de estudio, fue evaluativa y por el objeto a que se refiere, fue disciplinar ya que se manejó dos disciplinas básicas relacionadas entre sí. las conclusiones de los antecedentes, las citas bibliográficas y las hipótesis planteadas fueron aceptadas consecuentemente, ya que los resultados coinciden con cada uno de ellos y además se contó con las evidencias necesarias para ser aceptadas; los que se evidencian en el capítulo respectivo del presente trabajo de investigación, con ello concluimos que los fundamentos

teóricos y prácticos de la calidad del servicio se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente en el hotel TRAPICHE-SUITES.

Tello, (2015). En su investigación: *“Gestión de calidad con el uso del marketing de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro hoteles del distrito de José Crespo y castillo, Aucayacu, año 2017”*. Tuvo como objetivo principal determinar las características de la gestión de calidad con el uso del marketing en las Mypes del sector servicios rubro- hoteles del Distrito de José Crespo y Castillo, Aucayacu, 2017. La investigación fue de tipo cuantitativa debido a que tiene una estructura que se puede medir, con un nivel no experimental por que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, de manera transversal; donde se utilizó una muestra dirigida de 12 micro y pequeñas empresas de una población de 22, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado de 22 preguntas aplicando la técnica de encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 66.7% tiene de 31 a 50 años. El 58.3% son de sexo femenino. El 75% tiene grado de instrucción secundaria. El 58.3% son administradores. El 41.7% tienen entre 4 y 6 años en el cargo. El 50% tienen de 4 a 6 años de permanencia. El 58.3% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 83.3 % son familiares. El 83.3% se creó para generar ganancias. El 100% no conoce gestión de calidad. El 75% tampoco conocen técnicas de gestión de calidad, encuentran muchas dificultades para su implementación. Las técnicas de medición es la observación, la gestión de calidad no contribuye al desarrollo de las empresas. Se concluye que los propietarios a pesar de no haber tenido una buena formación académica y algunos estudios de Administración mantienen su empresa vigente para que de alguna manera sus servicios sean

requeridos por la población, pero creo que es el momento que se empoderen de nuevas herramientas para poder estar a la vanguardia en este duro y competitivo mercado hotelero.

2.2. bases teóricas de la investigación

MYPE

Según Lizárraga (2016) las MYPE tienen su origen en las capacidades innovadoras, y persistencia de las personas para insertarse en las economías de un estado, ello como consecuencia de las políticas económicas adoptadas por un país en crisis empresariales, esto lleva a las personas a encontrar una forma para subsistir y, sobre todo, satisfacer sus necesidades principales.

Las micro y pequeñas empresas han sido materia de una regulación específica por la legislación peruana contemplándose para ellas un tratamiento laboral y tributario especializado, el cual ha sufrido recientes reformas que modifican esencialmente en diversos aspectos, entre estos, las características y ámbito de temporalidad de las MYPE (Navarrete, 2014) (Carranza, 2018).

Características de las MYPE:

De acuerdo a Botton (2015) se establece parámetros en la nueva norma para determinar las características de las MYPE, estas se establecen de acuerdo a los volúmenes de ventas anuales, de esta manera ya no se utiliza el criterio correspondiente al número de trabajadores, así la nueva empresa considera: Micro

empresa con ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT, (S/. 630,000 mil soles), Pequeña empresa con ventas hasta por un máximo de 1700 UIT. De la misma manera indica que la nueva norma contempla en la Ley MYPE el régimen laboral especial es de naturaleza permanente y es solo aplicable a la micro empresas y pequeñas empresas, esta norma permite que las micro empresas, los trabajadores puedan acortar el acogimiento al régimen laboral regulado por el Decreto Legislativo 1086-Ley de Promoción de la competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y al Acceso al Empleo decente.

Respecto al impuesto a la renta, la nueva norma modificada, establece que los establecimientos que perciben rentas de tercera categoría y no sobrepasen las 150 UIT, lleven mínimamente un registro de ventas, un registro de compras y libro diario formato simplificado; esta crea el Nuevo Régimen Único Simplificado en el que comprenden a las E.I.R.L.

Importancia

En el Perú, las MYPE “representan más del 99% de la estructura empresarial en nuestro país. Así, del total de empresas en el Perú, el 84,4% representa a personas naturales y empresas individuales de responsabilidad limitada” (Lizárraga, 2016, p.326), en consecuencia, la contribución a la económica más importante es su aporte a la generación de empresa y al valor agregado en las distintas actividades economías (Ministerio de la Producción, 2017, p.21).

De acuerdo al Ministerio de la Producción (2017) las Mipyme formales emplearon el 59.9% de la población Económica Ocupada en el 2016, el segmento de a microempresa genero más empleo, esto debido a que estas tienen la capacidad de

generar empleos con mínimos requerimientos de capital. Es importante También, por que genera la descentralización debido a su flexibilidad para adoptarse a todo tipo de mercado, debido a ello se encuentran en todas las regiones del Perú, claro que ello no implica que aun exista centralizada la mayor cantidad en la ciudad de Lima (Medina, 2016).

GESTIÓN DE CALIDAD

Cuatrecasas & gonzales (2017). La calidad puede definirse como el mayoría de características que posee un producto o tarea, así como su radio de riqueza de los requerimientos del usuario. La calidad supone que el producto o tarea debería hacer efecto con las funciones y especificaciones para los que ha sido esquema y que deberían ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. La competitividad exigirá, igualmente, que todo ello se logre con rapidez y al mismo valor, por lo que la aceleración y bajo coste serán, con todo entereza; requerimientos que pretenderá el consumidor del producto o servicio.

Por otra parte, Heras et.al (2008). El termino calidad está muy presente en el día a día. Se conversa de la calidad de las empresas, de la calidad de enseñanza, de la casta de sanidad, o de la raza de empuje. La percepción que se pretende publicar con la noticia parece clara, aunque, como veremos, no está exenta de imprecisión y agarrada.

Es declarar, ¿calidad de qué? No es el mismo que haga noticia al linaje de un producto o de un servicio, a la raza de los procesos productivos de una corporación o igualmente a la estofa de la guisa en que una distribución determinada es gestionada.

Del mismo modo (Uribe Macias, 2013). La implementación del sistema de gestión de calidad en una empresa es una buena alternativa estratégica que implica cambios y beneficios orientados a mejorar continuamente el desempeño de la Empresa tomando en cuenta las necesidades de todas las partes interesadas y que demuestra la capacidad que tiene las empresas organización para cumplir los requerimientos del cliente y las leyes que aplican.

Por otro lado para (Casison, Cruz y Gonzalez, 2006). Los practicantes de la Gestión de la Calidad se han organizado en comunidades paralelas al resto de las áreas funcionales. La globalización de los mercados y los comercios, internacionalización de las economías han provocado que cualquier organización excelente deba saber hoy en día desempeñarse competitiva-mente en la Arena mundial. Las organizaciones líderes en calidad se enfrentan así a importantes retos para trasladar los conceptos, los enfoques, los modelos, los sistemas y los métodos de calidad a las diferentes culturas nacionales y organizativas, esfuerzo especialmente complicado cuando se trata de empresas multinacionales con subsidiarias por todo el planeta. Un directivo de calidad internacional debe comprender esta compleja trama. Nadie puede ya visitar todos los lugares del mundo donde existen experiencias que aprender, ni por sí mismo localizar y recopilar todas las fuentes de documentación en calidad que se generan por doquier. El ejercicio competente de la Gestión de la Calidad exige, pues, tener localizados la propia crimson internacional de las organizaciones enfocadas a la calidad, así como las plurales fuentes de conocimiento de las que deberá beber para mantenerse actualizado en su trabajo.

Importancia de la gestión de calidad

“La calidad es un tema que se ha puesto de moda en los últimos tiempos, no es raro referirnos a ella en todo momento, esto se debe que todos los días estamos en contacto con productos o servicios, que están en constante cambio, uno queriendo ser mejor que otro y trayendo consigo particularidades como un mejor precio, o ingredientes que van con el tema de salud del día de hoy”. Novillo, et. al. (p.17) citado por (Medina,2010). Uno de los ejemplos está en la manufactura de los alimentos en los que los gustos de los clientes cambian deprisa, y las empresas deben adaptarse deprisa a esos cambios con la noción de no quedarse atrás de la emulación. Teniendo en cuenta que las empresas buscan paralizarse en el almacén por lo que buscan ser competitivas.

(Gutierrez pulido, 2010). Los sistemas de gestión de calidad pueden respaldar a las organizaciones a agigantar la bendición del cliente. Los clientes necesitan naturaleza con características que satisfagan sus evacuación y panorama. Estas micción y salidas se expresan en la definición del producto y generalmente son denominadas como requisitos del cliente. Los requisitos del cliente son especificados por el cliente de manera contractual o son determinados por la propia disposición. En cualquier caso, es hace poco el cliente quien determina la aceptabilidad del producto. Dado que las deyección y futuro de los clientes son cambiantes y preciso a las presiones competitivas y a los avances técnicos, las empresas deben cerrar continuamente sus género y procesos. El enfoque a través de un sistema de convenio de la raza anima a las organizaciones a analizar los

requisitos del cliente, delimitar los procesos que contribuyen al logro de especie aceptables para el cliente y a cebar estos procesos bajo adiestramiento.

Un sistema de convenio de la casta proporciona la puerta de informe para la corrección continua con impacto de incrementar la probabilidad de agigantar la bienaventuranza del cliente y de otras partes interesadas. Asimismo, proporciona aplomo, partida a la distribución como a sus clientes, de su efecto para solucionar clase que satisfagan los requisitos de guisa consistente (p.68).

Principios de la gestión de calidad

(Garcia, et.al, 2003). La guía NTP-ISO 9004:2001 presenta ocho concepto de compromiso de la gestión de calidad, que han sido desarrollados para que los directivos de la disposición los utilicen para matricular el restablecimiento constante del desempeño en la organización. Estos principios de gestión de calidad son los siguientes_

- **Organización enfocada al cliente:** las empresas dependen de los clientes, por ende, se debe comprender las necesidades actuales y futuras de los usuarios, para satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Liderazgo:** Los líderes establecen el mecanismo de objeto y la vírgula de la orden. Ellos deberían generar y concurrir comer un ambiente interno, en el cual el parcial pueda resistir a involucrarse totalmente en la usura de los objetivos de la estructuración de la distribución.

- **Participación del personal:** El personal, a todos los niveles, es la esencia de una orden y su total estipulación posibilita que sus habilidades sean usadas para el fruto.
- **Enfoque a los procesos:** Un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los capitales relacionados se gestionan como un parecer.
- **Sistema enfocado hacia la gestión:** Identificar, entender y ejecutar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la efectividad y aptitud de una distribución en el logro de sus objetivos.
- **Mejoramiento continuo:** La reforma continua del desempeño común de la orden que debería ser un frío oriundo de ésta.
- **Toma de decisiones basado en hechos:** Las decisiones eficaces se basan en la interpretación de los datos y la notificación.
- **Relación mutuamente benefica con proveedores:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una lista mutuamente beneficosa aumenta el ámbito de uno y otro para ocasionar intrepidez.

Atención al cliente

(Ariza & ariza, (no tiene). Podemos delimitar la atención al cliente como el mayoría de actuaciones mediante las cuales una colectividad gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto, y cuyo fin ultimo es montar en el altitud de satisfacción lo mas noble posible.

Una colectividad orientada a los clientes suele centralizar la relación con estos en un motivo especifica y especializada de la corporación . El circunscripción de

atención al cliente como jefe objetivos percatar el talante del cliente (.....). Las funciones de este departamento son:

- Priorizar y despanzurrar las solicitudes, sugerencias y reclamos de los clientes.
- Obtener y dirigir el anuncio derivada del listado con los clientes, sobre todo en lo alusivo a previsiones de ventas futuras.
- Resolver cualquier incidencia relacionada con el ministerio posventa, como garantistas, devoluciones, reparaciones o sustituciones.

Estrategias Para El Éxito En La Atención Del Cliente

Según Deming (1989) “En la vida cotidiana de la persona, la calidad inspira una forma de ser y hacer. La calidad es una filosofía de vida que implica todo el accionar de quienes la practican.”

Según Deming, (1989) La calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”.

Tal definición el autor da entender que el grado de percepción de un producto dependerá de la estandarización de los productos o servicios en referencia del precio que será ofertado en el mercado.

Según Crosby (1987) la calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad. Crosby define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la

empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos. Su lema es "Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos".

La calidad del servicio como estrategia competitiva de diferenciación

Atendiendo a otras aportaciones, se puede reafirmar que la póliza de altos niveles de ralea del ministerio es una organización para el éxito y la supervivencia de las empresas orientada a la génesis de ventajas competitivas de diferenciación contra la competición (Porter, 1985; Zeithaml & Bitner, 2009). Varios investigadores han acuerdo de definir y cronometrar la raza del ministerio, así, Bitner, Stephen y Matthew (2000) definen la calaña del servicio como la estela integral que tienen los clientes sobre la inferioridad/gobierno del engendro y su aseo, en comparación con la porfía. Así, la estofa de la ocupación es un imparcial muy enjundioso a conseguir y necesario para cebar la repercusión competitiva del movimiento desarrollada. Sin retención, el desasosiego emparejado en la insistencia de esta logística, se ha identificado elocuentemente por varios investigadores, explicitando que la calidad de la ocupación es una organización huidiza y abstracta que es difícil de especificar y contar (Zeithaml & Bitner, 2009). Este último ensimismamiento del linaje de la tarea se relaciona con las anteriores, no es excluyente, transmitido que si el proveedor logra vencer el panorama del cliente puede impresionar plantear un meollo competitivo y obtener un ánimo o un aire interés del cliente con destino a el mismo que pueda suscitar un sentimiento de lealtad. Luego atendiendo a lo exterior se puede decir la siguiente definición de ralea del ocupación integradora de las tres conceptualizaciones anteriores: la especie del empleo se define como táctica competitiva encaminada a favorecer a

las empresas de sus competidores a través de elevados niveles de tarea que se traduzcan en percepciones de los clientes que superen sus panorama en niveles suficientes como para arribar la satisfacción de los mismos y producir indulgencia con destino a la estructuración. Para escuela desarrollar esta logística competitiva de diferenciación a través del aumento de los niveles de profesión percibido es concienzudo retener cuáles son los componentes de la calaña de la tarea, o dimensiones y las formas de prospección de la misma. Y si existen unas dimensiones más relevantes que otras, desde la perspectiva de los clientes, o existen diferencias por sectores de bono.

Clasificación y segmentación de los clientes

(Muñiz, 2017). Los clientes pueden ser clasificados por diferentes criterios como son por el estatus, por el volumen de compras en un decenio de vigencia cualquiera, por su antigüedad, por la frecuencia de compra, por las líneas de condición que compran, por su fase de agarraderas, por el margen que aporta, etcétera. La decisión de utilizar uno u otro criterio, depende de los aspectos que se consideren más importantes para la organización comercial de la compañía.

Se selección de clientes permitirá clasificar: “las estrategias comerciales más adecuadas a aplicar, las actividades a desarrollar, y en última instancia, los esfuerzos y recursos que se dedicarán a cada tipo de cliente acorde al tipo de relación que se desee tener con cada uno”. Muñiz, 2017 (p.5)

Clasificación de clientes según su situación

(Muñiz, 2017). La clasificación de los clientes según su sitio nos indica su estatus positivo en informe al bono comercial que desarrollan en nuestra colectividad u organización, veamos a continuación los diferentes tipos:

Clientes activos periódicos: son lo que compran de forma periódica, pueden ser empresas o particulares. En definitiva, deberían ser antes aquellos que aportan un mayor tamaño de ventas.

Clientes activos esporádicos: son aquellos que hacen compras con una delimitada frecuencia, normalmente hacen sus compras en una etapa de tiempo delimitado. Este periodo de reunión dependerá del tipo de bono de la entidad, del sujeto de producto o prestación.

Clientes inactivos: son los que han realizado compras en el pasado, y que en la actualidad ya no nos compran desde un periodo elevado de tiempo. “A este tipo de clientes se les puede volver a contactar en algún momento, para que vuelvan a comprarnos, pero hay que ser muy cautos pues hay que hacer un análisis de los motivos”. Por los cuales nos han dejado de comprar, esto está relacionado con los motivos de baja de un cliente, si bien un cliente nunca está de baja es posible que si lo consideremos inactivo a efectos comerciales.

Clientes potenciales: son los que no han realizado compras a la empresa, pero han mostrado “interés solicitado información de nuestros productos o servicios, han pedido o se les ha presentado un presupuesto, y que tienen un interés en realizar compras en un futuro, pudiendo convertirse en cualquier momento en clientes definitivos para la empresa”.

Clientes probables: son posibles clientes potenciales que no han comprado nunca a la empresa, y que a priori no han manifestado interés por nuestros productos o servicios. “Sin embargo, hemos tenido algún contacto con ellos o bien por sus características consideramos que podrían adquirir nuestros productos o servicios en el futuro”.

SERVICIO AL CLIENTE

Fundamentos de servicio al cliente

El cliente es el eficaz más oneroso que posee una estructuración. Es necesario que las empresas lo traten como tal y estén pendientes de su forma de considerar y de su forma de obtener la distribución. Surge entonces la pregunta ¿Quién es el cliente? Y la respuesta a esta pregunta parece como una lumbre epatante de lo público; sin embargo, muchas empresas no se dan perla de lo que son en realidad los clientes y de cómo se deben referirse. anonimo, s.f. (p.5)

Que es Servicio al cliente

(anonimo, s.f.). define que es necesario diferenciar entre el producto que paga el cliente y el servicio que rodea a ese producto. “El servicio al cliente es todo esfuerzo encaminado a atender al cliente y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos. Es decir, el servicio al cliente es todo momento de contacto entre el cliente y la empresa”. (p.6)

Diferencia entre atención al cliente y servicio al cliente

Es común encontrar que las personas, y por tanto las empresas, confundan “atención al cliente” con “servicio al cliente”. Pecamos en creer que la responsabilidad del tema de servicio al cliente es exclusiva del personal que está en contacto directo con él, es decir, recepcionista, cajeros, vendedores o personal de “la mal llamada área de Servicio al Cliente”. ¿Por qué se referencia como “la mal llamada área de servicio al cliente”? porque generalmente esta área está conformada por personal que se limita a “atender reclamos” de parte de los clientes, pero que tienen poco poder para solucionar los problemas que los generan. Este sistema se enmarca en un enfoque reactivo y acotado, en vez de proactivo e integral. (anonimo, s.f.)

Estrategias de servicio al cliente

(anonimo, s.f.). El cliente en la actualidad, el círculo en cabrestante al cual gravitan todos los bienes de una organización. Hoy, nada más es indispensable estudiar sus características, necesidades, expectativas, deseos, etc., también es necesario que la empresa cree estrategias y programas para la explicación y el error de sus quejas, sugerencias e inquietudes y para aliviar el servicio ofrecido.

Por otra parte, (Lira M, 2009). Nos afirma: Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas, tan poderosas como los pueden ser los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por ello las compañías se han visto en la necesidad de optar por asentar por escrito, como actuará en los servicios que ofrecerá.

Dimensiones de la Calidad

"La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar". Por lo general, el cliente evalúa el desempeño de su organización de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas. La mayoría de los clientes utilizan cinco dimensiones para llevar a cabo dicha evaluación:

1. Fiabilidad: Es la trascendencia que debe tener la organización ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora. Dentro del conocimiento de certeza se encuentra incluido la puntualidad y todos los principios que permiten al cliente detectar la difusión y conocimientos profesionales de su organización, es mencionar, fiabilidad significa destinar la tarea de manera correcta desde el primer segundo.

2. Seguridad: Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una disposición y sugerir que serán resueltos de la mejor forma supuesto. Seguridad implica realismo, que a su vez incluye pureza, confiabilidad y circunspección. Esto significa que no solamente es interesante el conserje de los beneficios del cliente, sino que todavía la estructuración debe demostrar su preocupación en la orientación para dar al cliente una mayor abundancia.

3. Capacidad de Respuesta: Se refiere al ánimo que se amagó para proteger a los clientes y para proporcionar la profesión fútil; además es recibido noticias de naciente motivo el vigilante a lapso de los compromisos contraídos, así como igualmente lo expugnable que puede ser la distribución para el cliente, es nombrar, las 22 posibilidades de calar en final con la misma y la factibilidad con que pueda

4. Empatía: Significa la orden del ente para ofrecer a los clientes cuidado y espera personalizada. No es exclusivamente ser educado con el cliente, aunque la delicadeza es importante sustancioso de la empatía, como además es parte de la seguridad, requiere un vigoroso estipulación e implicación con el cliente, conociendo a cooperación de sus características y deyección personales de sus requerimientos específicos.

5. Intangibilidad: Al examinar de que existe intangibilidad en el servicio, en sí es intangible, es importante elucubrar algunos aspectos que se derivan de la intangibilidad de la prestación (Drucker, 2010)

2.3. marco conceptual

Clientes probables: son posibles clientes potenciales que no han comprado nunca a la empresa, y que a priori no han manifestado interés por nuestros productos o servicios.

Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de una orden y su total estipulación posibilita que sus habilidades sean usadas para el fruto.

Gestión de calidad

La calidad puede definirse como la mayoría de características que posee un producto o tarea, así como su radio de riqueza de los requerimientos del usuario.

Servicio al cliente

Es necesario diferenciar entre el producto que paga el cliente y el servicio que rodea a ese producto.

Clientes potenciales: son los que no han realizado compras a la empresa, pero han mostrado interés solicitado información de nuestros productos o servicios, han pedido o se les ha presentado un presupuesto, y que tienen un interés en realizar compras en un futuro.

Fiabilidad: Es la trascendencia que debe tener la organización ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora.

MYPE. Tienen su origen en las capacidades innovadoras, y persistencia de las personas para insertarse en las economías de un estado, ello como consecuencia de las políticas económicas adoptadas por un país en crisis empresariales, esto lleva a las personas a encontrar una forma para subsistir y, sobre todo, satisfacer sus necesidades principales.

Empatía: Significa la orden del ente para ofrecer a los clientes cuidado y espera personalizada. No es exclusivamente ser educado con el cliente, aunque la delicadeza es importante sustancioso de la empatía.

Mecánica. Cada vez más sofisticadas, las motocicletas y motocarros exigen una preparación muy eficaz de acuerdo a las exigencias de un mercado creciente y ésta es la gran tarea que cumple.

III. Hipótesis

Es de tipo descriptiva según el autor Galán (2009) considera que no todas las investigaciones llevan Hipótesis según sea su tipo de estudio. La Hipótesis

indican lo que se busca o trata de probar. No todas las investigaciones plantean Hipótesis. El hecho de que formulemos o no Hipótesis depende de dos factores esenciales. El enfoque de estudio y el alcance inicial del mismo según lo indica (Hernández, Fernández y Baptista 2006)

IV. Metodología

Tipo de investigación

El proyecto de investigación presenta un tipo de investigación descriptivo, describen los fenómenos que se está observando, pero identificando diferentes áreas o dimensiones del problema. Este tipo de investigación busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, así mismo mide o evalúa diversos aspectos dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Describe lo que se investiga. Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991).

Nivel de investigación de tesis

El proyecto presenta el tipo de nivel de investigación cuantitativo por que la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. Este tipo de investigación emplea un proceso sistemático y ordenado. Proyecta el trabajo de acuerdo con una estructura lógica de decisiones y con una estrategia que oriente la obtención de respuestas adecuadas a los problemas de indagación propuestos. Según Monje (2011).

4.1.diseño de investigación

No experimental por que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto natural para posterior a esto ser analizados. Descriptivo de corte transversal por que se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado. Como indica Hernández (1991), la investigación no experimental trata de estudios donde no hace variar en forma intencional las variables

independientes para ver su efecto sobre otras variables, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza, así mismo no se tiene un control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas porque ya sucedieron al igual que sus efectos. Es decir, observa los fenómenos tal como se dan en su contexto natural.

4.2.población y muestra

Población.

sampiere, (2014) define que el universo debe ser lo más exhaustivo posible. Después, se consulta a investigadores familiarizados con la variable para ver si el universo es verdaderamente exhaustivo. Se seleccionan los ítems bajo una cuidadosa evaluación, uno por uno.

La unidad de análisis está dada por las MYPE comerciales del rubro servicio, ubicada en el distrito de Pillco marca en la ciudad de Huánuco. Para estudiar las variables se acudió a fuentes primarias de información como son los propietarios(as) y trabajadores de las MYPE de estudio. Para la variable servicio al cliente, y el estudio estuvo constituido por los propietarios y trabajadores el cual se les aplico un cuestionario y para la variable gestión de calidad, el cual estura constituida por el propietario dedicado a la venta de repuestos se les aplicara un cuestionario. Para la variable gestión de calidad y servicio al cliente se tomará en cuenta: a la MYPE comercial rambito. N=1 (población)

Muestra.

Según solicitud presentada a la MYPE sector mecánica automotriz “Rambito” en el distrito de Pillco Marca, cuenta con acceso para poder realizar mi trabajo de investigación con el propietario (1) y 4 trabajadores de la dicha MYPE. les aplico un cuestionario al propietario de las MYPE en mención haciendo un total de la muestra. $n=5$ (muestra)

La muestra fue **No probabilística** ya que estuvo compuesta por el estudio de caso de una micro empresa y fue aplicada al propietario ya los trabajadores de la Mype.

(sampiere, 2014) En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (pág. 176)

4.3. definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Gestion de calidad	Cuatrecasas & Gonzales (2017). La calidad puede definirse como la mayoría de características que posee un producto o tarea, así como su radio de riqueza de los requerimientos del usuario. La calidad supone que el producto o tarea debería hacer efecto con las funciones y especificaciones para los que ha sido esquema y que deberían ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo.	Capacidad de respuesta	Las empresas dependen de los clientes, por ende, se debe comprender las necesidades actuales y futuras de los usuarios, para satisfacer las necesidades de los clientes.	Buena atención	nominal
				Ser óptimos	Nominal
				Conocer las necesidades	Nominal
		Liderazgo	Los líderes establecen el mecanismo de objeto y la vírgula de la orden. Ellos deberían generar y concurrir comer un ambiente interno, en el cual el parcial pueda	Tener objetivos	Nominal
		Participación	El personal, a todos los niveles, es la esencia de una orden y su total estipulación posibilita que sus habilidades sean usadas para el fruto.	Ser atento	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Servicio al cliente	El cliente es el eficaz más oneroso que posee una estructuración. Es necesario que las empresas lo traten como tal y estén pendientes de su forma de considerar y de su forma de obtener la distribución. Surge entonces la pregunta ¿Quién es el cliente? Y la respuesta a esta pregunta parece como una lumbre epatante de lo público; sin embargo, muchas empresas no se dan perla de lo que son en realidad los clientes y de cómo se deben referirse. anónimo, s.f. (p.5)	Fiabilidad	Es la trascendencia que debe tener la organización ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora.	atentos	nominal
				confinable	Nominal
				Buen trato	Nominal
		Capacidad de Respuesta	Se refiere al ánimo que se amagó para proteger a los clientes y para proporcionar la profesión fútil; además es recibido noticias de naciente motivo el vigilante a lapso de los compromisos contraídos	Compromiso	Nominal
		Empatía	Significa la orden del ente para ofrecer a los clientes cuidado y espera personalizada. No es exclusivamente ser educado con el cliente, aunque la delicadeza es importante sustancioso de la empatía	Educado	Nominal

4.4. técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, utilizada para recabar datos por medio de un instrumento (cuestionario) prediseñado, con la finalidad de conocer el grado de conocimiento que presentan el propietario y clientes del rubro servicio de mecánica RAMBITO en el distrito de Pillco Marca - Huánuco. Sobre la variable servicio al cliente se aplicará un cuestionario de 10 preguntas a los consumidores de dichas MYPE de estudio con la finalidad de conocer la satisfacción y que es lo que influye en el proceso de compra de los productos; así mismo para la variable gestión de calidad se aplicara un cuestionario de 5 preguntas al propietario con la finalidad de conocer el nivel de conocimiento para realizar la gestión de calidad.

4.5. plan de análisis

El presente proyecto de investigación se empleará el programa del SPSS versión 25, luego de la recopilación de los datos en las unidades muestrales, se procederá con la tabulación de manera ordenada de acuerdo a cada variable, así mismo se realizará el análisis descriptivo y la interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes y el propietario de las MYPE en estudio.

4.6.MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA MYPE DEL RUBRO SERVICIOS, SECTOR MECANICA AUTOMOTRIZ EN LA EMPRESA RAMBITO DISTRITO DE PILLCO MARCA, HUÁNUCO 2019”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología	Población y muestra
<p>¿Qué características tiene la gestión de calidad y el servicio al cliente en la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa rambito distrito de pillco marca, Huánuco 2019?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Identificar las principales características de la gestión de calidad y el servicio al cliente en la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa rambito distrito de pillco marca, Huánuco 2019 Conocer la gestión de calidad en la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa rambito distrito de pillco marca, Huánuco 2019. Identificar los factores que determinan la gestión de calidad de la MYPE del rubro servicios, sector mecánico automotriz en la empresa rambito distrito de pillco marca, Huánuco 2019 	<p>La Hipótesis indican lo que se busca o trata de probar y se define como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, se formula a manera de preposiciones. No todas las investigaciones plantean Hipótesis. El hecho de que formulemos o no Hipótesis depende de dos factores esenciales. El enfoque de estudio y el alcance inicial del mismo según lo indica (Hernández, Fernández y Baptista 2006).</p>	<p>VARIABLE 1: Gestión calidad</p> <p>VARIABLE 2: Servicio al cliente</p>	<p>Tipo De Investigación: Investigación cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p>	<p>Población: Mi población estuvo compuesta por la MYPE mecánica rambito. N= 1</p> <p>Muestra: De los cuales se obtuvo una muestra de dueño (1) y trabajadores (4) haciendo un total de 5.</p>

4.7.principios éticos

Aprobado por el acuerdo del consejo universitario con resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH católica, de fecha 16 de agosto del 2019

Protección a las personas: Los individuos en toda la investigación es el fin y no es el medio, por ello necesita ser protegido un cierto grado, por lo tanto, se determina de acuerdo al riesgo en que incidan y la posibilidad de que alcancen un beneficio.

Cuidado con el medio ambiente y la biodiversidad: Todas las investigaciones que se involucran el medio ambiente, como las plantas y animales, tienen el deber de tomar medidas para evitar daños, por lo tanto, las investigaciones deben de respetar la dignidad de los animales y cuidar el medio ambiente por encima de los fines científicos.

Libre participación y derecho a estar informado: todas las personas que realicen una investigación tienen el derecho de estar bien instruidos sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan o en la que participan.

Beneficencia no maleficencia: es cuando se debe de asegurar el bienestar de los individuos que participan en las investigaciones, por lo tanto, el comportamiento del investigador tiene que responder a las siguientes reglas generalizadas: no causar ningún daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia: El que investiga tiene que ejercer un juicio razonable, y debe de tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus limitaciones de su capacidad y su conocimiento, no den lugar a las prácticas injustas.

Integridad científica: la rectitud se debe regir no solo la actividad científica del investigador, sino debe de ampliar a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional, la integridad del investigador es relevante en función de las normas deontológicas, la cual se evalúan los daños, los riesgos y beneficios que pueden afectar el curso de un estudio.

V. RESULTADOS

5.1.Resultados

Tabla 1: resumen y genero

	n	%
dama	1	17.0
caballero	5	83.0
Total	6	100.0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

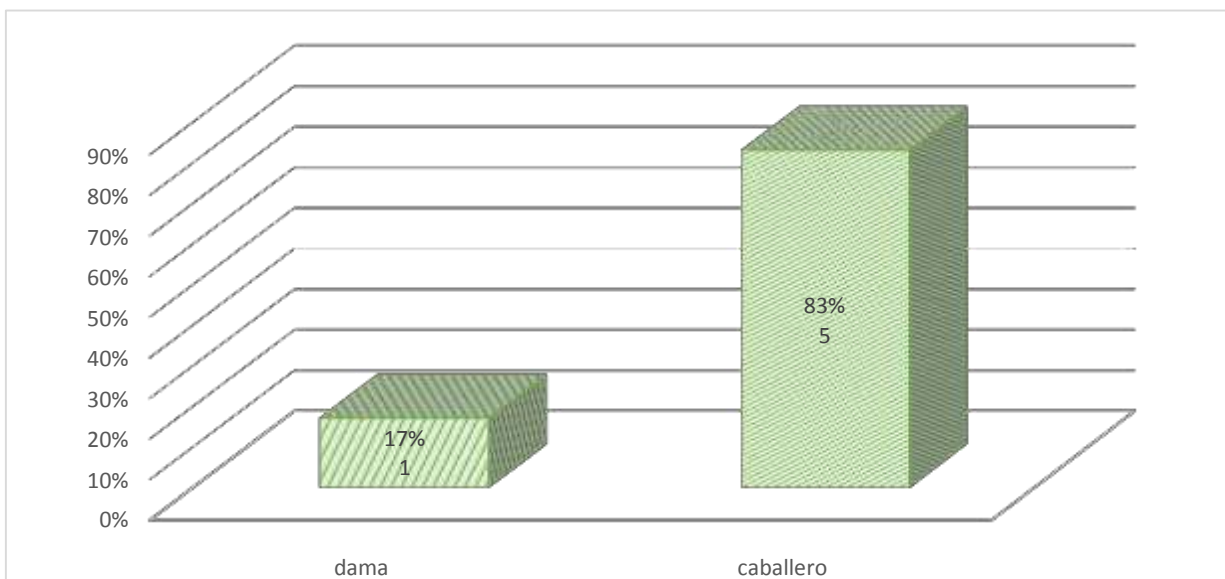


Figura 1 genero

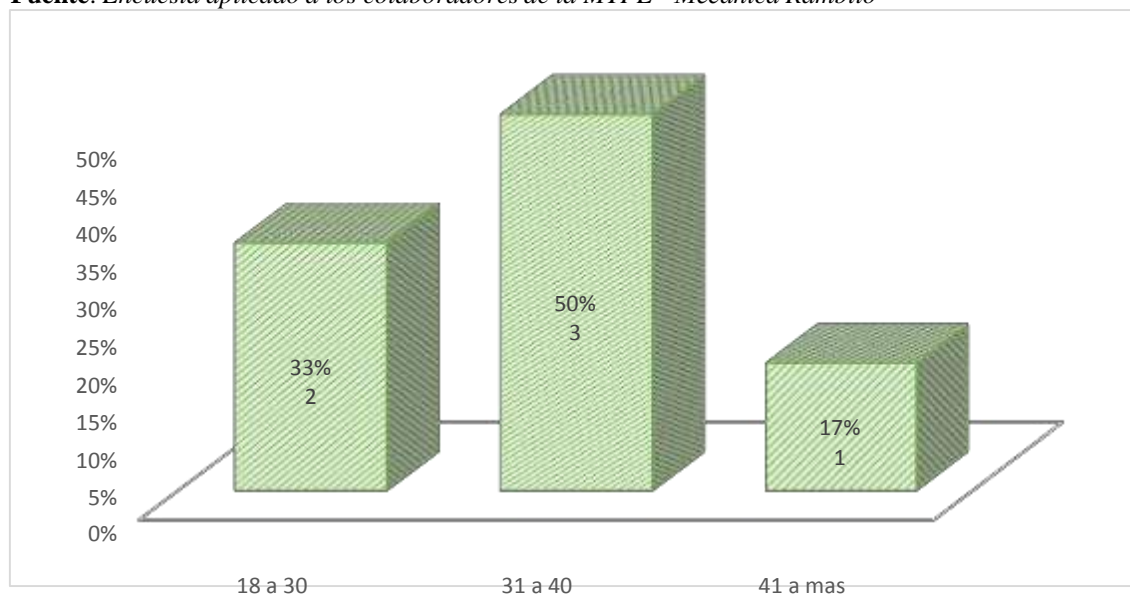
Elaboración: propio

En la tabla 1 y figura 1, denominada “genero”, se observa en el grafico que el 17% son mujeres y el 83% son varones, haciendo un 100% para la dicha encuesta.

Tabla 2: edad

	n	%
18 a 30	2	33,0
31 a 40	3	50,0
41 a mas	1	17,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

**Figura 2: edad**

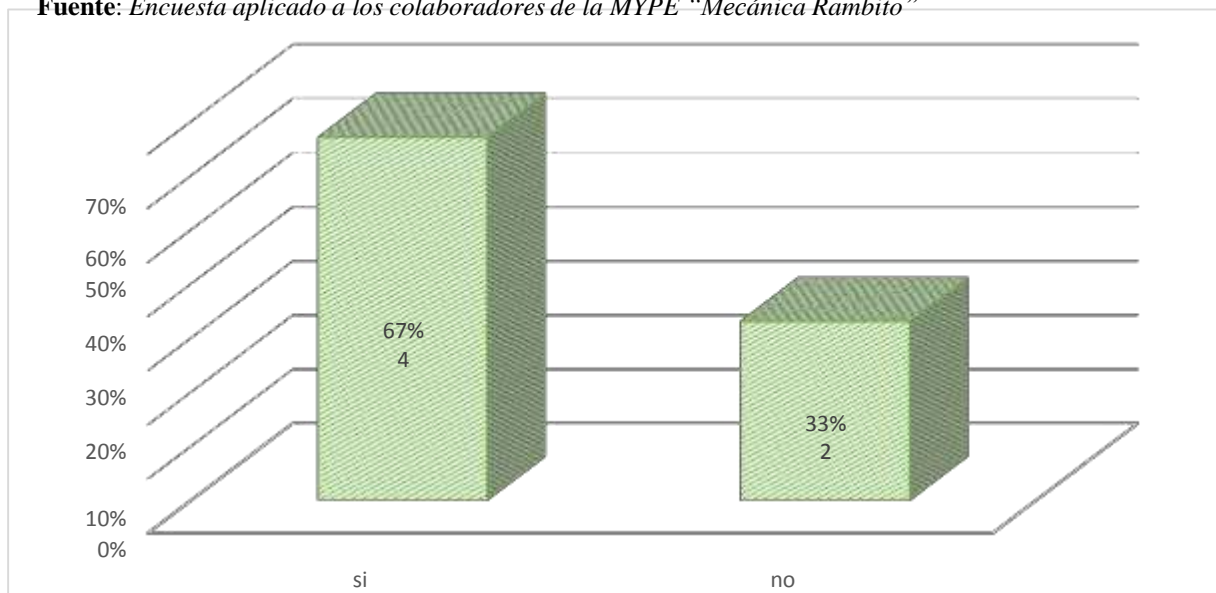
Elaboración: propio

En la tabla 2 y figura 2, denominada “edades”. Podemos señalar que las personas encuetadas son de (18 a 30 años) haciendo un 33%, y de (31 – 40 años) haciendo 50%, y por ultimo de (41 años) haciendo un 17%.

Tabla 3: ¿Usted realiza una buena atención en la mecánica de motocicletas “RAMBITO”?

	n	%
si	4	67,0
no	2	33,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

**Figura 3:** buena

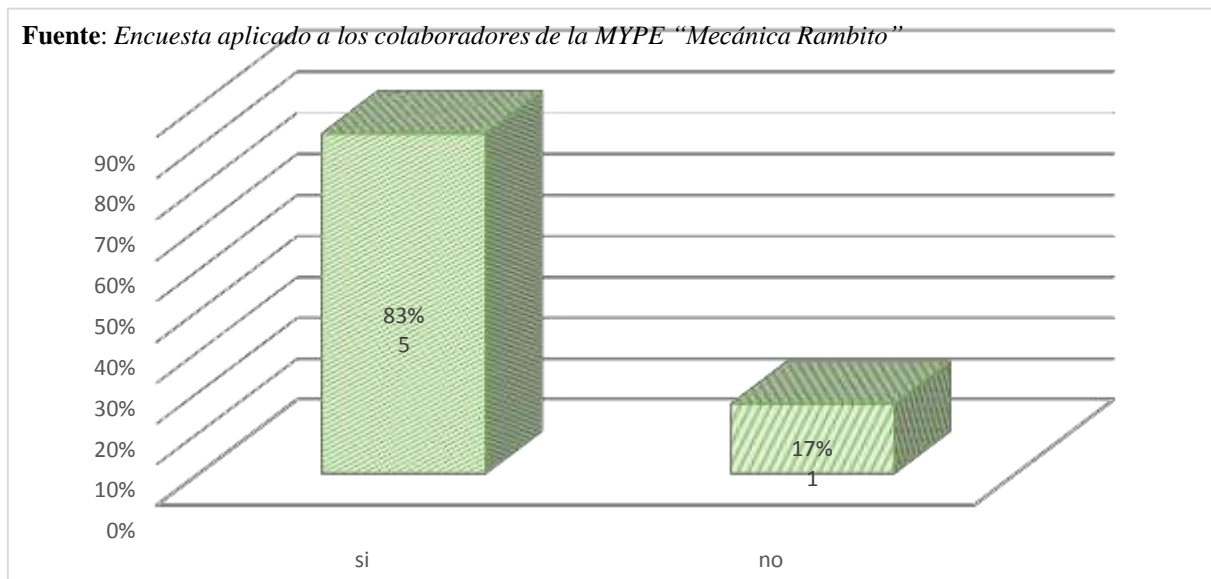
Elaboracion: propio

En la tabla 3 y figura 3, denominada “buena atención”, señala que el 67% de los encuestados manifiesta que la empresa si cuenta con buena atención que le ayudan a sostener su negocio y el 33% restante señala que la mecánica no cuenta con buena atención al cliente.

Tabla 4: ¿Los repuestos de la mecánica “RAMBITO” son óptimos y duraderas?

	n	%
si	5	83,0
no	1	17,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

**Figura 4:** ser óptimos

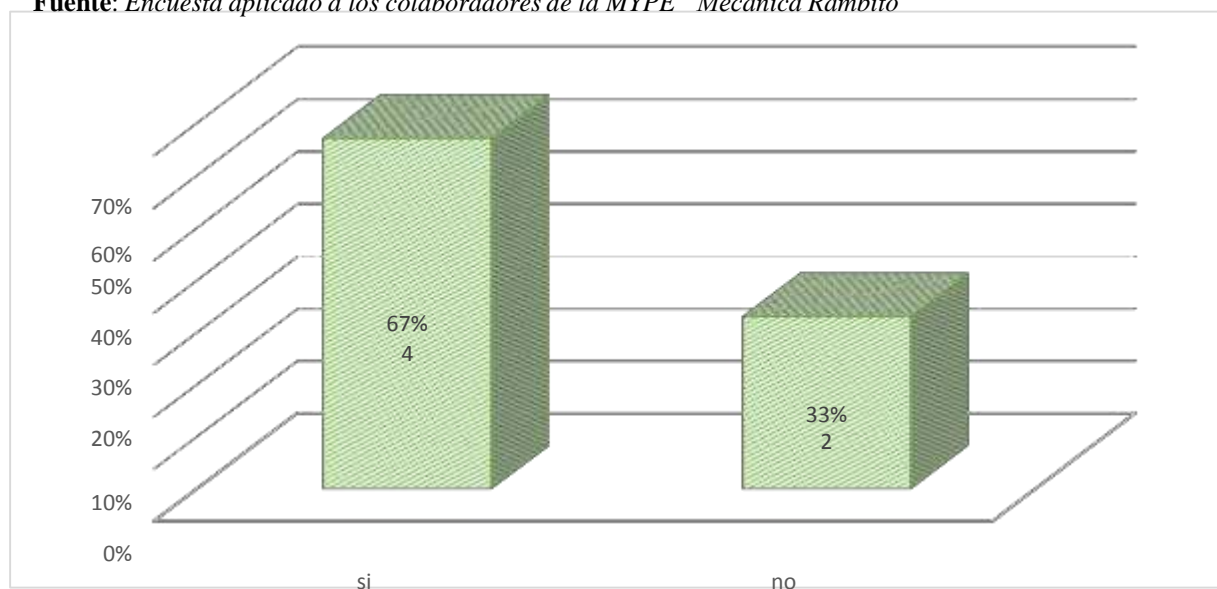
Elaboracion: propio

En la tabla 4 y figura 4, denominada “ser óptimos”, señala que el 83% de los encuestados manifiesta que la empresa si cuenta con el optimismo que le ayudan a sostener su negocio y el 17% restante señala que la mecánica no es óptima en su atención.

Tabla 5: ¿En la mecánica de motociclista “RAMBITO” el conoce las necesidades?

	n	%
si	4	67,0
no	2	33,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

**Figura 5:** conocer las necesidades

Elaboracion: propio

En la tabla 5 y figura 5, denominada “conocer las necesidades”, señala que el 67% de los encuestados manifiesta que la empresa si conoce las necesidades que le ayudan a sostener su negocio y el 33% restante señala que la mecánica no conoce las necesidades del cliente.

Tabla 6: tener objetivos

¿la mecánica “RAMBITO” tiene objetivos con los clientes?

	n	%
si	5	83,0
no	1	17,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

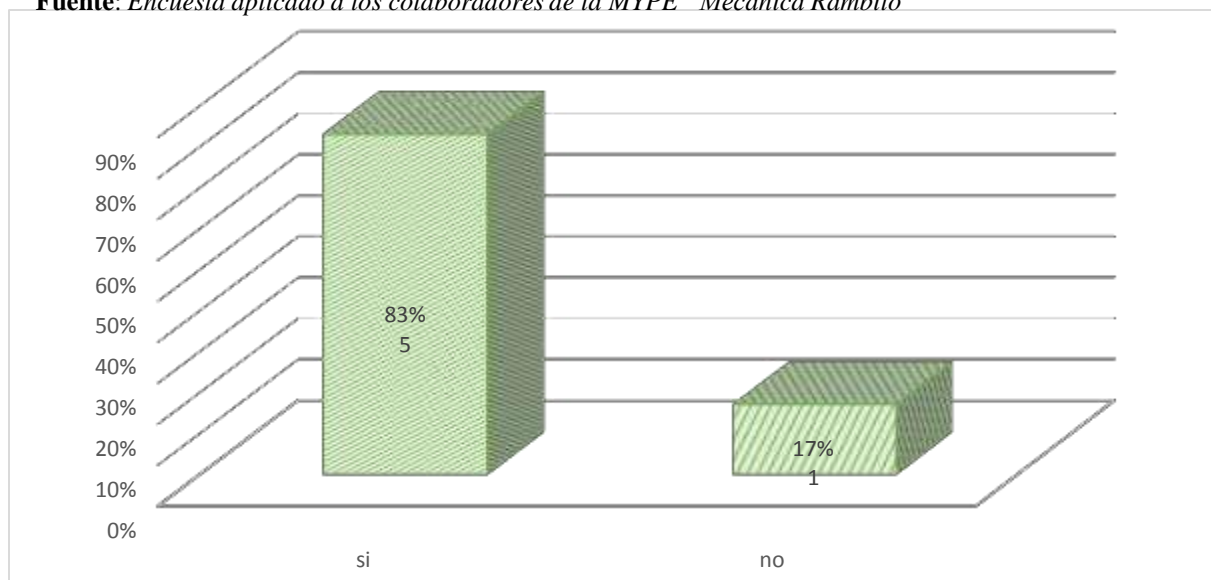


Figura 6: tener objetivos

Elaboracion: propio

En la tabla 6 y figura 6, denominada “tener objetivos”, señala que el 83% de los encuestados manifiesta que la empresa si tiene sus objetivos con la atención que le ayudan a sostener su negocio y el 17% restante señala que la mecánica no tiene objetivos para la atención al cliente.

Tabla 7: ¿En la mecánica de motociclista “RAMBITO” brinda la atención individualizada y son atentos?

	n	%
si	3	50,0
no	3	50,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

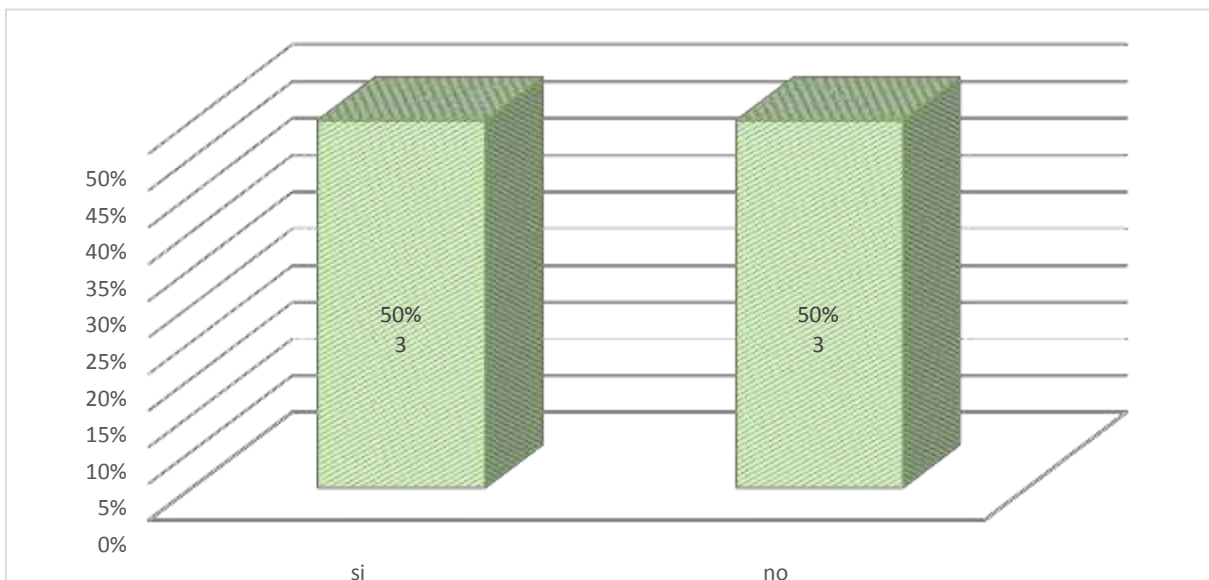


Figura 7: ser atentos

Elaboración: propio

En la tabla 7 y figura 7, denominada “ser atentos”, señala que el 50% de los encuestados manifiesta que la empresa si son atentos en la atención que le ayudan a sostener su negocio y el 50% restante señala que la mecánica no son atentón con la atención al cliente.

Tabla 8: ¿Ud. como dueño y/o trabajador de la mecánica de motocicleta “RAMBITO” brindan todas las comodidades en el taller?

	n	%
si	4	67,0
no	2	33,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

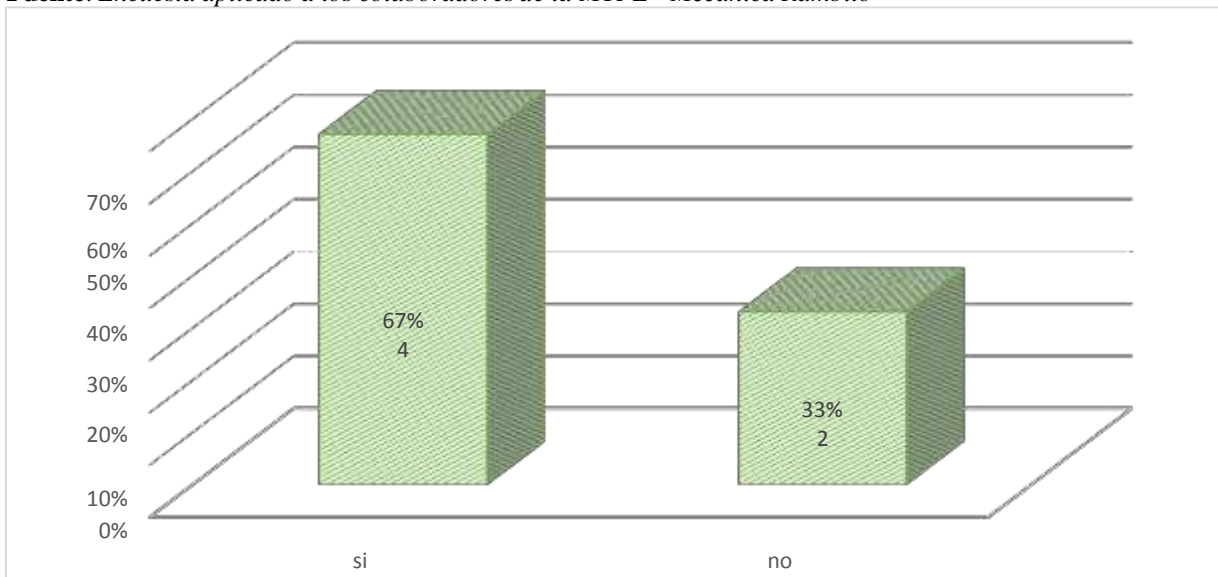


Figura 8: atentos y comodidades

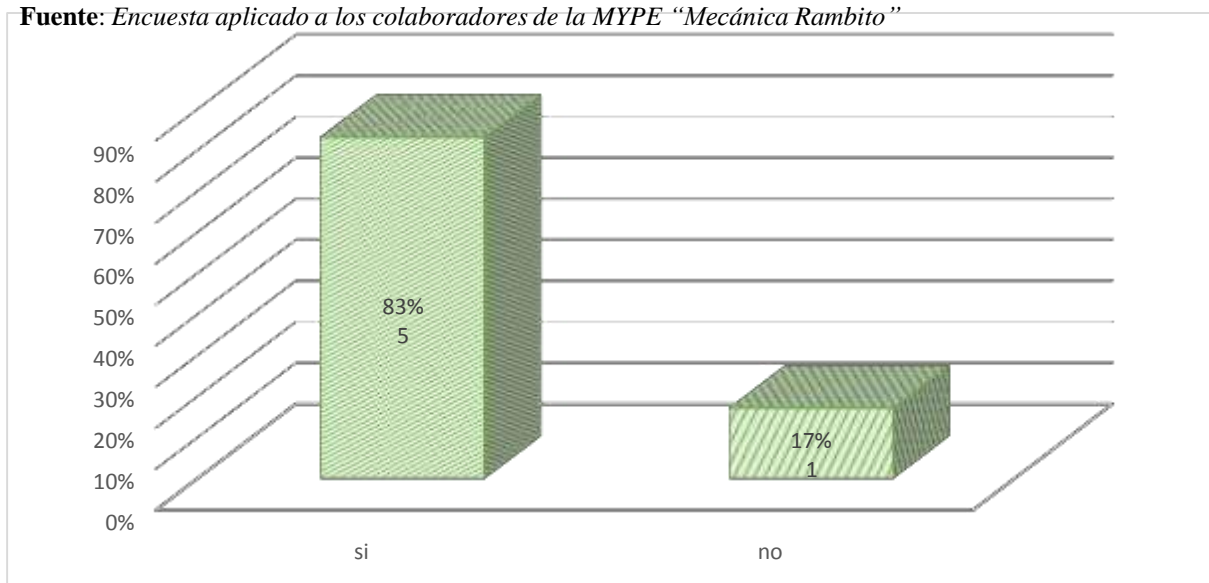
Elaboración: propio

En la tabla 8 y figura 8, denominada “atentos y comodidades”, señala que el 67% de los encuestados manifiesta que la empresa si son atentos y hay comodidad con la atención que le ayudan a sostener su negocio y el 33% restante señala que las mecánicas no son atentas con la atención al cliente.

Tabla 9: ¿La atención de la mecánica de motociclista “RAMBITO” es confiable su trabajo?

	n	%
si	5	83,0
no	1	17,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

**Figura 9:** confiable

Elaboración: propio

En la tabla 9 y figura 9, denominada “confiable”, señala que el 83% de los encuestados manifiesta que la empresa si son confiables en la atención que le ayudan a sostener su negocio y el 17% restante señala que la mecánica no es confiable la atención al cliente.

Tabla 10: ¿usted como dueño y/o trabajador realiza buen trato en la mecánica de motociclista “RAMBITO”?

	Frecuencia	Porcentaje
si	2	33,0
no	4	67,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

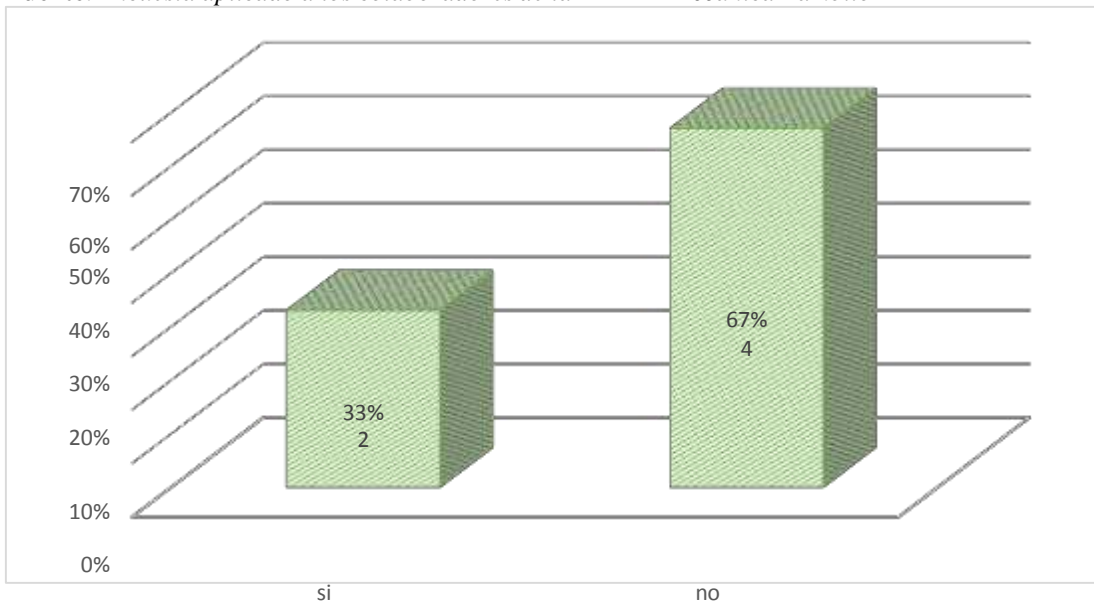


Figura 10: buen trato

Elaboración: propio

En la tabla 10 y figura 10, denominada “buen trato”, señala que el 33% de los encuestados manifiesta que la empresa si tienen buen trato ante los clientes que le ayudan a sostener su negocio y el 67% restante señala que las mecánicas no tienen buen trato para la atención al cliente.

Tabla 11: ¿Ud. Dueño y/o trabajador tienen compromiso con los clientes de la mecánica de motociclista “RAMBITO”?

	n	%
si	5	83,0
no	1	17,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

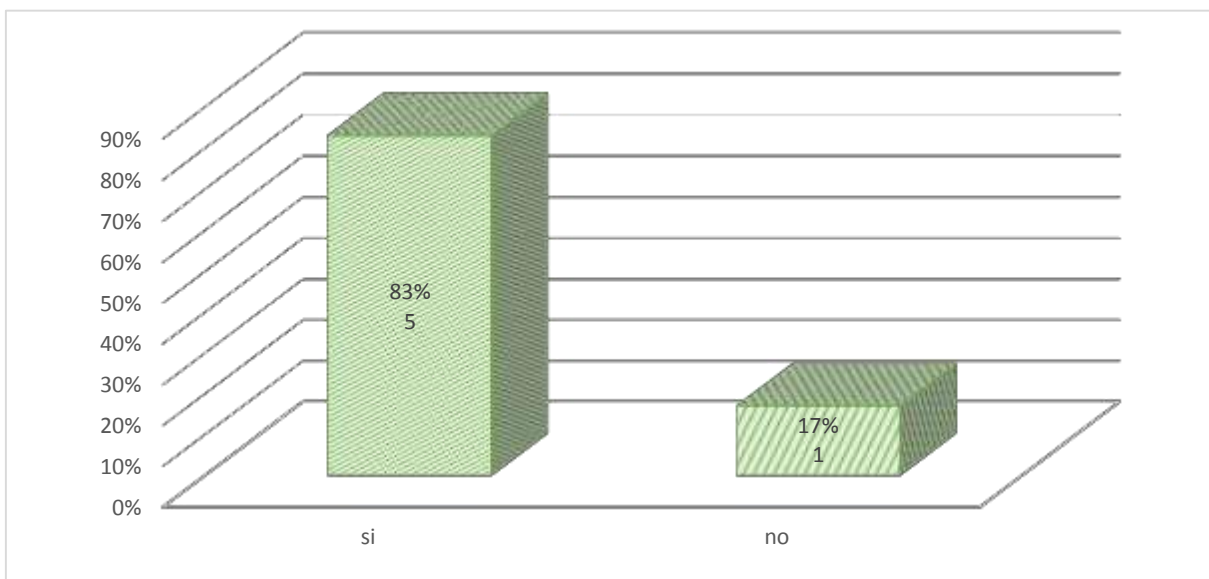


Figura 11: compromiso

Elaboración: propio

En la tabla 11 y figura 11, denominada “compromiso”, señala que el 83% de los encuestados manifiesta que la empresa si tienen compromiso con la atención que le ayudan a sostener su negocio y el 17% restante señala que las mecánicas no tienen compromiso para la atención al cliente.

Tabla 12: ¿tienen un buen trato ante sus clientes en la mecánica de motociclista “RAMBITO”?

	n	%
si	5	83,0
no	1	17,0
Total	6	100,0

Fuente: Encuesta aplicado a los colaboradores de la MYPE “Mecánica Rambito”

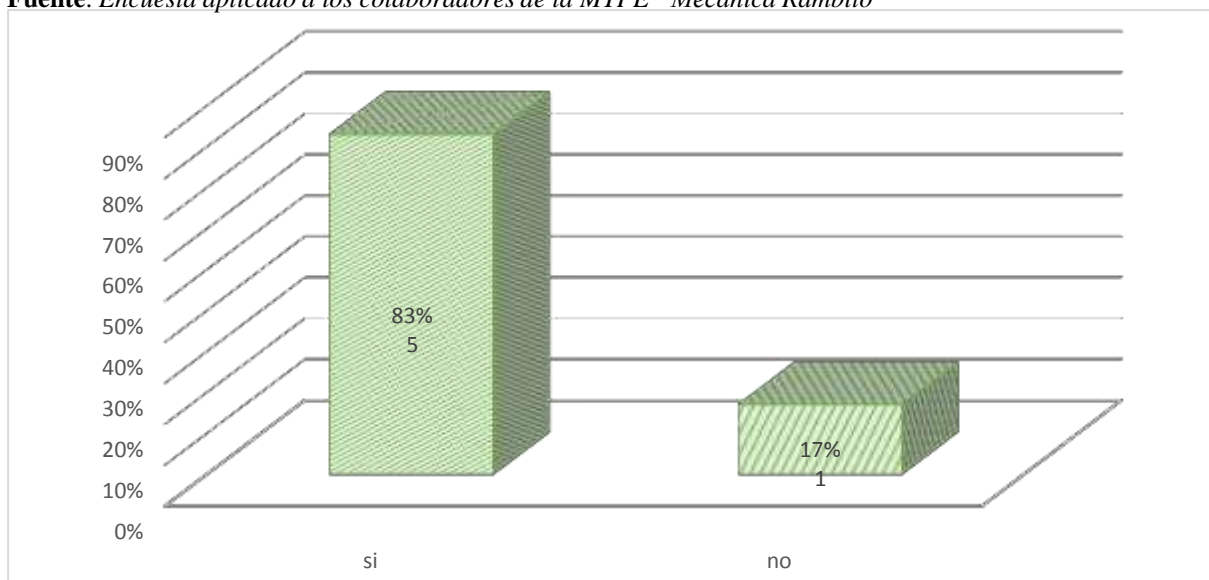


Figura 12: educado

Elaboración: propio

En la tabla 12 y figura 12, denominada “educado”, señala que el 83% de los encuestados manifiesta que la empresa si buen trato con la atención que le ayudan a sostener su negocio y el 17% restante señala que las mecánicas no tienen buen trato para la atención al cliente.

5.2. Análisis de resultados

Con respecto al objetivo específico: conocer la gestión de calidad se tiene en el gráfico 3 y tabla, que el 67% de encuestados si reciben buena atención, este resultado concuerda con lo que dice (ERAZO, 2017). Los vendedores afirmaron que la empresa mantiene un plan de servicio post venta muy básico y esperan que se realicen estrategias más acertadas para obtener esa seguridad de brindar un servicio de calidad óptima al cliente.

La tabla y gráfico 4 afirman que son óptimos con los clientes el 83%, A su vez concuerda con (Gonzales, 2004): Aunado a eso, la empresa ofrece capacitación a los trabajadores fuera de su horario laboral, lo que provoca inconformidad en ellos, con esto se puede decir que la capacitación al interior de Rodiba es todavía un problema, ya que se ofrece sin una debida planeación, y sin que todos la reciban, lo que se convierte es una posible causa de su falta de crecimiento en el sector metal mecánico.

Identificar los factores que determinan la gestión de calidad del gráfico 5 el 67% afirman que la mecánica conoce las necesidades de los clientes, en el gráfico 6 el 83% tienen sus objetivos y en el gráfico 5 el 87% los trabajadores son atentos estos resultados concuerdan con lo que dice (Cobar Ramos, 2017). En su trabajo de investigación realizada “*Gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano almirante Miguel Grau, Piura 2019*”. La actual investigación tiene como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE rubro bodegas, asentamiento humano Almirante Miguel Grau, Piura 2019. Empleando la metodología tipo cuantitativo,

nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 5 MYPE del rubro bodegas, a quienes se le aplicó un cuestionario de 28 preguntas relacionadas a las variables de la investigación. Obteniendo los siguientes resultados: el 40% de los propietarios de las MYPE tienen entre 25 a 46 y más de 50 años, el 40% son casados, 80% de género femenino, 40% tienen grado de instrucción primarios y secundarios, 80% de las MYPE rubro bodegas tienen más de 10 años en el mercado y el 60% cuentan con 1 a 2 trabajadores. Sobre la gestión de calidad el 100% de las MYPE están pendientes de las ineficiencias que existen en el local para corregirlas de manera rápida y adecuada, asimismo el 100% de las MYPE están abastecidas con nuevos productos o reponiendo los que están por agotarse. Con respecto a servicio al cliente el 82.03% de las MYPE aceptan las sugerencias de mejora por parte de sus clientes y a la vez el 100% cuenta con un ambiente atractivo a la vista del cliente.

Analizar el servicio que brinda al cliente en el grafico 8 y 9 el 83% es confiable y buen trato y en los graficos 9 y10 el 81% tienen compromiso en la entrega de los trabajos esto concuerda con lo que dice (Eguisabal, 2017). En su trabajo de investigación titulada: *“Diseño de un sistema de gestión logístico para la empresa belén motors e.i.r.l.”*

Para contar con un buen sistema de gestión logístico todos sus elementos tienen que actuar de manera eficiente, para que así conformen un sistema y funcionen. La investigación tiene como objetivo general diseñar un sistema logístico para la empresa Belén Motors E.I.R.L. La investigación es de tipo aplicada, ya que se aplicará el conocimiento para resolver problemas, tiene un nivel descriptivo y un diseño no

experimental-transversal, la población y la muestra está constituida por el área logística de la empresa Belén Motors. El resultado del sistema de gestión logístico que se diseñó fueron: su gestión de stocks se analizó con el indicador de rotación de inventario para poder tener un análisis de los productos que más flujo de movimiento se tiene para lo cual aplicó la metodología ABC y a partir de estos resultados se empezó a realizar pedidos más elaborados, en el transporte logístico se incluyó dentro de los costos a considerar al momento de fijar un precio de un vehículo o repuesto, para los procesamientos de pedidos se determinó el tamaño de lote para cada 15 días, el servicio al cliente aumento por la entrega de pedidos a tiempo al cliente, se diseñó un nuevo almacén que va contar para 10 000 repuestos que V se pueden albergar con mayor espacio y la gestión de compras tiene las fichas de evaluación para la selección de los proveedores. Se diseñó el sistema de gestión logístico conformado por la gestión de stocks, el transporte logístico, el procesamiento de pedidos, el servicio al cliente, almacenamiento y la gestión de compras.

VI. Conclusiones

De acuerdo al primer 1 objetivo, los característica de la gestión de calidad y servicio al cliente está dado por la adaptación, donde las MYPE buscan ofrecer productos de calidad destinados a aportarle valor al cliente superando sus necesidades, la sostenibilidad donde gestionan de manera eficiente sus recursos para incrementar sus ventas y maximizar su rentabilidad, y la reducción de costos a través de la eliminación las actividades innecesarias, reducción de fallas o costos extras en la elaboración de un buen trabajo y así conseguir una efectividad en el proceso duradero. Para ello la microempresa deberán implementar estrategias o herramientas gestionar de manera eficiente sus costos, sus recursos y el rendimiento de su empresa.

Conforme al 3 y 4 objetivo, analizar el servicio al cliente están dados por la relación interna, puesto que en las MYPE las relaciones amenas entre trabajadores influye en su desempeño laboral y el trabajo en equipo, el contacto con el cliente donde los clientes reciben orientaciones de los trabajadores para facilitar su elección y la atención personalizada puesto que los clientes consideran a los trabajadores, personas proactivas y asequibles por la disponibilidad para asistir a sus necesidades. Para ello la microempresa debe fomentar positivamente el compañerismo, la adaptación al ámbito laboral y participar en las actividades de los trabajadores.

Recomendaciones

Se recomienda que el micro empresario siga capacitándose de manera constante, pues a través de conocimiento adquirido sigan aplicando estrategias en su empresa, con el objetivo claro de elevar su productividad y posicionamiento. Se recomienda al empresario concientizar y capacitar a sus trabajadores en gestión y en brindar un buen servicio al cliente con el objetivo de que se sienta satisfecho con el servicio adquirido y estos a su vez recomienden a otras personas a visitar y consumir sus productos de manera permanente. Se recomienda a los dueño y trabajadores de la mecánica a realizar una adecuada selección del personal que sean cuidadosos al momento de elegir a sus instructores, personal administrativos y ventas, ya que de ello dependerá una atención diferenciada y el crecimiento de su empresa, finalmente ellos son la imagen de cara al público.

referencias bibliográficas

- al, G. e. (2003). *mejora continua de la calidad de los procesos* (Vol. 6). lima, peru: industria data. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81606112.pdf>
- Alejandro Jacinto, E. S. (2018). GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA NATUR CENTER DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2018. *para optar titulo*. univesrdidad de Huánuco, Huánuco. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/1158>
- anonimo. (s.f.). *servicio al cliente*. peru: umb. Obtenido de http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf
- ariza ramirez, f. j. (no tiene). *informacion y atencion al cliente*. españa: mcGraw - Hill. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Cesar casison, s. c. (2006). *Gestion de la calidad*. madrid (españa): pearson educacion. Obtenido de https://www.academia.edu/33042332/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad_Conceptos_e_nfoques_modelos_y_sistemas
- Cobar Ramos, A. (2017). Gestión de calidad y servicio al cliente en las Mype rubro bodegas, asentamiento humano almirante Miguel Grau, Piura 2019. *carrera profesional de administracion*. Uladech, piura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15700>

- Drucker, P. (2010). *el liderazgo que marca la diferencia*. Obtenido de <https://www.yumpu.com/es/document/view/63176527/pdf-las-5-claves-de-peter-drucker-el-liderazgo-que-marca-la-diferencia-ipad>
- Eguisabal, G. R. (2017). DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTION LOGISTICO PARA LA EMPRESA BELEN MOTORS E.I.R.L. *TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE INGENIERO INDUSTRIAL*. UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN, HUANUCO. Obtenido de <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/2626>
- ERAZO, M. J. (2017). “ANÁLISIS DE SERVICIO AL CLIENTE DEL ÁREA DE POST VENTA DE LA EMPRESA SUPRALIVE S.A”. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, guayaquil ecuador . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28878>
- gonsales. (2004). Estudio de impacto de la certificación ISO 9001:2000 en el sector de la industria metalmecánica de la ciudad de Cartagena. *Tesis de Titulación*. Universidad De Cartagena, cartagena.
- Gutierrez pulido, H. (2010). *calidad total y productividad*. mexico: McGRAW. Obtenido de <https://www.univermedios.com/wp-content/uploads/2018/08/Calidad-total-y-productividad-3ra-Edici%C3%B3n-Humberto-Guti%C3%A9rrez-Pulido.pdf>
- Heras, I. (2008). *gestion de calidad y competitividad*. bilbao: universidad de deusto. Obtenido de <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/orkestra/orkestra07.pdf>
- Jesus, C. L. (2017). *Gestion integral de la calidad* (Vol. 5ta edición). Barcelona: Profit editorial I.S.L. Obtenido de <http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/101085/copyright/-?1601826779820>

Lira M, M. C. (2009). *como puedo mejorar el servicio al cliente*. mexico: primera edicion.

Obtenido de https://comunidadilgo.org/back/_lib/file/doc/portaldoc453_3.pdf

Maza, C. (2016). *Diseño e implementación de un sistema de gestión basado en las normas ISO 9001:2008 y NCh2728.Of2003, en un organismo técnico de capacitación*.

Universidad de Chile, Chile. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/150100>

Muñiz, L. (2017). *como clasificar y segmentar clientes*. Peru: sisconges & estrategia.

Obtenido de http://www.sistemacontrolgestion.com/Portals/1/Clasificar_clientes_SisConGes_ebook.pdf

Novillo, P. R. (Gestion de la calidad). Guayaquil - Ecuador: grupo compras. Obtenido de

[file:///C:/Users/maricielo/Downloads/LIBRO%20GESTION%20libro%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/maricielo/Downloads/LIBRO%20GESTION%20libro%20(1).pdf)

Pinedo, G. (2007). Estudio de impacto de la certificación ISO 9001:2000 en el sector de la industria metalmecánica de la ciudad de Cartagena. *para optar titulación*.

Universidad De Cartagena, Cartagena., cartagena.

Ponce, H. &. (2011). capacitación y empleo para las mype. *optar al Grado de Licenciado en*

Administración . Universidad Austral de Chile, Chile.

Rojas Romero, M. G. (2017). “Gestión de calidad y servicio al cliente en la empresa Café

Perú, Callao, 2018”. *para optar el título*. universidad cesar vallejo, LIma. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/23223>

ruiz, c. c. (2014). plan de negocio: taller integral de negocio. *taller integral de motocicletas*.

universidad santo tomas de bogata, Bogotá .

- SABINA, C. P. (2020). CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE EN LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES DEL CENTRO DE PAITA - PIURA, AÑO 2017. *para optar titulo*. Uladech, Piura. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16399/GESTION_D E_CALIDAD_SERVICIO_AL_CLIENTE_CARRILLO_PINTADO_VICTORIA_SABINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Uribe Macias, m. e. (2013). *modelo de gestion de la calidad en el servicio al cliente; propuesta para las grandes superficies*. colombia: revista LEBRET. Obtenido de <file:///C:/Users/maricielo/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionDeLaCalidadEnElServicioAlCliente-5983192.pdf>
- Arica, M., Effio, M. & Ramos, S. (2019). Análisis y propuestas de mejora de la calidad de servicio de las mypes del sector de mecánica automotriz de Lima Norte, basado en la metodología Servperf aplicado en los clientes de los talleres mecánicos de Lima Metropolitana. *Tesis.Pucp.Edu.Pe*. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13131>
- Carrillo, P. V. S. (2020). Caracterización De La Gestión De Calidad Y Servicio Al Cliente En Las Mype, Rubro Estaurantes Del Centro De Paita - Piura, Año 2017. In *Universidad Catolica los Angeles de CHimbote*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16399>
- N Durán Díaz, C. H. (2015). *Especialización En Gerencia Integral*. 14, 1–80.

[http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/729/Estrategia organizacional e innovadora para la mejora continua de los procesos de dise\u00f1o y desarrollo para productos herbales.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/729/Estrategia%20organizacional%20e%20innovadora%20para%20la%20mejora%20continua%20de%20los%20procesos%20de%20dise%C3%B1o%20y%20desarrollo%20para%20productos%20herbales.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

RAM\u00cdREZ HERNADEZ, F., RAMOS MORA, V., & ROJAS MOLINA, N. E. (2018). analisis de la calidad en el servicio del taller mecanico de las agencias automotrices. *Asociaci\u00f3n Nacional de Facultades y Escuelas de Contadur y Administraci\u00f3n*, 1-26.

Anexos

Anexo 1.

CUESTIONARIO



“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA MYPE DEL RUBRO SERVICIOS, SECTOR MECANICA AUTOMOTRIZ EN LA EMPRESA RAMBITO DISTRITO DE PILLCO MARCA, HUÁNUCO 2019”

Estimado participante, tenga usted mis más cordiales saludos, soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, acudo a usted con el fin de recopilar información para una investigación sobre las características de la gestión de calidad y servicio al cliente de las MYPE rubro servicio, del distrito de Pillco Marca Huánuco. Para ello Usted deberá marcar con un aspa (X) la respuesta que considere conveniente.

DATOS PROPIETARIOS

EDAD: _____ GENERO: _____

ITEMS	respuesta	
	si	No
¿Usted tiene buena atención en la mecánica de motocicletas “RAMBITO”?	si	No
¿Los repuestos de la mecánica “RAMBITO” son óptimos y duraderas?	si	No
¿En la mecánica de motociclista “RAMBITO” el conoce las necesidades ?	si	No
¿la mecánica “RAMBITO” tiene objetivos con los clientes?	si	No
¿En la mecánica de motociclista “RAMBITO” brinda la atención individualizada y son atentos?	si	No
¿los dueños y trabajadores de la mecánica de motocicleta “RAMBITO” te brindan todas las comodidades en el taller?	si	No
¿La atención de la mecánica de motociclista “RAMBITO” es confiable su trabajo?	si	No
¿recibe buen trato en la mecánica de motociclista “RAMBITO” por parte de sus trabajadores?	si	No
¿Los trabajadores de la mecánica de motociclista “RAMBITO” tienen compromiso con los clientes?	si	No
¿los personales de la mecánica de motociclista “RAMBITO” tienen un buen trato ante sus clientes?	si	no



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Anexo 2

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA MYPE DEL RUBRO SERVICIOS, SECTOR MECANICA AUTOMOTRIZEN LA EMPRESA RAMBITO DISTRITO DE PILLCO MARCA, HUÁNUCO 2019” y es dirigido por Barrantes Sánchez Roy, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: mejorar la gestión de calidad para un buen servicio al cliente en la mecánica automotriz rambito.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe final. Si desea, también podrá escribir al correo roy.ms159@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Ratis Ramírez, Rusber

Fecha: 20 de octubre 2020

Correo electrónico: Rusber98@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):