



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL**  
**DE ADMINISTRACIÓN**

LA GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE  
Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO HOTELES,  
MIRAFLORES ALTO DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2020.

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

**AUTOR**

RODRIGUEZ ALFARO, LUCERO AMPARO

ORCID: 0000-0002-7999-1964

**ASESOR**

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE – PERÚ**  
**2023**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Rodríguez Alfaro, Lucero Amparo

ORCID: 0000-0000-7999-1964

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-00019618-6177

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

### **JURADO**

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia  
ORCID: 0000-0001-6176-191X

**Presidente**

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen  
ORCID: 0000-0003-2177-5676

**Miembro**

Mgtr Limo Vásquez, Miguel Ángel  
ORCID: 0000-0002-7575-3571

**Miembro**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia  
ORCID: 0000-0001-9618-6177

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A mi Dios, nuestro Padre todo poderoso por bendecirme por su inmenso amor, por darme la salud, la vida, por haberme puesto en mi camino a todas las personas que fueron mi soporte y compañía durante todo mi periodo de estudio.

Asimismo, a mis padres, mis hijos, mis hermanas y mi esposo gracias a ellos por brindarme su amor, me impulsaron a ser cada día mejor con su ejemplo de perseverancia, dedicación a nunca rendirme y por ser mi soporte día a día.

Por otro lado, agradezco a mis asesores por sus conocimientos, enseñanzas, por su comprensión, tiempo, paciencia que me dieron para poder culminar esta investigación.

## **DEDICATORIA**

La siguiente investigación va dedicada con mucho amor para mis padres Jose Rodriguez Carranza y Juana Alfaro García quienes fueron mi principal fuente de apoyo, a mis hermanas por sus palabras motivadoras, a mis queridos hijos Valentina y Josemarco sin ustedes este logro no se había completado.

Del mismo a mi esposo Jonathan gracias, el ánimo para nunca rendirme y mi querido tío Marco que no está físicamente, pero desde el cielo me cuida y me guía.

## INDICE DE CONTENIDO

|  |     |
|--|-----|
| 1. Caratula.....   | i   |
| 2. Equipo De Trabajo.....  | ii  |
| 3. Jurado Evaluador Y Asesor .....                               | iii |
| 4. Agradecimiento Y/O Dedicatoria .....                          | iv  |
| 5. Indice De Contenido .....                                     | vi  |
| 6. Indice De Tablas Y Figuras .....                              | vii |
| 7. Resumen Y Abstrac .....                                       | ix  |
| I. Introducción.....   | 1   |
| II. Revisión De Literatura .....                                 | 7   |
| 2.1. Antecedentes .....  | 7   |
| 2.2. Bases teóricas .....  | 32  |
| III. Hipótesis .....   | 56  |
| IV Metodología.....  | 57  |
| 4.1. Diseño de la investigación .....                            | 57  |
| 4.2. Población y muestra .....                                   | 59  |
| 4.3 Definición y Operacionalidad de variables e indicadores..... | 60  |
| 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....         | 64  |
| 4.5. Plan de análisis.....                                       | 65  |
| 4.6. Matriz de Consistencia.....                                 | 66  |
| 4.7. Principios éticos .....                                     | 67  |
| V. Resultados .....  | 69  |
| 5.1. Resultados .....  | 69  |
| 5.2 Análisis de resultados.....                                  | 79  |
| VI. Conclusiones.....  | 92  |
| VII. Recomendaciones.....  | 94  |
| Referencias Bibliograficas .....                                 | 116 |
| Anexos .....   | 122 |

## INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1</b> Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2022.....                             | 69 |
| <b>Tabla2</b> Características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.....   | 70 |
| <b>Tabla 3</b> Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020..... | 71 |
| <b>Tabla4.</b> Propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito de Chimbote, año 2020.....                    | 74 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |     |
|--|-----|
| <b>Figura1</b> Edad de los representantes .....                    | 154 |
| <b>Figura 2</b> Género del representante.....                      | 154 |
| <b>Figura 3</b> Grado de instrucción del representante .....       | 155 |
| <b>Figura 4</b> Cargo del representante .....                      | 155 |
| <b>Figura 5</b> Tiempo en el cargo .....                           | 156 |
| <b>Figura 6</b> Tiempo en el rubro.....                            | 157 |
| <b>Figura 7</b> Número de trabajadores .....                       | 157 |
| <b>Figura 8</b> Objetivo de la creación.....                       | 158 |
| <b>Figura 9</b> Conoce el término gestión de calidad.....          | 158 |
| <b>Figura 10</b> Técnicas de gestión de calidad. ....              | 159 |
| <b>Figura 11</b> Dificultades para su implantación.....            | 159 |
| <b>Figuras 12</b> Técnicas de mediación del rendimiento. ....      | 160 |
| <b>Figura 13</b> La gestión de calidad mejora el rendimiento ..... | 160 |
| <b>Figura. 14</b> Conoce el término atención al cliente .....      | 161 |
| <b>Figura 15</b> Aplica la gestión de calidad.....                 | 161 |
| <b>Tabla. 16</b> La atención al cliente es fundamental.....        | 162 |
| <b>Figura 17</b> La atención que brinda .....                      | 162 |
| <b>Figura 18</b> Porque se da una mala atención .....              | 163 |
| <b>Figura 19</b> Porque se da una mala atención al cliente. ....   | 163 |
| <b>Figura 20</b> Tomará medidas para una buena atención.....       | 164 |



## RESUMEN

La investigación La gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote, año 2020. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en Miraflores Alto, Chimbote año 2020. La metodología fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 12 representantes de las microempresas a quienes se aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 58,03% tienen en el cargo. El 66,07 % tienen en el rubro de 7 años más. El 66,07 % cuentan con 1 a 5 trabajadores. El 50,00 % si conoce el término gestión de calidad. El 50,00% no utiliza ninguna técnica. El 41,06 % utiliza la evaluación. El 91,07 % si conoce el término gestión de calidad. El 91,07 % aplica la atención al cliente. El 100,00 % si cree que es importante la atención al cliente. Se concluye que los representantes brindan una buena atención al cliente, pero lo realizan de forma empírica y no utilizan herramientas de gestión de calidad en atención. Por tanto, los líderes deben capacitarse tener herramientas, estrategias para entender las necesidades de sus clientes para el desarrollo de la empresa.

**Palabras clave:** Atención, cliente, empresa, gestión de calidad.

## **ABSTRACT**

The research Quality management in customer service and service sector improvement plan, hotel category, Miraflores alto, District of Chimbote, year 2020. Its general objective was: To determine the main characteristics of quality management in customer service client and proposal for improvement in micro and small companies in the service sector, hotels in Miraflores Alto, Chimbote year 2020. The methodology was non-experimental design - cross-sectional - descriptive- of proposal. For the collection of information, a sample population of 12 representatives of the microenterprises was used to whom a questionnaire of 20 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 58.03% hold the position. 66.07% are in the category of 7 more years. 66.07% have 1 to 5 workers. 50.00% if you know the term quality management. 50.00% do not use any technique. 41.06% use the evaluation. 91.07% if they know the term quality management. 91.07% apply customer service. 100.00% if you think customer service is important. It is concluded that the representatives provide good customer service, but they do it empirically and do not use quality care management tools. Therefore, leaders must be trained to have tools, strategies to understand the needs of their clients and for the development of the company.

**Key words:** Attention, customer, company, quality management.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las empresas hoy en día en nuestro entorno que es tan cambiante teniendo mucha competencia empresarial, las micro y pequeñas empresas tienen una parte fundamental en nuestra sociedad, motivando, generando a muchos demás empresarios a innovar, cambiar sus pensamientos a actualizarse cada día estar en la vanguardia y sobre todo el crecimiento del país. La atención al cliente es fundamental para la mejora en las micro y pequeñas empresas cada día se preparan para ser líderes, la globalización ha sido fundamental para que tengan un avance inminente ya que contribuye al desarrollo de la sociedad, muchas empresas tienen el problema con la gestión de calidad en la atención al cliente por falta de herramientas, no están capacitados, no brindan un servicio adecuado, no dan productos adecuados, las micro y pequeñas empresas ayudan al desarrollo del país en lo económico, muchos problemas de estas empresas ya que tienen poco conocimiento para poder desarrollarse de manera adecuada no tienen un plan estratégico para mejorar por eso puede dificultar la estabilidad y la continuidad en su rubro.

En la actualidad, las micro y pequeñas empresas en el Perú tienen un rol importante económico, porque influyen en el desarrollo aportando en el PBI del país. Son creadas por personas naturales y jurídicas donde tienen una normatividad de la Ley Mype, su objetivo general es hacer diferentes actividades económicas hechas en la comercialización de servicios o bienes. Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas es importante porque es una fuente de generar oportunidades económicas, laborales siendo el principal elemento de trabajo para la población porque muchos de ellos trabajan para una empresa combatiendo la pobreza. (ComexPerú,2020).

Estas deficiencias surgen a nivel internacional, nacional, regional y local, donde se demostrarán a continuación:

En Europa, 80 % de las micro y pequeñas sólo perduran más de dos años en su rubro, el problema por lo tanto es al contratar a su personal ellos no están capacitados entonces realizan un servicio solo por generar ganancias no por prestar una buena atención. No generan un buen clima laboral y muchas veces no toman buenas decisiones para el éxito de sus empresas. Por lo tanto, se les hace difícil implementar nuevas técnicas y procesos indicados para poder desarrollar servicios o productos que satisfagan las necesidades de los clientes (Torrez, 2021).

En Alemania las micro y pequeñas empresas tiene una gran potencia, en cuanto a la calidad de productos y servicios que brindan, cabe indicar que este país cuenta con un mercado de 82 millones, entonces las exigencias en cuanto a calidad y cumplimiento de compromiso son muy elevadas, especialmente en el mercado de bienes industriales y productos de consumo , donde los homologaciones y los test previos a la compra juegan un papel fundamental , de la misma manera la cultura empresarial es muy favorable , dado que resulta clave transmitir seguridad, confianza y fidelidad (Alba, 2021).

En México, las micro y pequeñas empresas fomentan el compromiso de aumento del país por medio de la economía, los empleos, información del capital humano, innovación, desarrollo de la tecnología y la responsabilidad social. En la

actualidad son 4.2 millones de entidades económicas, donde el 90 % son Pymes son el 78 % de empleos del país, pero el 58 % de empresas aportan al PBI juegan un papel importante. (Meza, 2019).

En Perú las micro y pequeñas empresas, son parte fundamental por son el eje principal de sustento económico, pues conforma al crecimiento de la población, crecerá nuevos empresarios, emprendedores y aumentaron por la crisis que pasamos la pandemia muchos decayeron no podían generar un buena gestión de calidad en atención al cliente porque no se podía realizar el acercamiento con los clientes entonces se vieron con la necesidad de innovar su manejo de realizar sus servicios o productos, pero no perdieron el emprendimiento de sobre salir para generar ganancias y continuar en el mercado laboral. Todo esto traerá buenos beneficios para la innovación, el aumento monetario y el desarrollo del país (Pérez, 2018).

En Chimbote, indico que solo un porcentaje de la población Chimbotana labora en empresas grandes formales. También nos indica el gran emprendimiento de la población para una mejor vida laboral y social. Las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles, se tienen que mejorar la gestión de calidad en atención al cliente de manera aumentativa ya que no se tiene una buena preparación profesional, entrando al conformismo de crear una empresa solo por generar ganancias ya que el turismo sobre sale mucho (Rodriguez,2019).

En Chimbote, donde se realizó esta investigación de micro y pequeñas empresas, sector servicio - rubro hoteles, los diferentes representantes nos dicen que ofrecen una

buena atención al cliente, pero también mejoraran en capacitaciones hacia sus empleados, para poder mejorar su gestión de calidad.

Por todo lo mencionado anteriormente, se estableció el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y la propuesta de mejora micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito Chimbote año 2020?

Para tener una solución a dicha problemática, se planteó como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente y la propuesta de mejora micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito Chimbote año 2020.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores Alto, Distrito Chimbote año 2020. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito Chimbote, año 2020. Establecer las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito Chimbote, año 2020.

Elaborar una propuesta de mejora para la gestión de calidad en atención al cliente sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito Chimbote año 2020.

Por tanto, esta presente investigación se justificará de forma práctica, ya que será útil para cualquier investigación a futuro, será beneficioso para la institución ya que nos permitió mostrar las diferentes características en gestión de calidad en atención al cliente, problemas que se tienen para poder implementar nuevas técnicas de aprendizaje para mejorar la calidad del servicio donde los representantes permitieron lograr una buena gestión de calidad en el rubro hoteles. También se justificó para dar a conocer nuevas técnicas en atención al cliente, la importancia sobre la gestión de calidad, entonces esto generara un apoyo para los emprendedores de nuestra región ya que ellos verán errores que se pueden cometer y evitara a equivocarse para así realizar una buena gestión de calidad en atención al cliente.

Esta investigación es de metodología de diseño no experimental – transversal – descriptivo- de propuesta de mejora. Para obtener la información se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas, en donde se aplicó un cuestionario de 20 preguntas, teniendo los siguientes resultados: con referentes a las edades de los representantes se demostró que el 66.70 % de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años. Referente al género de los representantes el 58.30 % de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. El 50.00 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene superior universitario. El 91.70 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene el cargo de administrador. El 58.30 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene en el cargo de 4 a 5 años. El 66.70 % tiene entre 7 a más años en el rubro. El 33.30 % indica que tiene entre 6 a 10 trabajadores. El 91.70 % de las micro y pequeñas empresas respondieron que su objetivo es generar ganancias. El 50 % si conoce el

termino gestión de calidad. También el 50.00 % que no conoce ninguna técnica de gestión de calidad. El 50.00 % tienen dificultad para implementar la gestión de calidad. El 41.60 % utiliza la evaluación para medir el rendimiento del personal. El 100 % de las personas encuestadas dicen que si contribuye la gestión de calidad para tener un mejor rendimiento del negocio. El 91.70 % dice que si aplica la gestión de calidad. El 100 % indica que si es importante la atención al cliente. El 100 % nos indica que brindan una buena atención. El 100 % cree que si tomara medidas para obtener una buena atención para sus clientes. Su conclusión es que los representantes si brindan una buena atención al cliente, pero lo hacen de manera empírica sin la información, capacitación de atención, no utilizan herramientas de gestión de calidad, entonces los líderes de cada empresa tienen que tener la información clara para entender las necesidades de los clientes, los servicios o productos que deseen obtener.



## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

Antecedente internacional

#### Variable 1. Gestión de calidad

Sánchez (2017) en su investigación de Evaluación *de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*, tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. Objetivos específicos: Describir las características de los clientes. Calcular el índice de calidad del Si.rvicio con el método ServQual. Realizar una evaluación 360°, para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. La metodología es de tipo descriptivo, de diseño no experimental, transversal, la población muestra estuvo conformada por 70 clientes y se confecciono un cuestionario con 3 preguntas cerradas para los clientes, y se midió la calidad del servicio con puntuaciones a los 5 indicadores, obteniendo los siguientes resultados: El 24% de los clientes dijo visitar el restaurante más de una vez por semana. El 42% de clientes que visitan el restaurante. El 42% de los clientes encuestados dijo haberse enterado de Pizza Burger Diner a través de otros medios de comunicación (redes sociales y comunicación de boca a boca). Elementos tangibles: con 4.5. Fiabilidad: con 4.53. Capacidad de respuesta: con 4.60 Confiabilidad: con 5.66. Empatía: con 4.57. Conclusiones: Con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no. Esta discrepancia indica que los directivos al no comprender las expectativas de los clientes, no conocen lo que

estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas.

López (2018) su tesis *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, planteo como objetivo: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio a los clientes. La metodología de la investigación es mixto-cualitativo. Para recolectar datos se trabajó con una población conformada por los clientes que consumen en el restaurante Rachy's en un periodo de recolección de información de datos en una semana, donde que la muestra estuvo compuesta por 365 clientes, quienes se les aplico un cuestionario de 25 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 50 % los clientes son de género masculino, el 70 % está de acuerdo con las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, el 67 % está de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia modernas y atractivas, el 49 % no está de acuerdo que la comida brinda en el restaurante luce apetitosa, el 70% está de acuerdo que la comida que brinda luce bien, el 68 % no está de acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios, bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestadas con adecuado estado de limpieza, el 40 % no está de acuerdo que cuando hay alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero, el 48 % no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez, el 46 % no está de acuerdo, que el personal

cumple con los horarios establecidos, el 47% está de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios, el 41 % no está de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido, el 40 % no está de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos, el 40 % ni está de acuerdo que el personal del restaurante les comunica como es el procesos para ser servidos, el 39 % está de acuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza, el 41 % no está de acuerdo que los empleados del restaurante son amables, el 47 % no estar de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas, el 47 % no está de acuerdo que se ofrezca información detallada sobre el menú diario y normas en las instalaciones del restaurante, el 46 % no está de acuerdo que el personal del restaurante le brinda una atención personalizada, el 46 % no está de acuerdo que el restaurante ofrece horarios de servicios convenientes a las necesidades de los clientes, el 44 % no está de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo antes sus inquietudes y sugerencias, el 36 % no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes, el 79 % no se encuentra ni de acuerdo, ni de acuerdo con respecto a sus satisfacción hacia el servicio del restaurante, el 88 % se encuentra en una posición intermedia con respecto a sus sentimientos hacia el servicio que presta actualmente el restaurante, el 39 % no está de acuerdo que el restaurante cumple con sus expectativas, el 87 % no está ni acuerdo, ni en desacuerdo en aumentar el pago que se realiza a cambio de mejoras del servicio, el 87 % no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo en su recomendaría el restaurante Rachy's a otras personas. Se concluyó que referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad de servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad,

modelos de medición de servicios, en donde se observó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permite controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

Burgos (2018) su investigación Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante – bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, planteó como objetivo general: Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa María, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO ISO9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008 que estandarice sus procesos y valores el riesgo del sistema. La metodología utilizada fue de tipo mixta, porque se recolectaron, analizaron, reportaron e interpretaron los datos cuantitativos y cualitativos. Para la recopilación de los datos se utilizó una población de 4500 clientes donde el tamaño de la muestra a considerar se calcula sobre el 13 % es decir 367 clientes, a quienes se les aplico un cuestionario compuesto por 8 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 94 % califica el restaurante como un lugar muy bueno o excelente en cuanto a la experiencia culinaria y le servicio en su totalidad, el 40 % estaría dispuesto a recomendar y regresar al establecimiento, mientras que entre las quejas presentadas por los clientes el 38 % señala que tienen inconformidad en cuanto a la atención, servicio que brinda el restaurante, el 21 % en cuanto a la comida de calidad, el 14 % sobre los tiempos de

espera, el 13 % en relación al ambiente del local, el 7 % relacionado a los costos altos y el 7 % menciona sobre otros motivos. Se concluye que, la organización presenta falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro es cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidencio poco progreso, en cuanto a que no se identifican métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla, por otro lado, se estableció de manera cualitativa que esta falta de control y medición derivada en la insatisfacción de los clientes sobre procesos específicos como la gestión del servicio al ingreso y durante los momentos claves del mismo.

## **Variable 2. Atención al cliente**

Sánchez (2017) su investigación *Evaluación de la calidad de servicios al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*. Planteo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. La metodología utilizada es tipo descriptivo porque se diseñaron dos cuestionarios, uno para medir las expectativas y el segundo cuestionario fue para medir las percepciones. Para la recopilación de los datos se utilizaron a 70 clientes que fueron seleccionados al azar, el cuestionario aplicado permite al cliente variar la respuesta de cada pregunta que describe el servicio donde tuvieron los siguientes resultados: el 42

% de los clientes del restaurante provienen de las aldeas del municipio, El 29% los clientes visitan el restaurante 1 vez a 4 veces, El 40 % respondieron que, a través de publicidad de boca a boca y redes sociales, respecto con la calidad en el servicio es equivalente a la diferencia entre la calidad percibida y la calidad esperada. Se concluyó se evaluó del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualan, a través de la valoración de experiencias y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio. El índice de calidad del servicio es el restaurante es de 0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Se determinó que la brecha de insatisfacción corresponde a elementos tangibles (0.22), seguida por capacidad de respuesta. Con la evaluación de 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos.

Cevallos (2021) su *título Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil*. Tiene como objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los consumidores en las cafeterías del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología utilizada es En el estudio se aplica el método deductivo; puesto que, a partir de las teorías presentadas en el marco teórico se procede a llevar esa información y aplicarla en el sector de servicio, específicamente en el sector de cafeterías. Para la recopilación de los datos se utilizó La población estará conformada por los clientes

que acuden a las cafeterías del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, cuya cantidad fue de 290 000 clientes durante el año 2019. Esta información se obtuvo a través de las estadísticas internas de dichos locales. Donde obtuvieron los siguientes resultados: el cliente se pudo determinar que existen ciertos problemas en cuanto a la dimensión de elementos tangibles, puesto que el promedio de la dimensión en las percepciones de los usuarios fue de 3.23. En cuanto a la dimensión de seguridad se evidenció que esta obtuvo una percepción mayor en relación a las expectativas de los usuarios con un porcentaje de 0.09% dado por que los empleados transmiten la confianza necesaria a los usuarios al momento de la atención y de realizar sus pagos; además de que conocen bien el producto que ofrecen por lo que ayudan a los clientes con sugerencias positivas, sumado a que manejan de manera correcta los sistemas con los que se cuentan equipadas las cafeterías. Las percepciones en la dimensión de empatía estuvieron por debajo de las expectativas con un promedio de 0.25% debido a la falta de cortesía percibida por parte de los empleados durante la atención, seguido de la falta de paciencia al resolver las inquietudes del usuario, el uso inadecuado en su tono de voz el cual no es agradable y finalizando con la poca capacidad que poseen al momento de receptar las quejas de los usuarios. Tuvieron las siguientes conclusiones: La calidad del servicio se define como el grado en el que una serie de características cumplen con los requisitos que el cliente demanda. Actualmente, la calidad del servicio es un factor imprescindible en la gestión organizacional de toda empresa sin importar el tipo de industria o giro de negocio; esto se debe a que los clientes se encuentran cada vez más informados por lo que son más exigentes. La calidad del servicio es el resultado procedente de la comparación que el usuario realiza entre la percepción del servicio que se ofrece frente a lo que el cliente

esperaba, lo cual se traduce en satisfacción. Este término proviene del juicio cognitivo que realiza el consumidor sobre un bien o servicio influyendo de forma directa en la fidelización y lealtad conductual hacia una determinada organización.

## **Antecedentes nacionales**

### **Variable 1. Gestión de calidad**

Román (2016) título *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque el modelo hotelgual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTEQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos; Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz 2016?, Identificar las principales características del modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016?- El presente trabajo de investigación se encuentra dentro de la metodología tipo cuantitativo descriptivo, donde se buscó describir la gestión de calidad del sector servicios, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz. También no experimental transaccional o transversal porque se recogiendo los datos en un solo tiempo único. Su población y muestra fue en 5 hoteles de Huaraz, una muestra de 268 clientes de los hoteles de tres estrellas del Distrito de Huaraz. Obteniendo los siguientes resultados: El 55 % tienen entre 40 a 45 años de edad. El 70 % son de género masculino. El 65 % son administradores de profesión. El 65 % tienen



el grado de instrucción Superior universitario. EL 90 % tienen el cargo de gerente. El 90 % están en el sector hotelero entre 11 a 20 años. El 55 % trabaja con capital propio. El 50 % ocupa en promedio de 6 a 20 personas. El 75 % conoce de técnicas de gestión de calidad. Conclusiones: Ellos concluyen que la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de los hoteles de tres estrellas, no es aplicado en los procesos y actividades de estas organizaciones, en ese sentido no toman en cuenta aspectos que generen calidad al momento de brindar sus servicios.

Hidalgo (2016) en su tesis titulada: *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito, Iquitos, año 2016. Sus objetivos específicos: Determinar las características de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito Iquitos, año 2016. Determinar si las micro y pequeñas empresas de hoteles de tres estrellas el distrito Iquitos, año 2016, aplican la gestión de calidad. Diseño de la investigación se ha utilizado el diseño no experimental, transversal. Con una población de 21 micro empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito, Iquitos, 2016. Se obtuvieron los siguientes resultados: El 55% de representantes legales tiene entre 30 y 44 años. El 70 % son de sexo masculino. El 65 % es de administrador de profesión. El 65 % con estudios universitarios. El 90 % tienen el cargo de gerente. El 90 % están en el sector hotelero entre 11 a 20 años. El 55 % trabaja con capital propio. El 50 %

ocupa en promedio de 6 a 20 personas. El 75% conocen de técnicas de gestión empresarial. La conclusión es que el: 55% investigación de mercado, el área de recursos humanos es el más desarrollado. El 30 % lo gerentes y o representantes se presenta como jefe en (55 %); la mayoría (80%) exhibe misión , visión y valores, como conceptos fundamentales, el (95 %) lo elaboran y difunden, el servicio es brindado mediante procesos estandarizados en (65 %), el (75) utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación de servicios, el (70%) conocen la norma ISO de certificación de calidad, el (65 %) ha implementado servicios de pre y pos venta; el (90 %) capacita al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente, el (80 %) actualiza modelos de servicios de hospedajes , el (75 %) evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la prestación de servicios, usa las TIC en gestión (55 %) en la mayoría de micro y pequeñas empresas del sector hotelero, se percibe que aplican gestión de calidad , es buena en (55 %).

Pérez (2018) en su estudio *“Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019”*, tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019. La investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, se empleó un cuestionario de 23 preguntas a una población de 30 y una muestra de 12 Mypes. Obtuvieron los siguientes resultados: El 42 % de los representantes tienen de 31 a 50 años. El 67 % de los representantes son de género masculino. El 50 % de los encuestados tiene grado de instrucción superior

universitario. El 58 % de los representantes son dueños de su propio negocio. El 58 % tienen una permanencia en el mercado de 7 años a más. El 100 % tienen de 1 a 5 trabajadores. El 75 % los trabajadores son familia. El 100 % con el objetivo de generar ganancia. El 75 % tienen conocimientos acerca del término gestión de calidad. El 75 % utilizan la técnica moderna de atención al cliente. El 67 % de los trabajadores tienen poca iniciativa para implementar la gestión de calidad. El 83 % utiliza la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal. El 100 % consideran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 75 % de los representantes conocen el término de atención al cliente. El 83 % aplica la gestión de calidad. El 100 % consideran que la atención al cliente es fundamental para que regrese al negocio. El 75 % utilizan como herramienta para brindar un servicio de calidad la comunicación. El 100 % considera que brindan una buena atención al cliente.

Se llegó a las siguientes conclusiones: En su mayoría significativa 42% los representantes tienen de 31 a 50 años de edad y son del género masculino, la mitad de ellos 50% tienen grado de instrucción superior universitario, en su mayoría 58% son dueños de su propio negocio con una permanencia en el mercado de 7 años a más desempeñando el cargo. La mitad 50% de los hoteles tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro y la totalidad de ellos tienen de 1 a 5 a trabajadores, por lo general integrado por familias con el objetivo de generar ganancia. Los beneficios que brindan al usuario son: habitaciones limpias, internet, cable y algunos de ellos servicio de restaurantes, la mayoría 75% de los representantes tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, en su mayoría 75% utilizan la técnica moderna de atención al cliente y evalúan al personal a través de la observación.

Medina (2018) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de Vice, año 2018*. Planteo como objetivo: Conocer qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubor pollería, Distrito de Vice- Sechura, año 2018. La metodología empleada para la investigación fue de tipo cuantitativa- nivel descriptivo- diseño no experimental- transversal. Trabajo con una población de 3 MYPES y una muestra de 12 trabajadores. Para la recolección de datos se selección como instrumento el cuestionario y como técnica la encuesta, la misma que estuvo estructurada por 29 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 100 % de los encuestados afirmaron que si consideran importante el enfoque al cliente, el 75 % de los datos recolectados informo que si consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio, el 75 % de los trabajadores sostuvieron que si consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente, el 75 % de los trabajadores encuestados afirman que si utilizan en la empresa recursos tecnológicos orientados a servir al cliente, el 75 % afirman que si utilizan recursos tecnológicos de alta calidad, el 50 % de los trabajadores manifiestan que si tienen una buena relación entre sus compañeros, el 58 % de los empelados si se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente, el 75 % de los clientes a veces comunican sus incomodidades, el 50 % de los trabajadores afirmaron que a veces realizan el trabajo en forma conjunta al realizar las actividades para brindar el servicio, el 75 % de los trabajadores manifestaron que no tienen manuales de atención, el 67 % manifestaron que si deben cumplir con estándares de desempeño, el 50 % de los representantes mide la productividad de sus trabajadores, el 100 % de los trabajadores encuestados indican que las actividades se planifican semanalmente, el 100 % considera importante la

planeación de actividades para el logro de los objetos de la empresa, el 57 % brindan promociones de productos, el 68 % de clientes reciben trato preferencial, 87 % de los encuestados si frecuentarían el lugar después de haber consumido en la MYPE, el 84 % de los clientes manifestaron que si brindan precios adecuados, el 63 % de los clientes encuestados manifestaron que es regular la atención, el 78 % de los encuestados si recomendarían el lugar, el 56 % afirma que a veces hay comunicación fluida entre trabajador - cliente, el 82 % de los clientes encuestados según la muestra si perciben que hay conocimiento del personal sobre el plato a adquirir, el 100 % de los encuestados si consideran que se debe implementar el servicio delivery, el 51 % clientes encuestados señalan que si les brindan variedad de productos, el 79 % si ha obtenido los precios adecuados como clientes, el 87 % indica que solo a veces hay rapidez de atención, el 76 % si ha percibido una atención personalizada y suficiente por parte del personal, el 79 % de los clientes manifiesta que si perciben un ambiente de calidad y profesionalismo. Como conclusión se determinó que la gestión de calidad, en cuanto a principio consideran importantes el enfoque basado en procesos, en cuanto a mejora continua, considerando importante en su totalidad la planeación para lograr los objetivos, por otro lado, respecto a atención al cliente se destacó la importancia a través de la fidelización y valoración de los clientes y se identificó estrategias para mejorar el servicio, implementando canales de atención, satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo tanto, se concluyó que los trabajadores, así como en los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado y la gestión de los resultados utilizados.

## **Variable 2. Atención al cliente**

Águila (2017) en su tesis *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017.*

Con su objetivo general: Es demostrar que la correcta aplicación de la gestión de las Mypes del rubro hoteles ecológicos darán como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente por parte de los empleados. En los objetivos específicos: Determinar los beneficios que brindan un buen manejo de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, Conocer si las Mypes del rubro hoteles ecológicos manejan la gestión de calidad, y si lo están haciendo de la manera correcta. Determinar los conceptos básicos para desarrollar una buena atención al cliente en las Mypes del rubro hoteles ecológicos. La metodología del siguiente trabajo es de tipo descriptivo, el nivel de la investigación será cuantitativos, su diseño de la investigación será no experimental- transversal retrospectivo-descriptivo. Obteniendo los siguientes resultados el 66,67% edad de los representantes son entre 36 a 50 años de edad. El 50.0 % son de género masculino. El 67,0 % su estado civil es soltero. El 50,0 % tienen grado de instrucción estudios técnicos. El 67,0 % el cargo que desempeña es el administrador. El 67 % a la profesión de los representantes son licenciados en administración y contado público. El 67 % de las empresas tienen de 5 años a más de permanencia en la actividad. El 50 % de los representantes tienen de 6 a más colaboradores. El 67,0 % conoce el término de gestión de calidad. El 50,0 % de los encuestados del rubro hoteles, conocen como técnica de gestión empresarial la mejora continua. El 50 % de los encuestados hoteles se presenta ante sus colaboradores como líderes. El 67 % de los encuestados del rubro ecológicos usan las tecnologías de la

información y las comunicaciones en gestión empresarial para mejorar la calidad de servicio. El 100 % de los encuestados perciben que aplica una gestión de calidad e su negocio le proporciona resultados que le ayude a lograr sus objetivos. El 6 % de los encuestados obtuvieron clientes satisfechos aplicando la gestión de calidad. Los resultados que obtuvieron fueron: las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 si capacita a su personal, pero no cada año hecho que trae disminución en la actualización de los conocimientos adquiridos por los colaboradores de las empresas, sin embargo, existe un alto porcentaje en los resultados respecto a los clientes satisfechos con el servicio que brindan.

Saavedra (2019) *en su tesis La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. Objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios

rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. Tipo de la investigación: fue descriptivo, transversal y no experimental. Se utilizó una muestra una población constituida por un total de 18 micro y pequeñas empresas, donde se tomó como muestra a 12 micro y pequeñas empresas. Obtuvieron los siguientes resultados: 58.33 % de los representantes tienen la edad de 51 a más años. El 91.67 % de los representantes son de sexo masculino. El 88.33% de los representantes tienen estudios universitarios. El 66.67 % de los representantes son dueños. 50 % de los representantes tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más. 66.66 % de las empresas encuestadas tienen un tiempo de 7 a más años en el rubor. El 75 % de las empresas encuestadas indicaron que tienen de 1 a 5 trabajadores. La totalidad 100 % cuentan personal no familiar que trabajen en la empresa. El 100 % de las Mypes tienen como objetivo generar ganancias. El 83.33 % de los representantes si conocen el termino gestión de calidad. El 88.33 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron conocer la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente. El 50 % de los representantes de las Mypes manifestaron que no tienen dificultades con la poca iniciativa, el aprendizaje lento. El 41.6 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal. El 100 % de los representantes manifestaron que la gestión de la calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 100 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas dieron a conocer que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas de la empresa. Se concluye que existe una relación inmediata entre la gestión de calidad y rendimiento del negocio para ello es necesario involucrar a todo el personal ubicados en ellos diferentes niveles administrativos de la organización.



León (2020) su investigación *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro pizzerías Centro Histórico Distrito de Ayacucho 2019*, planteo como objetivo general: Describir la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pizzerías Centro histórico distrito de Ayacucho,2019. La metodología de la investigación es utilizada fue de Deductivo, Diseño de investigación: No experimental de corte transversal. Para la recolección de datos se manejó con una población Se ha considerado 18644 clientes como población del Centro histórico distrito de Ayacucho, 2019. Mientras que la muestra fue de 376 clientes del Centro histórico distrito de Ayacucho, 2019, a quienes se le aplico un cuestionario de encuestas de 10 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: 55% de los encuestados son de género femenino, el 56% respondió que a veces se comunican de manera oportuna, el 65% respondió que a veces reconocen sus necesidades, el 69% respondió que casi nunca hacen uso de sus habilidades para comunicarse con el cliente, 39% respondió que casi siempre son recibidos con un trato amable, el 48% respondió que casi nunca el mesero está pendiente de sus pedidos, el 48% de los clientes de las pizzerías del centro histórico distrito de Ayacucho consideran que siempre satisfacen sus gustos y preferencias, , el 66% respondió que casi nunca cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos, un 66% casi nunca se soluciona de manera oportuna las quejas, el 72% respondió que los trabajadores no piden disculpas frente a un problema. Se concluyó que se ha determinado en dicho sector desconocen las habilidades y un bajo desempeño en la atención al cliente tales como: La comunicación la comunicación que ofrecen no es oportuna, atención personalizada se ve que los trabajadores no hacen seguimiento de los ingresos y salidas de sus pedidos de sus clientes y el saber escuchar es muy baja debido a que no le prestan atención al momento de ser atendidos.

## **Antecedentes locales**

### **Variable 1. Gestión de la calidad**

Villegas (2018) en su estudio *La gestión de calidad e la atención al cliente de las Mype en el sector servicio, rubro hoteles distrito de Chimbote, provincia de santa 2017*. Caso del hotel bulevar. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector servicios rubro hoteles distrito de Chimbote. Provincia del santo 2017. Caso hotel Boulevard. Objetivos específicos: Identificar las principales características del representante de la micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro hoteles distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro hoteles distrito Chimbote, provincia de santa 2017. Caso del hotel Boulevard. Realizar un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro hoteles, distrito Chimbote, provincia de santa 2017. Caso del hotel Boulevard. El tipo de investigación; será no experimental, transversal descriptivo. La población estuvo conformada 96 micro empresas, donde se obtuvo de 77 microempresas del sector servicio rubro hoteles ddistrito de Chimbote provincia del Santa incluido el caso del hotel Boulevard. Obtuvieron los siguientes resultados: El 59.2 % de los encuestados tienen de 30 a menos de 40 años de edad. El 55.3 % son de sexo masculino. El 57.9 % se obtuvo que su grado de instrucción es de secundaria. El 67.1 % de los encuestados son encargados de las micro empresas. El 68.4 % tienen de 6 a, mas años en el mercado. El 67.1 % de la empresa cuenta con una misma misión y visión. El 53.3 % de los encuestados

manifestaron que se creó la empresa para generar utilidades. El 73.7 % de los encuestados manifestaron que no cuenta con otro local comercial. El 86.8 % de los encuestados tienen conocimientos lo que es gestión de calidad. El 80.3 % de los encuestados que si realiza gestión de calidad. El 82.9 % que planifican sus actividades para realizar una gestión de calidad. El 100.00 % de la encuesta da que su servicio es de calidad. El 100 % consideran que su servicio del hotel satisface las necesidades del cliente. Conclusiones: La mayoría de las Mypes en estudio incluido el caso, los representantes tienen de 30 a menos de 40 años, son de género masculino, la mayoría de las Mypes en estudio incluido los casos tienen de 6 años a más en el mercado.

Abanto (2017) en su estudio Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollería, distrito de Coishco 2017, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco 2017. La metodología utilizada fue de diseño no experimental- transversal y se escogió en forma dirigida, una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario de 20 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 75,00 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre 31 a 50 años, el 85,07 % son de género masculino, el 100,00 % tiene entre 1 a 5 trabajadores, el 75,00 % tienen como trabajadores a familiares, el 75,00 % aplican es su gestión , el 62,05 % aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la

empresa, el 75,00 % de los representantes si se capacitan, el 75,00 % de los trabajadores si reciben capacitación este último año, el 50,00% de los trabajadores han recibido el capacitación en el tema de dirección empresarial, el 75,00 % de los representantes considera que la capacitación es relevante, el 100,00% de los representantes consideran que la capacitación es una inversión. Se concluyó que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, si aplican gestión de calidad, ya que utilizan el liderazgo como herramienta, así también capacitan a su personal en el tema de dirección, puesto que los micro empresarios consideran que la capacitación es una inversión.

Yzaguirre (2019) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. La metodología de la investigación es no experimental- no descriptivo. Para la recolección de datos se trabajó con una población de 23 preguntas distribuidas de la siguiente manera: 05 dirigido a los representantes, 04 referente a las Micro y pequeñas empresas y 14 referente a la variable de gestión de calidad con el uso de la atención al cliente. Obteniendo los siguientes resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, El 58.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario, El 66.67% de los representantes de las micro y

pequeñas empresas son dueños de los negocios, El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, El 100% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares, el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad, El 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad, : El 58.33% de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica de gestión de calidad la atención al cliente. Concluye La mayoría conoce el termino gestión de calidad, aplican como técnicas modernas de gestión la atención al cliente, tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, conocen el termino atención al cliente, aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, la atención al clientes es fundamental, aplican una buena atención al cliente así como la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos, afirman que la atención al cliente permite el posicionamiento del mercado y por último la mayoría relativa considera que dan una mala atención debido a una mala organización de sus trabajadores.

Chávez (2019) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Casma, 2019*. Planteo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas empresas del Sector Comercio, rubro Ferretería en la ciudad de Casma, 2018. La metodología de la investigación es de diseño no experimental- transversal – descriptivo. Para la recolección de datos se trabajó con una población y muestra de 14 Micro y Pequeñas empresas, posteriormente se recopiló información mediante la técnica de la encuesta, aplicando un cuestionario de 18 preguntas a las Micro y Pequeñas empresas, obteniéndose los siguientes resultados: El 57.1% de los representantes de las Mypes encuestadas tienen entre 31 a 50 años y el 42.9% tienen como grado de instrucción superior universitaria. El 64.3% de las Mypes lleva en el rubro de 7 a más años y el 85.7% cuentan con 1 a 5 trabajadores. En cuanto a la gestión de calidad, el 57.1% si conoce el término gestión de calidad y el 78.6% considera que si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Respecto a las TICS, el 64.3% de Mypes no utiliza las herramientas TICS y el 42.9% menciona que no hace uso de estas debido al costo de inversión. Finalmente se concluyó que la mayoría de las Mypes conocen las herramientas TICS, pero no hacen uso de ninguna de estas herramientas, esto debido al costo de inversión.

## **Variable 2. Atención al cliente.**

León (2021) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas del distrito de Chimbote, 2018*. tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas del distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 12 microempresas y se aplicó un cuestionario de 20 preguntas, a través de una encuesta y los resultados fueron: el 58% tiene entre 18 a 30 años, 42% tiene grado superior no universitaria, 67% de las empresas tiene de 7 a más años, 50% tiene entre 6 a 10 trabajadores, 100% tiene como objetivo generar ganancia, 58% conoce el termino gestión de calidad, 42% utiliza como técnica la atención al cliente, 58% usa la técnica de la observación, 92% de los representantes aseguran que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, 67% conoce el termino atención al cliente, 83% aplica la gestión de calidad en el servicio al cliente, 58% utiliza como herramienta de atención al cliente la comunicación, 75% brinda una buena atención al cliente, 58% considera que el resultado de una buena atención logra clientes satisfechos. En conclusión: podemos decir que, los representantes de las microempresas, conocen el término atención al cliente; tienen conocimientos relevantes y utiliza la comunicación para permitirse fluir adecuadamente y favorece en brindar una buena atención al cliente, importante para que los comensales regresen al dejarlo satisfecho.

Valdivia (2022) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio comercio, rubro venta minorista de ropa para bebés, mercado modelo del distrito de Chimbote, 2018*. tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de ropa para bebés, mercado modelo del distrito de Chimbote, 2018. La metodología de investigación fue de diseño no experimental-transversal descriptivo, para el recojo de información se utilizó una muestra de 10 microempresas de una población de 15, se aplicó un cuestionario de 23 preguntas mediante la técnica de la encuesta, obteniendo como resultados: El 50% tienen una edad entre 31 a 50 años de edad, el 80% son de género femenino, el 80% tienen entre 0 a más de 7 años de permanencia en el rubro, el 60% sí conoce el término gestión de calidad, el 50% conocen la técnica de atención al cliente, el 90% si consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 70% si conocen el término atención al cliente, el 90% si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 100% creen que la atención al cliente si es fundamental para que este regrese al establecimiento, el 100% consideran que la atención que brinda a sus clientes es buena. Concluyendo que la mayoría de los representantes si conocen el término atención al cliente y consideran que la atención que brindan a su cliente es buena, sin embargo, aplican la gestión de calidad en atención al cliente basado en experiencias vividas.



Hilario (2022) tesis titulada *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro agrícola del distrito de Chimbote, 2018*. tuvo como objetivo general, determinar las características de gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio – rubro agrícola del distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 20 micro y pequeñas empresas, la cual se les aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promediada entre 18 a 30 años, el 75% son de género femenino, el 45% tienen grado superior universitario, 65% son administradores, el 60% tienen en el cargo 0 a 3 años, el 60% tienen 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 60% tiene un número entre 1 a 5 trabajadores, el 65% son familiares, el 95% generar ganancias, 65% tiene conocimiento del término de gestión de calidad, el 65% utiliza la técnica de atención al cliente, el 60% de tienen aprendizaje lento, 45% utilizan la técnica de medición evaluación 360°, 100% la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, el 100% alcanza sus objetivos, el 65% conoce el término de atención al cliente, el 100% aplica la gestión de calidad, el 100% la atención al cliente es fundamental, el 100% utilizan la herramienta de confianza y comunicación, 50% tienen una atención personalizada, 100% brindan una buena atención, el 55% de las Mypes consideraron que una mala atención se debe a la mala organización de los trabajadores, el 50% aseguran que una buena atención fideliza a los clientes. Las conclusiones: que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad adecuada para la atención, pero no todos cuentan

con los conocimientos apropiados por lo que tiene dificultad para atender adecuada a los clientes.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas**

Hernández (2022). El crecimiento empresarial en nuestro país está viviendo una evolución, la regulación del gobierno peruano se tiene como objetivo motivar, incentivar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE) donde la formalización es importante para el desarrollo de una empresa. Las leyes actuales otorgan beneficios sociales fiscales el empleo formal, sus niveles de venta el régimen especial será de acuerdo de sus ventas y no por la cantidad de trabajadores entonces se dirá lo siguiente; las pequeñas empresas sus ventas anuales con un monto superior a UIT y el máximo de 1,700 UIT; las micro empresas, ventas anuales con un monto máximo de 150 UIT; las medianas empresas, ventas anuales superior a 1,700 UIT y un monto máximo 2,300 UIT. Toda empresa se tiene que ir de la mano con reglas como la cantidad de trabajadores, con la productividad que se realice conforme a ley.

Martínez (2020) indica que las micro y pequeñas empresas, tiene muchos retos que se enfrentan día a día teniendo como objetivos brindar herramientas necesarias, retos financieros donde demostrara su evolución de desarrollo, su crecimiento empresarial para su beneficio propio, para los clientes y el desarrollo de un país. Los avances tecnológicos, el crecimiento global han generado abrir nuevos mercados, creando

desafíos para las empresas de nuestro país, las distintas exportaciones en los últimos años se ha permitido el aumento de la rentabilidad, el turismo es una parte muy importante para el crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

Consideramos a las micro y pequeñas empresas a las entidades, unidades que están formadas por personas con aspiraciones, visiones de generar satisfaciendo las necesidades y deseos de una sociedad obteniendo utilidades y beneficios. Hay muchos tipos de empresas, por ejemplo:

- Las que dan servicios; las que brindan un servicio a otra entidad o la sociedad, su fin lucrativo es incierto.
- La sociedad Anónima (S.A); se define porque el dinero está dividido en acciones, los socios sus responsabilidades queda limitada con el monto de acciones que hayan inscrito.
- La sociedad Limitada (S.L) ; la sociedad mercantil donde la responsabilidad es limitada al dinero aportado , por tanto si hubiera problemas de deudas no perjudicaría al patrimonio personal de cada socio.
- La sociedad Corporativa; están formadas por personas físicas con interés común con la base de principios de solidaridad, ayuda mutua en la producción de bienes y servicios para terceros.

## **Variable 1. Gestión de calidad**

Vivas (2020) señala que las organizaciones hoy en día se encuentran con mucha competencia, la calidad es una actividad económica importante para el desarrollo de la empresa donde se convierte en estrategias competitivas aumentando la aceptación de una población donde la satisfacción de los clientes será importante para la organización ya que sus procesos, productos o servicios que contengan una buena calidad genera la aceptación de los clientes. Es una herramienta básica de estrategia para tener una visión sistemática de la organización, controla los procesos organizacionales de las finanzas, datos de inventarios ayudando para mejorar la calidad de servicios para la satisfacción de los clientes.

Molina (2017) indica, que la calidad de un servicio que recibe el cliente, desde algún producto o servicio donde el consumidor medirá la calidad que tiene o como proporcionan algún servicio, porque la expectativa de los clientes es recibir un buen servicio de calidad. Existen la calidad por excelencia, como valor, como ajuste a las especificaciones, como respuesta a las expectativas de los clientes.

Serrano (2018) señala que hay maneras de caracterización que nos facilitan para tener un buen manejo en una organización, la mejora constante de un servicio o producto será beneficio para satisfacer las necesidades de los clientes, la tecnología es una parte muy importante para que la empresa permita anteceder con errores que se estén generando existen muchos softwares que ayudarían ya que hoy en día se está actualizando.

La gestión de calidad es un grado de la conformidad cuando se recibe servicios de calidad, cumpliendo con la satisfacción, necesidad de los usuarios donde cumplen los requisitos que requiere y que brinda la organización.

## **Dimensión 1**

### **La norma ISO 9001**

Gonzales (2020) indica que los sistemas normalizados de gestión aplican a las normas nacional e internaciones, aplicados en tipos de organizaciones (ISO 9001) indica los requisitos para un sistema de gestión de calidad, donde sus requisitos son en general y aplicados a cualquier tipo de organización sin interesar su tipo, tamaño, productos o servicios que brinde. La actual norma planteo una lista de requisitos:

1. El objeto y el campo de aplicación.
2. Las referencias normativas
3. Los términos y definiciones
4. El contexto de las organizaciones
5. El liderazgo
6. La planificación
7. El apoyo
8. La operación
9. La evaluación del desempeño
10. La mejora

Los cambios de los sistemas de gestión de la calidad de las organizaciones con los requisitos de ISO 9001, no permite modificar errores de poner en marcha los sistemas o algunas dificultades empresas el más común la falta de compromiso de la dirección,

los directivos y los responsables de las empresas. Se plantean siguientes aspectos de la norma:

- Reemplaza la condición de registro y procesos, permitiendo a la organización la libre libertad de elegir a la hora de implantar los documentos que forman la parte de gestión de calidad.
- Genera los requisitos de identificar el entorno de la organización y de las partes internas como externas de la organización.
- La exigencia del cumplimiento del proceso de la mejora continua PHVA (planificar, hacer, verificar, actuar).
- Implementa los requisitos de los análisis de riesgos y las oportunidades de mejora.
- La organización tiene que establecer un organigrama de interacción de procesos, referente a la gestión.
- Se establece como se realiza los seguimientos y controles de la empresa.
- Define el alcance de sistema de gestión de calidad, interna como el personal y externa como son los clientes, los proveedores, otras partes del organismo.
- Se define la jerarquía de la organización, sus roles, las responsabilidades del personal.
- La exigencia de la alta dirección con el sistema de gestión de calidad creando un compromiso y liderazgo.
- Se analiza el desempeño de los diferentes procesos de la toma de decisiones.

El sistema ISO es una mejora continua con respecto a la gestión donde los resultados son favorables para la empresa, creando propuestas, mejoras, solución de

problemas donde ofrece muchas posibilidades aumentado porcentajes de ventas planificado por la empresa.

## **Dimensión 2**

### **Calidad Total**

Carrión (2020) define la calidad como una importancia para actividad económica, se convierte en una estrategia de competencia ganando el alcance en estrategias de ventas o marketing. Para tener una buena calidad es inminente es saber que significa la calidad no solo el producto o quizás el servicio donde se aplique tanto la importancia de la planificación de diferentes acciones o actividades que realiza la organización, creando una correcta gestión de los recursos materiales y del personal, todo esto genera la calidad.

### **Tipo de la calidad**

Cortez (2017) indica que la calidad son el conjunto de características de un servicio o producto para la satisfacción de necesidades se destaca:

- Calidad define el valor de un producto o servicio pueden medibles o cuantifica donde su permite su evaluación de calidad.
- El producto o servicio generalmente es la definición de productos tangibles o bienes de una actividad económica.
- La actitud de satisfacer las necesidades de los clientes depende de la calidad del producto, la calidad del servicio y la variación esto marcará la diferencia de los demás.

Cabe indicar que la calidad final de un servicio o producto, es depende generalmente de la calidad interna de toda empresa a través de los integrantes donde se presta el servicio por eso se tiene que tener claro la capacidad de realizar un servicio, personal capacitado, suministro de buena calidad todo esto genera buena calidad.

### **La calidad Ishikawa**

Uribe (2017) señala que un trabajo de calidad se basa en diseñar, producir y brindar un producto o servicio que sea beneficioso, económico y satisfactorio para el cliente.

- ✓ Servir, diseñar, producto: siempre la calidad se ha comparado con la producción, olvidando otras fases de ciclo de vida de un producto. La calidad se empieza con el diseño de un producto o servicio donde su proyecto tiene que satisfacer inquietudes, necesidades del usuario quiere recibir. Entonces no sólo se diseña o se produce un servicio con calidad si no que tiene que tener un ciclo de vida o cadena de valor de un servicio o producto.
- ✓ Los precios tienen que ser accesibles y de acuerdo al producto que se realice, esto influye que tipos de clientes están dirigidos, no se pueden poner precio al aire tiene que ver un equilibrio.
- ✓ La satisfacción para los usuarios; los clientes son pieza clave, la razón de toda organización



## **Calidad y la satisfacción de los clientes**

OCDE (2017) Indica que la satisfacción de los clientes es la definición del servicio o producto que recibe, pero no solo depende de la calidad si no, cumpliendo las expectativas que tiene el cliente, esto está conformado por tres elementos importante:

- Rendimiento que percibe; el cliente considera una apreciación del servicio o producto recibido su punto de vista de ellos, los resultados que los clientes tienen con el producto o servicio, los comentarios de otro cliente pueden impactar, su estado de ánimo del cliente.
- Expectativas son la visión que tienen los clientes al obtener un servicio; las promesas que hace la empresa para brindar un servicio o producto, muchas veces las experiencias de compras antes, los consejos de familiares o líderes en opinión, la satisfacción de necesidades y ofertas engañosas que puedan brindar la competencia.
- La satisfacción los clientes tienen tres tipos de percibir que es la insatisfacción no alcanza su objetivo, la complacencia el cliente se siente que cumplieron con su producto recibido y por último la satisfacción generando la publicidad de boca a boca beneficioso para la empresa.

Por lo tanto, no hay empresas sin clientes entonces ellos tienen que ser nuestra misión y visión tenemos que definir, actuar como empresarios desarrollando un servicio al cliente de calidad, para fortalecer a la empresa, teniendo la diferenciación de la marca y del servicio que se produzca.

## **Tipo de calidad**

Bravo (2017) manifiesta que se encuentran un ciclo de vida de un producto que son los siguientes:

1. La calidad de diseño: son la capacidad de un proyecto de servicio o producto con el proceso de fabricación o prestación del servicio, cada producto se tiene que diseñar de modo práctico, reduciendo los costos y la aumentación de la productividad.
2. La calidad de conformidad: es coordinar entre el diseño y el producto del servicio que tiene, se obtiene proporcionando servicios que cumplan con los requisitos de los clientes.
3. La calidad de disponibilidad: siempre se tiene que tener una disposición de un producto o servicio cuando se requiere.
4. La calidad de servicios: si hubiera alguna falla del producto o el servicio se tiene que tener un personal para resolver los problemas, una atención rápida.

La calidad total es la capacidad de siempre tener una mejora con un fin de generar una calidad óptima en diferentes áreas de una empresa. Los objetivos es satisfacer las necesidades de los clientes, diseñar, producir para lograr beneficios.

La gestión de calidad en un servicio desarrollado por una organización para medir las necesidades y las expectativas de los usuarios donde se ofrece un servicio correcto, ágil, muy oportuno, confiable y seguro donde los beneficiarios son las empresas. Toda la actividad de la empresa en su gestión hoy en día se basa en crearse metas con el propósito de mejorar el producto o servicio ya que esto permitirá el posicionamiento de la empresa y la continuidad en el mercado.

## **Principios básicos de la gestión de calidad**

Bravo (2021) indica que el aumento de las competencias ha generado que muchas empresas mejoren sus desempeños de los trabajadores, productos, los procesos y el clima laboral, entonces no solo es suficiente brindar un servicio o hacer un trabajo simple ya que el mercado viene evolucionando ya la competencia, es más, siempre se tiene que ser la diferenciación. Enfoque del sistema de gestión de calidad.

- ✓ EL enfoque del cliente: nuestra prioridad tiene que ser los clientes, como satisfacer sus necesidades.
- ✓ El liderazgo proactivo: un líder o gerente de una empresa tiene que tener la idea de cultura organizacional y así motivara a sus empleados porque mejoraran su desempeño para lograr objetivos en común.
- ✓ La mejora continua: tienen que estar en una continua de mejora, actualizarse ya que todo es cambiante.
- ✓ Las decisiones en hechos: toda decisión empresarial tiene que tomarse por evidencias reales, por eso se tiene que tener un programa de software de gestión para tener un mejor análisis.
- ✓ Una buena relación con los proveedores: esto ayudará que los proveedores brindaran productos de calidad ya que será beneficioso para ambos.
- ✓ La gestión de procesos: se tiene que establecer estrategias y metas para aumentar el desempeño para evitar desconformidad.
- ✓ Interacción con los empleados: para que los empleados se sientan el compromiso de cómo actuar, ellos tienen que tener una constante capacitación con el fin de mejorar su rendimiento.

Los principios de enfoque del termino gestión de calidad implica la satisfacción de los clientes donde orientan a las empresas en el logro de la calidad, estos principios están para reglamentar en el desarrollo de la producción o actividades que se realizan en la empresa, también con el desarrollo de los empleados y la calidad del producto que sale. Es el principio de toda base porque todas las actividades y servicios que se realice generan la confianza de los clientes para la empresa. Una de las finalidades es entender a los clientes ver su perfil que es lo quiere, sus expectativas, necesidades e interés. Otra finalidad es medir constantemente la satisfacción de los clientes; usar herramientas para medir la satisfacción del cliente pueden ser las encuestas, monitorear, ahora en las redes sociales, preguntas frecuentes así podemos saber algunos efectos para tenerlos en cuenta.

OCDE (2017) las empresas que logren tener una gestión de calidad tienen buenos resultados en cortos plazos trayendo mucho positivismo:

- ✓ Aportar mejores prácticas; traen muchos beneficios como disminuir errores, ayuda a obtener resultados exitosos.
- ✓ La consistencia de un producto; la excelencia de los productos al cuidado de la materia prima hasta la última fase es garantizar la gestión de calidad de una empresa
- ✓ La satisfacción del cliente: si la calidad de un servicio o de un producto garantizara que los clientes quieren ese mismo producto por que satisface sus necesidades.

- ✓ La productividad: cuando la productividad está bien definida no habrá perdidas así optimizará los procesos con buenos resultados.

Su uso de sistema de gestión de calidad garantiza la calidad de un servicio o producto, se tiene que aplicar correctamente las normas ISO por las organizaciones, se reducirá los costos generando mejores los procesos de producción, generando que un producto de mejor calidad para tener competitividad en el mercado. La calidad es un grado de un producto para satisfacer los deseos de un cliente, cuando tienen una conformidad de un servicio menos es el número de retrasos y menos es el costo del producto.

Ovideo (2019) manifiesto que, para implementar la gestión de la calidad, es muy importante manejar metodologías que ya sean utilizadas en diferentes empresas, por ejemplo:

- ✓ El análisis de SWOT, es para definir las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de la empresa teniendo toda esta información se sabrá cómo actuar.
- ✓ El ciclo PDCA, son las siglas de planificar, verificar, hacer y actuar todo esto sirve para el desarrollo, ejecución y la mejora continua de los procesos de una empresa.
- ✓ El diagrama de Pareto: es la herramienta grafica que nos ayuda a determinar las causas de un problema, con el fin de evitar problemas a futuro.
- ✓ El método de 5W2H: se trata de una herramienta para organizar ideas y generar estrategias para solucionar problemas de cómo, porqué, cuando y quien.

- El diagrama de Ishikawa: el diagrama de causa y efecto es para definir los problemas que tenga la empresa.

La metodología de sistema de gestión de calidad nos ayuda al desarrollo de actividades para tener un mejor control de los servicios que brinda, permitirá obtener buenos resultados, tendrá la facilidad para detectar errores y así solucionarlos en cortos plazos. Un buen sistema de gestión de calidad permitirá ver los estados de cada proceso y así permite tomar decisiones para realizar planes de mejora cuando haiga alguna falla.

### **Variable 2. Atención al cliente**

Gil (2020), indica que la atención al cliente es la relación de diferentes actividades donde varias organizaciones desarrollan e identifican las necesidades de los clientes, haciendo diferentes estrategias de captación de modo que puedan generar las expectativas de cada cliente quiera tener donde van a interactuar la satisfacción para obtener la fidelización, el regreso de los clientes.

López (2020), manifiesta que la atención al cliente, es una herramienta muy importante para las empresas, los clientes son el centro de toda estrategia de una organización, es necesario crear un plan de marketing donde la importancia sea la fidelidad de los clientes. La atención al cliente tiene que ser:

- Sobresaliente: la atención al cliente tiene que ser eficaz y rápida durando el desempeño y servicio que realice.
- Muy oportuna: la gestión de atención al cliente tiene que ser preparada, si los servicios no son adecuados la espera puede producir molestia, insatisfacción del consumidor.
- Ser permanente: los consumidores tienen que sentir que el personal esté preparado para satisfacer cada duda o queja.
- La flexibilidad: ser flexibles con quejas o reclamos que pueda suceder.
- La eficiencia: el objetivo es la satisfacción de los clientes.

Laza (2019) manifiesta que una herramienta muy importante para toda empresa, ya que en la actualidad son más uniformes en cuanto al uso de la tecnología, pero el cliente tiene que sentir su cortesía, la atención rápida, tener la confiabilidad, sentir el confort, la atención personalizadas, un buen trato, la seguridad que se brinde, la simpatía de los empleados para los clientes todo esto lograría la fidelización de los usuarios.

Edición Emd(2021) indica que las empresas se tienen que mentalizar que la calidad de servicio en atención que entrega a los clientes tiene que ser de alto nivel, mucho tiene que ver con el trato del personal hacia los clientes se tiene que tener claro que los clientes son lo primordial para que una empresa tenga éxito.

La variable atención al cliente hoy en día toda empresa tiene que tener en cuenta para que sea exitosa y genere clientes potentes con la calidad de atención. Todas las organizaciones en la actualidad tienen que tener una exigencia, en más porque una atención que tenga confianza, calidad, innovación se tiene que saber porque se viven una constante competencia empresarial. Por eso toda empresa tiene que tener una diferenciación de las demás. Las diferentes áreas de una empresa tienen que tener un personal calificado para que brinde una atención adecuada, la buena atención se creará un concepto favorable para la empresa y será recomendado.

Ramírez (2020) manifiesta que las empresas hoy en día a los clientes ven como solo consumidores, un cliente es la persona que posee los productos o servicios de una empresa, la razón de ser de toda organización, si no lo hubiera no hay empresas.

### **La importancia de ser cliente**

- ✓ Ser cliente es quien hace rentable a una empresa el que adquiere un servicio.
- ✓ El que promueve la marca, si cumple con las expectativas que el cliente quiere.
- ✓ El cliente fomenta con sus recomendaciones el crecimiento de la empresa.
- ✓ Comenta algunos puntos débiles e la empresa con sus experiencias propias.
- ✓ Realiza una retroalimentación sobre la oferta
- ✓ Indica el camino de progreso de una empresa, los clientes definen la visión del negocio o el producto.



Los clientes para una empresa tienen roles muy importantes donde lo podemos definir:

- Los clientes como consumidores; adquiere un producto o servicio para su beneficio.
- El cliente como fomentador; ellos pueden transmitir por diferentes medios la satisfacción el producto o servicio que adquirió.
- El cliente como crítico; por eso se tiene que brindar una buena atención porque en la actualidad es fácil aprobar o no una marca por ejemplos las redes sociales es común mencionar algún producto o servicio.
- Los clientes como desarrollo de un producto; la recomendación de boca a boca será fundamental para el éxito de la organización.
- El cliente como evaluador; la calidad de atención que recibe será la diferenciación para la fidelidad del cliente.
- Embajador de la marca; la recomendación en su entorno será muy útil, el cliente es un canal de publicidad importante y gratuito para la empresa.

Ramírez (2020)

La importancia de los clientes, son personas reales que tienen necesidades, inquietudes que quieren obtener un beneficio, entonces los clientes se sienten contentos al recibir servicios de calidad eleven su satisfacción, la lealtad de los usuarios aumenta el nivel de la empresa generando el posicionamiento, la consolidación, la reputación de toda empresa permite que los clientes generen la publicidad de boca a boca por su calidad obtenido.

## **Dimensión 1**

### **Tipología de clientes**

Arenal (2019) indica que el cliente es una persona que obtiene el producto o el servicio que desea tener, el cliente es la fuente de información que la empresa tiene que tener para mejorar el servicio o el producto que está realizando para la satisfacción de sus necesidades y las expectativas que tienen.

Quiénes son los clientes y los deseos de satisfacción es un tema que toda empresa tiene que determinar se pueden entonces:

- ✓ Los clientes son personas importantes para cualquier empresa.
- ✓ El cliente no depende de usted, la empresa depende del cliente.
- ✓ El cliente no frena su trabajo, si no es la clave del mismo.
- ✓ Los clientes no tienen que ser una molestia, si no nuestra prioridad
- ✓ El cliente es ser humanos, trátalos como quieras ser tratado.
- ✓ Los clientes son la vitalidad de toda organización, sin ellos no hubiera el éxito que se logra tener.

Cada cliente tiene una tipología distinta, tanto como su reacción, su empatía al recibir algún producto, puede tener desconfianza, etc. El ser humano es cambiante personalidades que pueden tener:

- ✓ Los clientes polémicos, siempre necesitara la atención y provoca discusión.
- ✓ Los clientes desconfiados, es una persona que duda de todo.
- ✓ Los clientes minuciosos, este cliente es conciso, concreto muy tajante.

- Los clientes sabelotodo, este cliente cree saber todo, pretende encontrar defectos de todo.
- Los clientes indecisos, siempre intentan aplazar decisiones, pide opiniones de los demás.
- Los clientes impulsivos, casi siempre son impacientes, emotivo y superficial.
- Los Clientes habladores, estos clientes muchas veces exagera en información, tiene una seguridad aparente.
- Los clientes groseros, siempre son ofensivos, agresivos y dominantes.

La mayoría de veces, la labor de atención al cliente necesita la disposición de los trabajadores donde así permite plasmar sus habilidades y por ese motivo realiza una buena atención, las habilidades, los conocimientos, las capacitaciones de que servicio o producto este realizando, tienen que conocer los objetivos que deseen tener los clientes y que métodos tienen que utilizar son muy importantes para los empleados para realizar una prestación de servicio.

### **Atención al cliente**

Orozco (2021) indica hoy en día los clientes buscan muchas cualidades al adquirir algún producto o servicios porque cada vez hay más información y controles para realizar una compra, las empresas tienen que entender y analizar muchos factores por eso existen muchos métodos para captar su atención y la satisfacción de diferentes necesidades que tengan. Una atención al cliente es muy importante porque es la manera de conocer la fortaleza de una marca siendo la principal de diferenciación de las demás.

Urreta (2021) es imprescindible e importante la atención, porque el cliente es el centro de la actividad empresarial, los clientes son el lado beneficioso de toda economía empresarial siendo rentable. Entonces el cliente es crucial, el más importante porque ninguna empresa sobreviviría si no hubiera clientes, por eso las pautas de atención al cliente no solo son basadas para los usuarios si no es toda la organización interna como externa.

Todos los clientes buscan encontrar la atención necesaria, la eficacia y rapidez al encontrar un producto, por lo tanto, la atención al cliente tiene que estar preparada para contestar de lo mejor posible porque cada vez los clientes esperan ese confort, esa atención personalizada sintiendo la importancia necesaria con empatía y agilidad.

Los requisitos de los consumidores cada están más empoderados, porque recibir información de algún producto cada día es más fácil y no necesita mucho esfuerzo por eso existe la variedad. Urreta (2021)

Tu objetivo es mejorar la forma en la que la empresa se relaciona con los clientes, pero no solo basta con el trato adecuado a los clientes si no juntar más esfuerzos, con dedicación, eficacia y profesionalismo, para crear una satisfacción y éxito para los clientes por eso se tiene que crear canales estratégicos como son la telefonía números rápidos para una atención correcta, correos electrónicos, las redes sociales que casi todos manejan, los chatbots así el cliente elegirá el camino correcto para una atención satisfactoria.

Toda empresa tiene que poseer una cultura interna mentalizada que el cliente será siempre primero, el equipo tiene que estar comprometido, capacitados, capaces de escuchar y atender cada petición o duda de los clientes por eso tiene que tener un monitoreo y evaluación mensual para ubicar fallas para anticiparnos y resolver en forma rápida.

## **Dimensión 2**

### **Nuevas formas de atención al cliente**

Orozco (2021) define el servicio al cliente en la actualidad con el centro de atención de todo por eso se plantea muchos planes de acciones para que el servicio sea adecuado y eficiente acá vamos a mencionar algunas: la inteligencia artificial, son unos software para facilitar la gestión de los recursos humanos, el IA es simular los procesos que hacen los humanos por ejemplos algunos empleados pueden tener unas ausencias o reclutar personal este software disminuirá tiempo y costos, también mejora la inteligencia artificial disminuye el proceso y una mejor gestión. Otro es el chatbots, es un chat inteligente que hoy en día las empresas manejan para la atención de sus clientes ayudando a la velocidad de atención cuando no sea presencial.

Los empleados tienen que estar actualizados y conocer las nuevas tecnologías que amerita hoy en la atención a los clientes, crear una cultura dentro de todos los colaboradores y utilizarlos para tener una familiaridad para mejorar la gestión de servicio a los clientes.

Gómez (2017) menciona que la atención al cliente es lo primordial para una organización porque permite interactuar con clientes con la mentalidad de tener una buena relación con ellos, respeto y amabilidad. Otro punto de atención al cliente es anticiparse con las necesidades de los clientes teniendo mejores soluciones si tuvieron algunas malas experiencias la empresa tiene que ayudar a los clientes para aumentar su confianza y la lealtad para el consumo para la diferencia de las competencias. Hacer más fácil la accesibilidad de los canales de interacción y soluciones de problemas, la personalización del servicio ara la diferencia con otras organizaciones.

### **Claves para aumentar la buena atención a los clientes**

Ramírez (2020) Indica que los clientes valoran tener una buena experiencia en una empresa, entonces el trato que puedes recibir influye en el que cliente vuelva o recomiende.

- La verdad, ante todo ser honestos no utilizar publicidades engañosas solo por atraer su atención engañar con servicios o productos que no existen creando la molestia de ellos.
- El saludo, demostraran nuestros valores con una bienvenida amistosa e inmediata es lo que el cliente quiere ya que sentirá valorado, contento y crecerá el nivel fidelización que construirá esa empresa con sus clientes.

- Ser amables, la educación con los clientes es sumamente importante para los clientes regresen, no solo es sonreír y ser también atentos a sus necesidades que quieran, escucharlos para resolver dudas que sientan ese confort.
- Tener empatía, capacidad de entender a los clientes porque todos no piensan ni sienten igual, por eso se tiene que crear un ambiente de confianza, respetarlos y comprenderlos para que sientan la experiencia positiva.
- Escuchar a los clientes, comprender a los clientes quizás tuvieron unas malas experiencias, transmitir el interés, demostrar la disposición para satisfacer las necesidades.
- La paciencia, mucho influye el personal que tenga contacto con la atención directo con los clientes, el autocontrol es importante para que se logre con éxito la atención.

Todo lo señalado es beneficioso la satisfacción de los clientes, porque se conoce la importancia de influencia de un cliente para la empresa porque un cliente satisfecho, no tendrá que ver otras opciones porque se sentirá satisfecho porque es bien tratado obtiene sus expectativas. Hablan bien genera la publicidad de boca a boca beneficioso para la empresa es una propaganda sin costo. Es rentable por que será fiel a la marca o compra, su deseo por adquirir un servicio el cliente se mentalizará por esa marca o servicio y por un último un cliente satisfecho será beneficioso y será la formula clave de toda empresa.

## **Marco conceptual**

### **Gestión de calidad**

Son los procesos que toda empresa tiene que para gestionar una buena calidad donde tiene que planificar, ejecutar, controlar, dirigir diferentes actividades que se realice. Este sistema ayuda a brindar, producir un producto o servicio de calidad para la satisfacción de cada cliente que necesite para satisfacer sus necesidades creando la fidelidad y logrando beneficios para la empresa (Gonzales, 2017).

### **El ciclo Deming**

Método que es utilizado para los sistemas de gestión de calidad para actuar en futuras estrategias donde se mejorará los procesos de las empresas, donde utiliza las cuatro fases que es planea, hacer, verificar, actuar todo esto ayudara para la solución de la empresa (García, 2020).

### **Atención al cliente**

Herramienta importante para toda empresa, los clientes son el centro de toda estrategia de una organización, es necesario crear un plan de marketing donde la importancia sea la fidelidad de los clientes (Gil 2020).

### **Cliente**

Un cliente es la persona que posee los productos o servicios de una empresa, la razón de ser de toda organización, quien hace rentable al adquirir un servicio o producto, donde fomentara sus recomendaciones para el crecimiento de la empresa (Ramírez 2020).



## **Chatbots**

Para todo negocio hoy en día con la tecnología que se tiene este proceso automatiza los procesos, personalizas las informaciones, los clientes tendrán una atención las 24 horas, ahorras tiempo y dinero (Orozco 2021).

## **Inteligencia artificial**

Se está evolucionando demasiado y para un futuro puedes hacer más fácil a los trabajadores, son un software para facilitar la gestión de los recursos humanos, el IA es simular los procesos que hacen los humanos por ejemplos algunos empleados pueden tener unas ausencias o reclutar personal este software disminuirá tiempo y costos (Orozco 2021).

### **III. HIPÓTESIS**

(Espinoza 2018) define que una hipótesis cumple la función de servir ideas de una investigación, entonces estos sistemas se emplean se llaman con frecuencia la hipótesis de un trabajo, donde el investigador puede sostener diversas hipótesis que tiene que ser sometida a pruebas con sus variables para objetivo de la investigación.

Entonces la presente investigación titulada: La gestión de calidad en atención al cliente y propuestas de mejora sector servicio - rubro hoteles en Miraflores Alto, distrito de Chimbote, 2020, no se planteó hipótesis porque es una investigación descriptiva- de propuesta.

## **IV METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación**

El diseño de esta presente investigación fue de diseño no experimental- descriptivo transversal – de propuesta

#### **No experimental**

(Hernández 2018) indica que, la investigación es de diseño no experimental porque es basada en las observaciones e interpreta las variables del siguiente estudio en su estado real, con el fin de llegar a conclusiones, sin evitar el control o alguna manipulación de sus características.

Esta investigación fue no experimental, porque no se manipularon las variables gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro hoteles en Miraflores alto, Distrito Chimbote, año 2020.

#### **Transversal**

(Castellano 2020) el estudio es de tipo transversal es un tipo de investigación que se centra en la observación y análisis de datos recopilados de la muestra en un periodo.

Esta investigación fue transversal porque se recolecto información de las variables gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote, año 2020.

## **Descriptivo**

(Escobar 2020) una investigación es descriptiva porque es la que se encarga de analizar, describir e interpretar efectivamente toda información de diferentes variables, sin intención de crear modificaciones en sus características.

La investigación fue descriptiva, porque se planteó en describir las características de los representantes y las variables gestión de calidad en atención al cliente

## **De Propuesta**

(Nava 2018) una investigación de propuesta es un proceso que lleva la implementación de los conjuntos de actividades que se desarrollan con los objetivos de mejorar las deficiencias encontradas en las variables de estudios.

Fue de propuesta de mejora, porque se elaboran propuestas y estableció un plan de mejora basados en resultados encontrados, con el fin que los representantes puedan tomar la decisión de implementación para poder reducir radicar los posibles problemas que están destacando el crecimiento de sus negocios,

## **4.2. Población y muestra**

### **Población**

(Hernández 2018) informan que el universo o población son los conjuntos finitos

O finitos de elementos, individuos o fenómenos que poseen características iguales.

Estuvo conformada por 12 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en Miraflores alto, distrito de Chimbote, año 2020. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.

### **Muestra**

(Pérez 2020) indica que la muestra es todo conjunto representativo de una población, que toma como finalidad facilitar la relación de un estudio complejo, con el fin de determinar los comportamientos de las variables.

La muestra estuvo conformada por 12 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en Miraflores alto, distrito de Chimbote, año 2020. Es decir, se utilizó una muestra censal.

### 4.3 Definición y Operacionalidad de variables e indicadores.

| Aspectos complementarios | Definición conceptual   | Dimensiones                           | Indicadores          | Ítems                                      | Fuente                      | Escala de medición |
|--------------------------|---|---------------------------------------|----------------------|--|-----------------------------|--------------------|
| Representantes           | (Castro 2019), son personas que tienen a cargo una empresa donde con sus habilidades lograran resultados beneficiosos | Características de los representantes | Edad                 | ¿Cuál es su edad?                          | Representantes de las Mypes | Razón              |
|                          |   |                                       | Genero               | Género que pertenece?                      |                             | Nominal            |
|                          |   |                                       | Grado de instrucción | ¿Cuál es sus grado de instrucción ?        |                             | Ordinal            |
|                          |   |                                       | Cargo                | ¿Cuál es el cargo que desempeña?           |                             | Nominal            |
|                          |   |                                       | Tiempo en el cargo   | Cuánto tiempo lleva desempeñando el cargo? |                             | Razón              |

| Aspectos complementarios  | Definición conceptual   | Dimensiones                                      | Indicadores            | Ítems  | Fuente                      | Escala de medición |
|---------------------------|---|--|------------------------|--|-----------------------------|--------------------|
| Micro y pequeñas empresas | Son unidades económicas donde opera una persona natural o jurídica para ejercer su labor empresarial Ley 2815 (Martínez 2020) | Características de la micro y pequeñas empresas. | Tiempo de permanencia  | ¿Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?  | Representantes de las Mypes | Razón              |
|                           |   |  | Número de trabajadores | ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?            |                             | Razón              |
|                           |   |  | Objetivos de creación  | ¿Cuál es el objetivo de la creación de la empresa? |                             | Nominal            |

| Variable           | Definición conceptual   | Definición Operacionalidad   | Dimensión                          | Indicadores                        | Ítems  | Fuente                      | Escala de medición |
|--------------------|---|--|------------------------------------|------------------------------------|--|-----------------------------|--------------------|
| Gestión de calidad | Son el conjunto de propiedades de un servicio o producto donde satisfacer las necesidades de los clientes (Gonzales, 2017). | La gestión de calidad mejora la implementación y el rendimiento de la empresa con consiguiente mejora el conocimiento de la gestión de calidad dentro de la empresa (Gonzales,2017). | Conocimiento de gestión de calidad | Conocimiento de gestión de calidad | ¿Conoce el termino gestión de calidad?                                       | Representantes de las MYPES | Nominal            |
|                    |   |  |                                    | Técnicas                           | ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?                      |                             |                    |
|                    |   |  | Implementación y rendimiento       | Dificultades implementación        | Que dificultades tiene el personal para la implementación gestión de calidad |                             |                    |
|                    |   |  |                                    | Rendimiento                        | Que técnicas modernas para medir el rendimiento del personal conoce.         |                             |                    |
|                    |   |  |                                    |                                    | La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del             |                             |                    |



| Variable            | Definición conceptual   | Dimensión Operacionalidad  | Dimensiones               | Indicadores         | Ítems   | Fuente                      | Escala de dimensión |
|---------------------|---|--|---------------------------|---------------------|---|-----------------------------|---------------------|
| Atención al cliente | Orozco (2021) indica hoy en día los clientes buscan muchas cualidades al adquirir algún producto o servicios. | La atención al cliente es muy importante para la fidelización o posicionamiento de la empresa con conocimientos y aplicación de técnicas de mejora (Orozco 2021) | Conocimiento y aplicación | Conocimiento        | ¿Conoce el término atención al cliente ?  | Representantes de las Mypes | Nominal             |
|                     |   |  |                           | Aplicación          | ¿Aplica la atención al cliente para así brindar una buena atención para el cliente?                     |                             |                     |
|                     |   |  | Fidelización              | Atención al cliente | ¿Cree usted que la atención al cliente es parte fundamental para que sus clientes regresen?             |                             |                     |
|                     |   |  |                           | Nivel de atención   | ¿La atención que brinda es buena?   |                             |                     |
|                     |   |  |                           | Mala atención       | ¿Por qué cree que se puede dar una mala atención al cliente ?   |                             |                     |
|                     |   |  |                           | Posicionamiento     | ¿Cree usted que una buena atención al cliente permitirá el posicionamiento de su empresa en el mercado? |                             |                     |
|                     |   |  | Posicionamiento           | Medidas             | ¿Tomará medidas para realizar una buena atención al cliente?  |                             |                     |

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **La técnica**

(Hernández 2018) en su investigación indica que la encuesta es un medio que se utiliza generalmente en investigaciones cuantitativas, que se tiene como objetivo recoger toda información que corresponde sobre las características de un determinado grupo de personas, entonces se puede obtener encuestas.

Se utilizó la encuesta como técnica para recoger todos los datos respecto a los representantes y las variables gestión de calidad atención al cliente, 12 representantes del sector servicio, rubro hoteles, distrito de Chimbote, año 2020.

##### **El instrumento**

(Nava 2018) indica que los cuestionarios son herramientas que los investigadores utilizan para la recolección de información, está compuesta por diferentes preguntas.

Se utilizó el instrumento cuestionario estructurado con 20 preguntas: donde se relacionan aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (3), de la variable en estudio: La gestión de calidad en atención al cliente (12).

#### **4.5. Plan de análisis**

(Mendoza 2018) indica que un plan de análisis es utilizar para evaluar y organizar diferentes datos obteniendo luego la aplicación de la encuesta; entonces su importancia es la descripción y simplificación de los datos obtenidos.

Para el análisis de los datos que se recolecto en la investigación se realizó el uso del análisis descriptivo de las variables en estudio, en donde se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentajes; como figuras estadísticas. La elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes programas: Microsoft Word, con este programa se hizo la siguiente redacción, correcciones digitales donde se modificaron. Además, se empleó el Acrobat Reader XI: un software gratuito donde permite leer archivos digitales que son PDF. Seguidamente se hizo uso del Microsoft Excel, donde se lleva las tabulaciones, los diseños de las figuras donde se obtuvieron resultados obtenidos de las encuestas. Finalmente se utilizó para identificar el porcentaje de similitud que es la herramienta el Turnitin.

#### 4.6. Matriz de Consistencia

| Titulo   | Enunciado  | Objetivos   | Variable   | Hipótesis  | Metodología  | Población y muestra   | Técnica e instrumento  | Plan de análisis  |
|--|--|---|--|--|--|---|--|---|
| <p>La Gestión de calidad en la atención al cliente y plan mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote año 2020?</p> | <p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y la plan de mejora micro y pequeñas empresas del sector servicio , rubro hoteles , Miraflores alto , Distrito Chimbote , año 2020?</p> | <p><b>Objetivos General</b></p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote, año 2020.</p> <p><b>Objetivo Específicos</b></p> <p>Describir las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote, año 2020.</p> <p>Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio m rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote, año 2020.</p> <p>Establecer las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote, año 2020.</p> <p>Elaborar un plan de mejora para la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote ,2020.</p> | <p><b>Variable 1:</b></p> <p>Gestión de calidad</p> <p><b>Variable 2:</b></p> <p>Atención al cliente</p> | <p>No se planteó hipótesis porque es una investigación descriptiva</p> | <p><b>Diseño de la investigación:</b></p> <p>No experimental</p> <p>Transversal – No descriptivo – de propuesta.</p> | <p>Se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles , Miraflores alto , Distrito de Chimbote, año 2020.</p> | <p>Técnica (encuesta)</p> <p>Instrumento (cuestionario )</p> | <p>Turnitin</p> <p>Word</p> <p>Microsoft</p> <p>Excel</p> <p>Programa Acrobat</p> |

#### **4.7. Principios éticos**

La siguiente investigación: La gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito de Chimbote, año 2020. El código ético de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote nos plantea que la siguiente investigación tiene que presentar los siguientes principios.

**La protección a las personas.** Su privacidad de los propietarios y/o representantes que nos brindaron su información para poder elaborar el siguiente estudio, no se plasmaron sus datos personales ni de los negocios ya que esta investigación no tiene ningún otro interés ya que es una investigación científica.

**El cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** Se realizaron las medidas necesarias para prever algún daño a nuestro medio ambiente.

**Derecho a estar informado y libre participación.** A los representantes de cada entidad se le informo sobre este proyecto de investigación, incluso se les informo y estuvieron conformes con todo lo hecho.

**Beneficencia.** Todas las encuestas se dieron previo conocimiento, programación para no ver afectados los representantes para así realizar una buena investigación.

**Integridad científica.** Toda la información recolectada es veraz, lo realice sola mediante técnica de encuestas, búsquedas de información que son tesis, artículos, paginas muy confiables con mucha honestidad, dedicación, responsabilidad en este estudio (comité institucional de Ética en Investigación, 20 19).

**La justicia.** Se dio un trato igual y cordial con todos los participantes en los varios procesos y procedimientos relacionados a la investigación, dando el mismo implemento y material de información para que se desarrolle su participación. También se dio a conocer los resultados que se obtuvo en la investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.*

| Datos generales             | N  | %      |
|-----------------------------|----|--------|
| <b>Edad (años)</b>          |    |        |
| 18 a 30 años                | 3  | 25.00  |
| 31 a 50 años                | 8  | 66.07  |
| 51 a más años               | 1  | 8.03   |
| Total                       | 12 | 100.00 |
| <b>Genero</b>               |    |        |
| Masculino                   | 5  | 41.07  |
| Femenino                    | 7  | 58.03  |
| Total                       | 12 | 100.00 |
| <b>Grado de instrucción</b> |    |        |
| Sin instrucción             | 0  | 0.00   |
| Primaria                    | 0  | 0.00   |
| Secundaria                  | 6  | 50.00  |
| Superior no universitario   | 4  | 33.03  |
| Superior universitario      | 2  | 16.07  |
| Total                       | 12 | 100.00 |
| <b>Cargo que desempeña</b>  |    |        |
| Dueño                       | 1  | 8.03   |
| Administrador               | 11 | 91.07  |
| Total                       | 12 | 100.00 |
| <b>Tiempo en el cargo</b>   |    |        |
| 0 a 3 años                  | 4  | 33.04  |
| 3 a 6 años                  | 7  | 58.03  |
| 6 a más años                | 1  | 8.03   |
| Total                       | 12 | 100.00 |

*Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.*

**Tabla2**

Características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.

| Características de las micro y pequeñas empresas | N  | %      |
|--|----|--------|
| <b>Tiempo que pertenece en el rubro</b>          |    |        |
| 0 a 3 años                                       | 0  | 0.00   |
| 4 a 6 años                                       | 4  | 33.04  |
| 7 a más años                                     | 8  | 66.07  |
| Total  | 12 | 100.00 |
| <b>Número de trabajadores</b>                    |    |        |
| 1 a 5 trabajadores                               | 8  | 91.07  |
| 6 a 10 trabajadores                              | 4  | 33.03  |
| 11 a más trabajadores                            | 0  | 0.00   |
| Total  | 12 | 100.00 |
| <b>Objetivo de creación</b>                      |    |        |
| Ganancias  | 11 | 91.07  |
| Subsistencias                                    | 1  | 8.03   |
| Total  | 12 | 100.00 |

**Total:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.



**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.*

| La gestión de calidad en la atención al cliente | N  | %      |
|---|----|--------|
| <b>Conoce el término de gestión de calidad</b>  |    |        |
| Si  | 6  | 50.00  |
| No  | 2  | 16.06  |
| Tengo ciertos conocimientos                     | 4  | 33.04  |
| Total   | 12 | 100.00 |
| <b>Técnicas de gestión de Calidad conoce</b>    |    |        |
| Las 5S  | 1  | 8.03   |
| Benchamarking                                   | 2  | 16.07  |
| Otro  | 3  | 25.00  |
| Ninguna   | 6  | 50.00  |
| Total   | 12 | 100.00 |
| <b>Dificultades para su Implementación</b>      |    |        |
| Aprendizaje lento                               | 0  | 0.00   |
| Poco iniciativa                                 | 4  | 33.04  |
| Desconocimiento del puesto                      | 1  | 8.03   |
| No se adapta a los cambios                      | 1  | 50.00  |
| Otros   | 6  | 100.00 |
| Total   | 12 |        |
| <b>Técnica de medición del Rendimiento</b>      |    |        |
| La evaluación                                   | 5  | 41.06  |
| La observación                                  | 4  | 33.04  |
| Evaluación de 30                                | 0  | 0.00   |
| Escala de puntuación                            | 0  | 0.00   |
| Otros   | 3  | 25.00  |
| Total   | 12 | 100.00 |

Continua...

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.*

| La gestión de calidad en la atención al cliente                | N  | %      |
|--|----|--------|
| <b>La gestión de calidad mejora el Rendimiento del negocio</b> |    |        |
| Si   | 12 | 100.00 |
| No   | 0  | 0.00   |
| Total  | 12 | 100.00 |
| <b>Conoce el termino atención al cliente</b>                   |    |        |
| Si   | 11 | 91.07  |
| No   | 1  | 8.03   |
| Total  | 12 | 100.00 |
| <b>Aplica la gestión de calidad</b>                            |    |        |
| Si   | 11 | 91.07  |
| No   | 1  | 8.03   |
| Total  | 12 | 100.00 |
| <b>La atención al cliente es fundamental</b>                   |    |        |
| Si   | 12 | 100.00 |
| No   | 0  | 0.00   |
| Total  | 12 | 100.00 |
| <b>La atención que brinda es</b>                               |    |        |
| Buena  | 12 | 100.00 |
| Regular  | 0  | 0.00   |
| Mala   | 0  | 0.00   |
| Total  | 12 | 100.00 |

Continúa...

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.*

Concluye...

| La gestión de calidad en la atención al cliente       | N  | %      |
|---|----|--------|
| <b>Porque se da una mala atención al cliente</b>      |    |        |
| No tiene suficiente personal                          | 2  | 16.07  |
| Por una mala organización                             | 7  | 58.03  |
| La calidad del servicio es mala                       | 3  | 25.00  |
| Total   | 12 | 100.00 |
| <b>La buena atención permitirá el posicionamiento</b> |    |        |
| Si  | 12 | 100.00 |
| No  | 0  | 0.00   |
| Total   | 12 | 100.00 |
| <b>Tomará medidas</b>                                 |    |        |
| Si  | 12 | 100.00 |
| No  | 0  | 0.00   |
| Total   | 12 | 100.00 |

***Nota:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.*

**Tabla4.**

*Propuesta de mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito de Chimbote, año 2020.*

| <b>Indicadores</b>      | <b>Problemas</b>   | <b>Causas del problemas</b>   | <b>Consecuencias del problema</b>   | <b>Acciones de mejora</b>  | <b>Responsable</b>            | <b>Presupuesto</b> |
|-------------------------|--|---|---|--|-------------------------------|--------------------|
| Objetivo de la creación | El 91.07 % el objetivo de la creación es generar ganancias | Los representante no siempre su objetivo de creación es dar un buen servicio si no es generar ganancias no crean una marca que identifique a una empresa tanto por su infraestructura, su atención , los servicios que brinda eso destaca y creara una visión de emprendimiento no sólo ganancias.. | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los líderes no son personas capacitadas.</li> <li>✓ Las decisiones no son acertadas.</li> <li>✓ Ven solo el lado monetario.</li> </ul> | <p>El líder tiene que crear metas que tener una ideología que no solo son ganancias, si no crear una marca que identifique a una empresa, crear una meta, un crecimiento gradual podemos mencionar algunos objetivos: de superación para el crecimiento de la empresa, diferenciarse de los demás.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tener una idea de excelencia de servicio.</li> <li>▪ Ver la gestión de cambios para mejora de la empresa</li> <li>▪ Avanzar la productividad.</li> <li>▪ Innovar por la competencia.</li> <li>▪ Tener claro la misión y visión.</li> <li>✓ Crear valores empresariales.</li> </ul> | Propietarios o representantes | S/.11,500.00       |

|                                 |  |   |  |   |                                      |  |
|---------------------------------|--|---|--|---|--------------------------------------|--|
| <p>Rendimiento del personal</p> | <p>El 41.06 % no aplica técnicas todas las técnicas de rendimiento del personal.</p> | <p>Poco conocimientos en técnicas para medir el rendimiento de su personal, poco seguimiento para ver el desempeño que realizan confiándose por la experiencia, se olvidan de tener una constante evaluación.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumento de problemas de organización.</li> <li>✓ Falta de información de los líderes.</li> <li>✓ El personal in satisfecho</li> </ul> | <p>Los representantes tienen que crear técnicas para medir el rendimiento de sus empleados, se revelará como se desempeñen los trabajadores individualmente, así permitirá conocer diferentes aspectos que se pueda mejorar, gestionar de manera eficaz y tomas de decisiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El método de la observación: este método lo hace el encargado de la empresa donde puede ver las características de desempeño-</li> <li>▪ El método de evaluación del cliente; los clientes serán quienes evalúen al personal.</li> <li>▪ El método la evaluación entre colaboradores; evaluación entre compañeros.</li> <li>▪ El método de la gestión por objetivos, si contribuye a las metas y objetivos de la empresa.</li> <li>▪ El método de retroalimentación.</li> </ul> | <p>Propietarios o representantes</p> |  |
|---------------------------------|--|---|--|---|--------------------------------------|--|

|                                       |  |   |  |   |  |  |
|---------------------------------------|--|---|--|---|--|--|
| <p>Dificultades de implementación</p> | <p>El 33.04 % tiene dificultades para implementar nuevas informaciones</p> | <p>El líder no capacita a su personal para implementar nuevas técnicas de gestión de calidad no hay una retroalimentación y una medición de objetivos a corto plazo , falta de planeación estratégica, no hay una comunicación internas de colaboradores.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poca iniciativa para afrontar cambios.</li> <li>✓ Falta de interés de aprender.</li> <li>✓ Poca comunicación</li> </ul> | <p>Se tiene que realizar capacitaciones para poder incentivar al personal adaptase a nuevos cambios de adaptación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se seleccionará empleados con un potencial innovador; para implementar personal innovador el departamento de recurso humanos se encargará ya que tienen que ser capaz de tener iniciativa de cambios.</li> <li>▪ Se entenderá las iniciativas antes del cambio.</li> <li>▪ Se capacitará al personal a los cambios para que se adapten.</li> <li>▪ Todo el personal tiene que estar preparado para el cambio.</li> <li>▪ . Con incentivos o cambios de conducta entre colaboradores mejorara el desempeño.</li> <li>▪ Se desarrollará un buen ambiente positivo, creando valores dentro de la empresa.</li> <li>▪ La comunicación eficaz con todo el equipo; que todos estén enterados de los trabajos realizados así se motivara y encaminaran para lograr buenos resultados.</li> </ul> |  |  |
|---------------------------------------|--|---|--|---|--|--|

|                              |   |   |  |  |                               |  |
|------------------------------|---|---|--|--|-------------------------------|--|
| Técnicas modernas de gestión | El 25.00 % aplica otras técnicas de gestión de calidad          | No conocen algunas técnicas de apoyo para desarrollar una buena gestión de calidad donde servirá para detectar problemas con el personal o controlar datos, productos que se puedan mejorar con el resultado. Pueden tener otras técnicas como el diagrama de Pareto, diagrama de causa y efecto, histograma, matriz de análisis, etc | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de información de técnicas modernas,</li> <li>✓ Poca actualización para aumentar las técnicas de gestión de calidad.</li> <li>✓ Iniciativa lenta de implementación de nuevas técnicas.</li> </ul> | <p>Se conocerá algunas técnicas que ayudan para el desarrollo de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar la técnica de diagrama de causa y efecto.</li> <li>✓ La técnica de diagrama de flujo de los procesos de la organización.</li> <li>✓ Técnica de AMFE, se medirá la satisfacción de los clientes.</li> <li>✓ La técnica de Pareto.</li> <li>✓ La técnica de histogramas.</li> </ul>                      | Propietarios o representantes |  |
| Mala atención                | El 58.03% la mala organización afecta a la atención del cliente | La empresa no tiene una buena jerarquía, mala ocupación de puesto, no se mejora el proceso productivo y comercial.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Malos organigramas dentro de la empresa.</li> <li>✓ La dificultad de ganar nuevos clientes</li> <li>✓ Un mal ambiente laboral.</li> </ul>   | <p>La empresa creara una buena jerarquía, organización para identificar el problema.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se encontrará el problema y se mejorará creando una jerarquía un orden de organización de los empleados.</li> <li>✓ Discernir los roles dentro de la empresa.</li> <li>✓ Planificar soluciones un plan estratégico que se debe de ser hacer.</li> <li>✓ Se tomará un enfoque definir objetivos.</li> </ul> | Propietario o representantes  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | · Se realizará un sistema de evaluación para valorar al personal |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|

*Nota: Elaboración propia.*



## 5.2 Análisis de resultados

Tabla 1.

Referente a las edades de los representantes: el 67.00 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 31 a 50 años (tabla 1), esto tiene similitud con la investigación Pérez (2018) con su tesis titulada “*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019*” donde indico que las edades son de 31 a 50 años, así mismo se asemeja con la investigación de Águila (2017) *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017.*, donde el 66.67% la edad es entre 36 a 50 años. Contrasta con Saavedra (2019) en su tesis *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019*; donde el 58.33% tiene la edad de 51 años a más. También contrasta con Villegas (2018) en su tesis *La gestión de calidad e la atención al cliente de las Mype en el sector servicio, rubro hoteles distrito de Chimbote, provincia de santa 2017. Caso del hotel bulevar* donde El 59.2 % de los encuestados tienen de 30 a menos de 40 años de edad. Coincide con Abanto (2017) en su estudio *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollería, distrito de Coishco 2017* que el 75.00 % tiene la edad de 31 a 50 años, se asemeja con la investigación Izaguirre (2019) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018* con el 75.00 % tienen la edad de 31 a 50 años. También coincide con la investigación de Chávez (2019) tesis *Gestión de calidad con el uso de*

*la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Casma, 2018* con 57.01 % asimismo contrasta con León (2021) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas del distrito de Chimbote, 2018* el 58% tiene entre 18 a 30 años. Entonces esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas maduras, capaces de llevar con éxito a la empresa.

Género de los representantes: El 58.00 % de los representantes son de género femenino eso contrasta con Román (2016) la investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz 2016*, El 70.00 % son de género masculino, también contrasta con Hidalgo (2016) en su tesis titulada: *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016* don el 70.00 % son de sexo masculino, contrasta con Pérez (2018) en su estudio “*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019*” donde el 67.00 % de los representantes son de género masculino. Contrasta con Águila (2017) en su tesis *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017*, el 50.0 % son de género masculino, contrata con Saavedra (2019) en su tesis *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019*; el

91.67 % de los representantes son de sexo masculino, también contrasta con Villegas (2018) en su tesis *La gestión de calidad e la atención al cliente de las Mype en el sector servicio, rubro hoteles distrito de Chimbote, provincia de santa 2017*. Donde el 55.03 % son de sexo masculino; también contrasta con Abanto (2017) en su estudio *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollería, distrito de Coishco 2017* el 85,07 % son de género masculino; también contrasta con Yzaguirre (2019) tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. El 75.00 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino; coincide Valdivia (2022) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio comercio, rubro venta minorista de ropa para bebes, mercado modelo del distrito de Chimbote, 2018*. Con el 80.00% son de género femenino. También coinciden con Hilario (2022) tesis titulada *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro agrícola del distrito de Chimbote, 2018*; donde el 75.00 % son de género femenino Por lo tanto, la gran mayoría de representantes son de géneros masculino no dando la oportunidad a las mujeres que también son capaces de tener a cargo una empresa.

Referente al grado de instrucción de los representantes: el 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen educación superior universitario tabla (1) , estos coinciden con la investigación de Román (2017) , quien indica que el 65.00% de los resultados tienen superior universitario, coincide con Hidalgo (2016) en su tesis titulada: *Gestión de calidad y formalización de las micro y*

*pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016.* por otro lado, la tesis de investigación Pérez (2018) tiene el 65.00 % con estudios universitarios. También coinciden con Pérez (2018) en su estudio “*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019*”, el 50.00% de los encuestados tiene grado de instrucción superior universitario el 50.00% estudios superior universitario , contrasta con Águila (2017) en su tesis *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017.* El 50,0 % tienen grado de instrucción estudios técnicos. Por otro lado, coinciden con Saavedra (2019) en su tesis *tesis La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019;* el 88.33% de los representantes tienen estudios universitarios. Contrasta con Villegas (2018) en su tesis *La gestión de calidad e la atención al cliente de las Mype en el sector servicio, rubro hoteles distrito de Chimbote, provincia de santa 2017,* donde el 57.09 % se obtuvo que su grado de instrucción es de secundaria. Contrasta con Chávez (2019) en su investigación no indica que el 42.90 % tiene estudios. Entonces las empresas hoy en día se están administrando, dirigiendo por personas con estudios, esto significa también por las necesidades y la competitividad laboral que hay.

El cargo que desempeña los representantes: 92.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador (tabla 1), estos resultados coinciden con la investigación Román(2016) la investigación

*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz*, donde indica que el 90.00% encontrados muestra que son administradores, La tesis de investigación *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016.*, Por otro lado contrasta con Pérez (2018) en su estudio “*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019*”, donde el demuestra el 58.00 % de los representantes son dueños de su propio negocio. que el 90.00% de los representantes tienen el cargo de administradores. Coinciden Águila en su tesis *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017*; donde el 67.00% el cargo de administradores. Por otro lado, contrasta Saavedra (2019) en su tesis *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019*; con el 66.67 % de los representantes son dueños. Por otro lado, contrasta con Yzaguirre (2019) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*; el 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños de los negocios. Coinciden con Hilario (2022) tesis titulada *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro agrícola del distrito de Chimbote, 2018* donde el 65.00% son administradores.

Nos demuestra que hoy en día el cargo lo están dirigiendo administradores, personas con estudio y capacitadas para beneficios de la empresa para poder resolver algún problema sabrá cómo actuar porque está capacitado.

Al tiempo que desempeña en el cargo los representantes: El 58.00% de los representantes de las micro y pequeñas tienen en el cargo de 4 a 5 años (tabla 1), contrasta con Pérez (2018) en su estudio "*Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019*" donde el 58.00 % tienen una permanencia en el mercado de 7 años a más. Contrasta con Saavedra (2019) en su tesis *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019* donde el 66.66 % de las empresas encuestadas tienen un tiempo de 7 a más años desempeñando. Coinciden con Yzaguirre (2019) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018* El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. Contrasta con Hilario (2022) tesis titulada *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro agrícola del distrito de Chimbote, 2018*. el 60% tienen en el cargo 0 a 3 años

Esto demuestra que los representantes ya están tienen más años en el rubro de hoteles dando servicios, generando ingresos beneficios propios.

## Tabla 2

Años que tienen la empresa en el rubro: El 67.00% tienen entre 7 a más años tabla (2), coinciden con Román (2016) la investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*; el 90.00% están en el sector hotelero entre 11 a 20 años. También coinciden con Hidalgo (2016) en su tesis titulada: *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016*. Donde el 90.00 % están en el sector hotelero entre 11 a 20 años también con la investigación de Saavedra (2019) que tiene el 50.00% teniendo 7 a más años en el rubro, la investigación de Villegas (2018) indica que 68.40% tiene de 6 a más años en el cargo, por otro lado, la investigación de López (2017) con el 58.00% donde 7 a más años en el cargo. La investigación de Águila (2017) demuestra que el 50.00 % tiene de 7 a más trabajadores empresas tienen tiempo en el mercado, brindando servicios, generando empleos para sus trabajadores y beneficios para sus clientes y tienen una marca solidada. Coinciden con Saavedra (2019) en su tesis *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019* con el 66.66 % de las empresas encuestadas tienen un tiempo de 7 a más años. Coinciden con Villegas (2018) en su tesis *La gestión de calidad e la atención al cliente de las Mype en el sector servicio, rubro hoteles distrito de Chimbote, provincia de santa 2017*.

Caso del hotel bulevar. El 68.4 % tienen de 6 a, mas años en el mercado. Contrasta con Yzaguirre (2019) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Por otro lado, coinciden con Chávez (2019) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Casma, 2018* El 64.3% de las Mypes lleva en el rubro de 7 a más años. Coinciden con León (2021) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas del distrito de Chimbote, 2018*. 67.00% de las empresas tiene de 7 a más años. Coinciden con Valdivia (2022) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio comercio, rubro venta minorista de ropa para bebés, mercado modelo del distrito de Chimbote, 2018*. el 80% tienen entre 0 a más de 7 años de permanencia en el rubro.

La cantidad de trabajadores: El 33.00% indica que tiene entre 6 a 10 trabajadores tabla (2), contrasta con Román (2016) la investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz 2016*. El 50 % ocupa en promedio de 6 a 20 personas. estos resultados por otro lado coinciden con la investigación de León (2022) por otro lado la investigación de Águila



(2017) tiene el 50.00% entre 6 trabajadores Esto nos demuestra que las empresas quizás no están invirtiendo mucho en su personal, quizás también eso demuestra la falta de calidad de servicio y atención que necesitan los clientes.

Objetivo de creación: El 92.00% de las Mypes encuestadas respondieron que su objetivo de creación es generar ganancias tabla (2), estos resultados coinciden con Saavedra (2019) quien manifiesta un 100.00% que el objetivo es generar ganancias, por lo tanto, también coinciden con López (2018) quien indica que el 100.00% es generar ganancias, también coinciden con Villegas (2018) quien demuestran el 53.30% que su objetivo es generar utilidades. Esto demuestra que la totalidad de las Mype su creación es generar ganancias es su objetivo, esto hace que sea importante, pero tienen que preocuparse por la calidad de atención hacia sus clientes.

### **Tabla 3**

Si conoce el termino : El 50.00% conoce de las personas encuestas conocen el termino de gestión de calidad Tabla (3), estos resultados coinciden con Román (2016) quien manifiesta que el 75.00% si conoce el termino gestión de calidad, del mismo modo Hidalgo (2016) manifiesta que el 70.00% también conoce el termino gestión de calidad, por lo tanto Águila (2017), manifiesta que el 67.00% también conoce el termino gestión de calidad, así mismo Villegas (2018) manifiesta que el 86.80% también coincide el termino gestión de calidad. López (2018) manifiesta que el 75.00% si conoce el termino gestión de calidad. Sabiendo todo ello nos demuestra que la totalidad de las Mypes si conoce el término gestión de calidad, es porque la misma

competitividad hace que hoy en día se generan más conocimientos y la misma competitividad hace hoy en día se generan más conocimientos y la misma competencia hace saber de los temas de atención al cliente.

Técnicas de gestión de calidad: El 50.00% de todos los encuestados nos respondieron que conocen ninguna tabla (3), pero se contrasta con Águila (2017) quien determina el 50.00% conocen la técnica de mejora, también contrasta con Saavedra (2019), quien indica que el 88.30% conoce otras técnicas modernas de gestión de calidad, también contrasta con López (2018) manifiesta que el 83.00% usa la técnica de observación como técnica de gestión de calidad. Nos demuestra que al menos si conocen algunas técnicas no sabiendo con exactitud, pero si lo aplica, falta de información sobre los temas.

Las dificultades que tienen para implementar la gestión de calidad: El 50.00% de las personas encuestadas nos dicen que tienen otras dificultades, estos resultados contrasta con Saavedra (2019) quien manifiesta que el 50,01% que tiene poca iniciativa. Nos demuestra que al menos si conoce algunas técnicas no sabiendo con exactitud, pero si lo aplica, falta de información sobre los temas.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 42.00% de las personas que se encuestó usa la evaluación para así poder medir el rendimiento de su personal, tabla (3), esto coinciden con Hidalgo (2016) quien manifiesta el 90.00% usa la capacitación para así poder medir el rendimiento de todo el personal, sin embargo, contrasta con Águila (2017) que indica el 50.00% quien manifiesta la técnica de mejora para poder

medir las técnicas del rendimiento del personal. Por lo que se ve están aplicando técnicas, para medir el rendimiento, esto se hace más fácil para los empresarios ya que esto genera una forma más fácil.

La gestión de calidad si contribuye al rendimiento del negocio: El 100.00% de las personas encuestadas dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio tabla (3), esto coinciden con Saavedra (2019) quien manifiesta un 100.00% que, si contribuye la gestión de calidad, también coinciden con López (2018) determino que un 100.00% de todas las personas contestaron que si contribuye. Nos demuestra que en la totalidad está de acuerdo que si contribuye una buena gestión de calidad con el mejoramiento y el rendimiento con beneficio para la empresa.

Conoce el termino atención al cliente: El 91,07% de las personas encuestadas de las micro y pequeñas empresas nos dijeron que si conocen el termino atención al cliente, tabla (3). Esto nos sirve de información valiosa que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles están totalmente informados sobre el tema atención al cliente, ya que día a día lo viven y experimentan cada vez que brindan un servicio hacia sus clientes. Nos demuestra que se está aplicando la gestión de calidad, eso implica y genera una competitividad, generando mejoramiento en los servicios.

Si la atención al cliente es parte fundamental para que su cliente regresen: El 100.00% indica que, si es fundamental, tabla (3) estos resultados coinciden con López

(2018) quien manifiesta que el 100.00 % si es fundamental la atención al cliente para que regresen a los establecimientos Esto nos demuestra que si los representantes están pensando en la atención al cliente, siendo una parte fundamental para la empresa y para los clientes así se ganara más clientes felices y satisfechos.

Atención que brinda a sus clientes: El 100.00% indicaron que es buena la atención que se brinda, esto coinciden con López (2018) quien manifiesta que el 100.00% es buena la atención para sus clientes. Están demostrando que, si dan una buena atención al cliente, su seguridad ayuda a motivar a las demás Mypes para que la buena atención no se a una obligación sino un deber.

Dar una mala atención al cliente: El 58.00% indica que se puede dar una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores, tabla (3), Esto demuestra que se tiene que hacer encuestadas hacia sus clientes si se sienten satisfechos con la atención, también una charla agregada para que se pueda realizar una buena atención al cliente.

Buena atención al cliente permitirá el posicionamiento de una empresa en el mercado: El 100.00% indica que si posicionamiento se basa muchos en una buena atención al cliente. Esto coincide con Saavedra (2019) manifestando un 100.00% que si la buena atención es importante para el posicionamiento para alcanzar metas trazadas a largo plazo para la mejora de la empresa.

Tomará medidas para realizar una buena atención al cliente: El 100.00% indica que, si tomara medidas para realizar una buena atención al cliente tabla, esto coincide con la investigación de López (2018) donde el 100.00% si da una buena atención al cliente (3)

## **VI. CONCLUSIONES**

Concluye que la totalidad de los representantes están siendo dirigidos por personas que tienen entre 31 a 50 años, son de género femenino, con grado de instrucción secundaria completa asimismo los propios dueños desempeñan en el cargo entre 4 a 6 años, tienen de 1 a 5 trabajadores y su objetivo de creación es generar ganancias.

Se concluye que el rubro indica que tienen entre 7 a más años, la mayoría si conoce el termino gestión de calidad. Asimismo, el personal tiene otras dificultades para la implementación de gestión de calidad.

Se concluye que aplican la técnica de evaluación para así poder medir el rendimiento del personal y por ultimo si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio. Entonces, toda empresa tiene que estar dirigida por personal indicado y capacitado, se implementará nuevas técnicas de gestión donde los encargados cumplirán cada tarea con eficacia logrando resultados favorables para la empresa con una buena atención, generando un incremento de clientes y ganancias.

Se concluye que en general los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino atención al cliente, si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda para sus clientes. Determinaron que la atención al cliente es parte fundamental para sus clientes.

Se concluye que la atención al cliente es por una mala organización de los trabajadores creando confusión y logrando deficiencias para realizar la atención. Además, se afirmó que se brinda una buena atención al cliente. En consecuencia la atención al cliente es fundamental para que todo negocio vaya por buen camino, una buena atención marcará la diferencia entre los demás. Entonces cada administrador o encargado tiene que tener una misión importante porque ellos motivaran, guiaran a su personal para crear un buen desempeño.

Se resolvió que el cliente permitirá el posicionamiento de su empresa en el mercado y se tomaran medidas para realizar una buena atención al cliente.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Programar un sistema de gestión de calidad, invertir en tecnología ya que los clientes hoy en día son más expertos en su uso, así nos resulte útil con las informaciones de los servicios que brindan, crear un modelo de negocio digital donde ofrece sus promociones, precios, las reservas online y un marketing digital

Capacitar para obtener colaboradores capacitados con experiencias en el rubro, líderes para crear la misión y visión de la empresa para que realce a la empresa para así motivar a los trabajadores para satisfacer las necesidades de todos los clientes.

Ofrecer a los clientes algo novedosos, deslumbrante ya que buscan un lugar de confort, con entradas y salidas con servicios de movilidad privada, los servicios de luz o agua, el servicio de limpieza adecuada adecuadas para la satisfacción de los clientes para crear su fidelidad y su pronto retorno.

Evaluar la infraestructura de los establecimientos generando atracción, los servicios innovadores, la calidad de diseño para la satisfacción de los clientes donde los clientes tiene que sentirse como si estuvieran en casa.

Evaluar la gestión empresarial, capacitaciones constantes y de buen servicio de los empleados del establecimiento hotelero influye de forma crucial en el cliente, y a su vez en el cuidado y mantenimiento de las infraestructuras e instalaciones.



# **PLAN DE MEJORA PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELES, MIRAFLORES ALTO, DISTRITO DE CHIMBOTE.**

## **1. Datos generales**

**-Nombre o razón social:** Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Chimbote.

**-Giro de la empresa:** Servicios

**-Dirección:** Miraflores alto – Chimbote.

**-Nombre del representante:** Propietarios de los hoteles.

### **-Historia:**

Los hoteles en Miraflores alto, Chimbote está acondicionado para brindar servicios de alojamiento dando confort, tranquilidad, placer para sus visitantes. Esos hoteles son bien concurridos, conocidos tanto por establecimientos teniendo espacios cómodos y sobre todo discreción.

## **2. Misión**

Ser uno de los mejores hoteles brindando un excelente servicio de calidad. cumpliendo con los estándares de atención para la satisfacción de los clientes, social y económico.

## **3. Visión**

Posicionarnos en este rubro, ser reconocidos por sus servicios de calidad y atención al cliente por excelencia mejorando el desarrollo del hotel.

#### 4. Objetivos

Brindar la atención necesaria a los usuarios y generar una respuesta oportuna a los reclamos, peticiones, sugerencias a la petición de servicios.

Satisfacción total de las diferentes necesidades de los huéspedes.

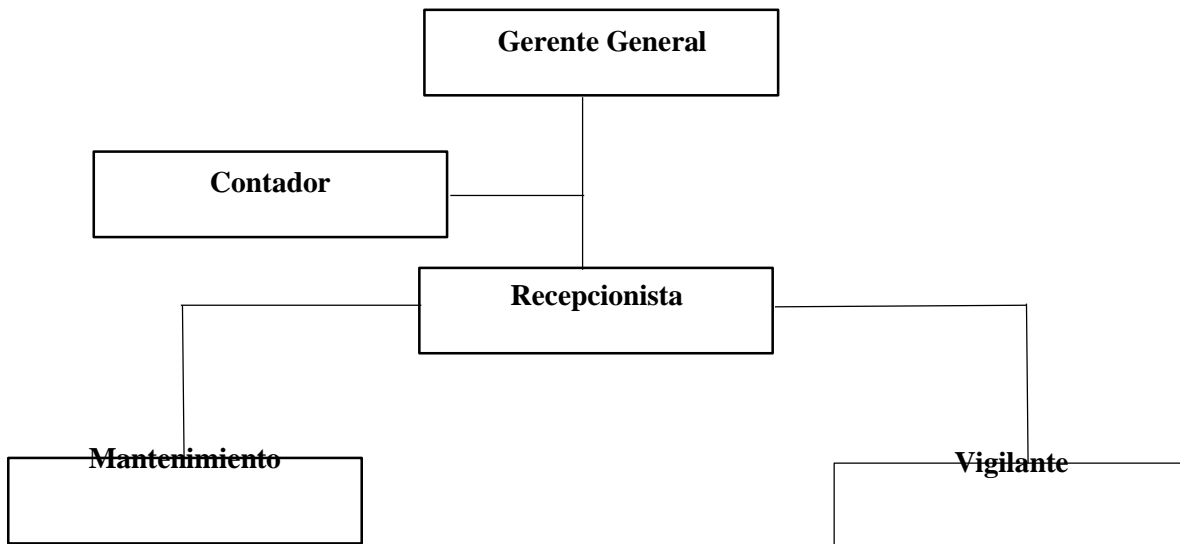
Servicios personalizados, calidad y precio justo.

Mejorar continuamente la calidad de bebidas y comidas del hotel. seguimiento continuo de la seguridad.

#### 5. Productos y / o servicios

Servicios básicos donde incluyen alojamiento, estacionamiento, comidas y bebidas las 24 horas del día.

#### 6. Organigrama



*Nota: elaboración propia*

##### 6.1. Descripción de Funciones

**Gerencia**

| <b>Cargo</b>     | <b>Gerente General</b>  |
|------------------|---|
| <b>Perfil</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado en administración.</li> <li>- Profesional capacitado.</li> <li>- La experiencia mínima 2 años.</li> <li>- Tiene liderazgo, capacidad comunicativa.</li> <li>- Habilidades en gestión pública y privada.</li> <li>- Es honesto, responsable, proactivo, trabaja bajo presión.</li> <li>- Crea un buen clima laboral con sus empleados.</li> </ul>  |
| <b>Funciones</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabaja en equipo, tiene capacidad para comunicarse sin ningún problema.</li> <li>- Realiza capacitaciones constantemente para ver la deficiencia de su personal.</li> <li>- Genera metas, objetivo y logros a corto plazo como un plan de mejora.</li> <li>- Evolución constante de su personal.</li> <li>- Entrevista a su personal que quiere ingresar a la empresa.</li> <li>- Organiza y planifica actividades.</li> <li>- Capaz para solucionar algún problema.</li> </ul> |
| <b>Cargo</b>     | <b>Contador</b>   |
| <b>Perfil</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Su experiencia mínima 2 años en el cargo.</li> <li>- -Estudios universitario.</li> <li>- -Se desempeña en los estados financieros.</li> <li>- Aprende con rapidez.</li> <li>- Micro office y Excel avanzando.</li> <li>- Trabaja en equipo.</li> <li>- Conoce los ingresos de la empresa.</li> </ul>   |
| <b>Funciones</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buenas estrategias en promoción para incentivar.</li> <li>- Toma buenas decisiones para evaluar la situación de la empresa.</li> </ul>   |

|                  |   |
|------------------|---|
|                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Efectúa un estudio de mercado.</li> <li>- Complementa con el gerente en las buenas tomas de decisiones.</li> <li>- Plantea planes estratégicos con ayuda del gerente.</li> <li>- Tiene un control preciso de los ingresos y egresos de la empresa.</li> <li>- Realiza con eficiencia los recursos financieros para hacer operaciones de compras, necesidades que requiera la empresa, pagos de personal y terceros.</li> </ul> |
| <b>Cargo</b>     | <b>Recepcionista</b>  |
| <b>Perfil</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia minian 1 año.</li> <li>- Ayuda en actividades que se requiera.</li> <li>- Ordena y clasifica los materiales, productos de la empresa.</li> <li>- Activo y capaz de solucionar problemas en corto plazo.</li> <li>- Capacidad de trabajar en equipo.</li> <li>- Disponibilidad en turnos rotativos.</li> </ul>  |
| <b>Funciones</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brinda la información correcta de los servicios que se brinda en el hotel.</li> <li>- Da una buena gestión de calidad en su servicio.</li> <li>- Realiza un inventario diario de los ingresos y salidas de productos diarios.</li> <li>- Realiza limpieza en la zona recepción.</li> <li>- Responde las llamadas y dudas de los clientes.</li> <li>- Realiza aperturas y cierres de cajas.</li> </ul>                          |
| <b>Cargo</b>     | <b>Mantenimiento</b>  |
| <b>Perfil</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Su experiencia en 2 años.</li> <li>- Trabaja en equipo.</li> </ul>   |

|                  |  |
|------------------|--|
|                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ganas de aprender cada día.</li> <li>- Tiene comprensión y dedicación con la calidad de servicio.</li> <li>- Adaptación al puesto que labora.</li> </ul>  |
| <b>Funciones</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordena y limpia las habitaciones.</li> <li>- Desinfecta los cuartos.</li> <li>- Verifica artículos que no son parte de la decoración u olvido de los clientes.</li> <li>- Ayuda en actividades que se requiera.</li> </ul>            |
| <b>Cargo</b>     | <b>Vigilante</b>   |
| <b>Perfil</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios académicos culminados.</li> <li>- Tiene experiencia laboral.</li> <li>- Responsable, puntual y honesto.</li> <li>- No tener antecedentes</li> <li>- Su disponibilidad y ganas de trabajar.</li> <li>- Tolerante .</li> </ul> |
| <b>Funciones</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brinda seguridad a la empresa.</li> <li>- Cuida y protege la tranquilidad de los usuarios.</li> <li>- Realiza medidas de seguridad que se requiere.</li> </ul>  |

## 7. Diagnostico general

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center;"><b>ANALISIS<br/>FODA</b></p>  | <p><b>Oportunidades</b></p> <p><b>01.</b> Productos y servicios innovadores.</p> <p><b>02.</b> Tener un enfoque específico para un sector.</p> <p><b>03.</b> Generar una expansión de sus marcas hoteleras en nuevas ciudades.</p> <p><b>04.</b> La incrementación de turistas nacionales.</p> <p><b>05.</b> Desarrollo turístico para el sector.</p>  | <p><b>Amenazas</b></p> <p><b>A1.</b> Cambios políticos, económicos y sociales.</p> <p><b>A2.</b> Apertura de tecnología de primera.</p> <p><b>A3.</b> Ingresos de empresas internacionales.</p> <p><b>A4.</b> La inseguridad ciudadana.</p> <p><b>A5.</b> Aumento de competencia.</p>  |
| <p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <p><b>F1.</b> La marca líder en el mercado.</p> <p><b>F2.</b> Se crea un buen prestigio.</p> <p><b>F3.</b> Posicionamiento local.</p> <p><b>F4.</b> Servicios de calidad y precios accesibles.</p> <p><b>F5.</b> Personal capacitado y con experiencia.</p> | <p style="text-align: center;"><b>Estrategias F – ()</b></p> <p>- La gestión de calidad en atención al cliente ayudará a ser líderes en el rubro hotelero y logrará el posicionamiento(F1,01,02).</p> <p>- Brindar ofertas, precios cómodos, y servicio capacitado para crear una fidelidad de los clientes (F2, F3,02,04).</p> <p>- Teniendo un personal eficaz, capacitado realizara una buena atención y discreción. (F5)</p> | <p style="text-align: center;"><b>Estrategias F- A</b></p> <p>- Liderazgo en su rubro, siendo los hoteles con el mejor prestigio, confort, placer y seguridad. (F1, A1, A2, A3).</p> <p>- Crear precios accesibles, promociones para el interés de los usuarios. (F5. A5)</p> <p>- Mejor estrategias para el posicionamiento y así será reconocido. (F3, F4, A1, A3, A4).</p> <p>-Tener innovación por la competencia (F2, A5,).</p> |

| <b>Debilidades</b>   | <b>Estrategias D-O</b>  | <b>Estrategias D-A</b>  |
|--|---|---|
| <p><b>D1.</b> Conflictos internos del personal.</p> <p><b>D2.</b> El confort e infraestructura limitada.</p> <p><b>D3.</b> Escaso personal y servicio.</p> <p><b>D4.</b> Poca publicidad, falta de innovación.</p> <p><b>D5.</b> Poco plan estratégico, promociones y planificación.</p> | <p>- Generar una armonía entre los colaboradores, crear un buen ambiente laboral, así mejorará la atención, creando estrategias, capacitaciones para mejorar el rendimiento de sus trabajadores (D1, D2, D3).</p> <p>-Buscar personal capacitado para hacer un buen marketing, creando publicidad para establecer cercanía entre los usuarios (D4. D5).</p> | <p><b>A</b></p> <p>- Diseñar, actualizarse en el área de los establecimientos, así llamara la atención de sus clientes, habitaciones cómodas, con diseños actualizados haciendo la diferencia de los demás. (D1, A2, A3).</p> <p>-Actualizarse, utilizando las redes sociales para tener una buena publicidad, promociones que generen la atracción (D4, D5).</p> <p>-Estar preparados para cualquier cambio político que pueda perjudicar el ámbito laborar(A1,A2,A3).</p> |

*Nota: Elaboración propi*

## 8. Indicadores de una buena gestión

| <b>Indicadores</b>                                   | <b>Evaluación de indicadores dentro de las Mypes</b>   |
|--|--|
| Objetivo de la creación                              | Las ganancias son prioridad en las empresas olvidando la calidad y la atención a los clientes.   |
| Técnicas de mediciones del rendimiento del personal. | El administrador tiene poco conocimiento en técnicas para medir el rendimiento de sus empleados. |
| Poca iniciativa de implementación                    | Temor a los cambios y poco liderazgo por el administrador.                                       |
| Técnicas   | La falta de información sobre diferentes técnicas para lograr el desarrollo de la empresa.       |
| Mala organización                                    | No hay una buena jerarquía dentro de la organización .   |

*Nota; Elaboración propia*



## 9. Problemas

| Indicadores   | Problemas   | Causas del problema  |
|---|---|--|
| Objetivo de la creación                             | El 91.07 % el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias.                                     | No solo son ganancias , si no crear una marca que identifique a una empresa tanto por su infraestructura, su atención , los servicios que brinda eso destaca y creara una visión de emprendimiento no sólo ganancias.  |
| Técnicas de medición del rendimiento del personal . | El 41.06 % aplica la evaluación como técnica para medir el rendimiento del personal.                          | Pocos conocimientos en técnicas para poder medir el rendimiento de sus empleados, poco seguimiento de su personal para ver el desempeño que realizan confiándose por la experiencia, se olvidan de tener una contante evaluación.  |
| Poca iniciativa de implementación                   | El 33.04 % poca iniciativa , dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad. | No tienen una capacidad de afrontar cambios , no hay liderazgo de la persona encargada, no hay una retroalimentación y una medición de objetivos a corto plazo , falta de planeación estratégica, no hay una comunicación internas de colaboradores.   |
| Técnicas  | El 25 % aplica otras técnicas de gestión de calidad.  | No conocen algunas técnicas de apoyo que ayudan para desarrollar una gestión de calidad, donde servirá para detectar problemas con el personal o controlar datos, productos que se puedan mejorar con el resultado. Pueden tener otras técnicas como el diagrama de Pareto, diagrama de causa y efecto, histograma, matriz de análisis, etc. |
| Mala atención                                       | El 58.03 % una mala organización puede dar una mala atención al cliente.                                      | No tiene la empresa una buena jerarquía, organización , el personal no ocupa su puesto debidamente , se realiza malos organigramas ,no se tiene ideas innovadoras, no se mejora el proceso productivo y comercial .  |

*Nota: Elaboración propia*

## 10. Establecer soluciones

### 10.1. Establecer acciones de mejora

| Indicadores  | Problema  | Acciones de mejora  |
|--|---|---|
| Objetivos de la creación                           | El 91.07 % el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias.             | <p>Se tiene que crear una ideología que no solo son ganancias, si no crear una marca que identifique a una empresa, crear una meta, un crecimiento gradual podemos mencionar algunos objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tener una idea de excelencia de servicio.</li> <li>▪ Ver la gestión de cambios para mejora de la empresa.</li> <li>▪ Tener un flujo de caja saludable.</li> <li>▪ Avanzar la productividad.</li> <li>▪ Innovar por la competencia.</li> <li>▪ Tener claro la misión y visión.</li> <li>▪ Valores empresariales.</li> </ul>   |
| Técnicas de medición del rendimiento del personal. | El 41.06 % aplica la observación como técnica para medir el rendimiento del personal. | <p>Crear técnicas para poder medir el rendimiento de sus empleados, se revelará como se desempeñen los trabajadores individualmente, así permitirá conocer diferentes aspectos que se pueda mejorar, gestionar de manera eficaz y tomas de decisiones. Ver como es el flujo de trabajo de fallas en equipo, falta de capacitaciones, deficiencias, falta de comunicación, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El método de la observación: este método lo hace el encargado de la empresa donde puede ver las características de desempeño-.</li> <li>▪ El método de evaluación del cliente; los clientes serán quienes evalúen al personal.</li> <li>▪ El método la evaluación entre colaboradores; evaluación entre compañeros.</li> <li>▪ El método de la gestión por objetivos, si contribuye a las metas y objetivos de la empresa.</li> <li>▪ El método de medición cuantitativa, se mida la cantidad de tiempo los empleados dedican a sus actividades.</li> <li>▪ El método de retroalimentación de 360 °, tener los comentarios de los demás compañeros medir la productividad de cada uno.</li> <li>▪ El método de clima laboral, se tiene que tener una armonía entre todos los colaboradores se realizara un trabajo eficiente y de calidad.</li> </ul> |

|                                       |  |   |
|---------------------------------------|--|---|
| <p>Dificultades de implementación</p> | <p>El 33.04 % muestran poca iniciativa.</p>                    | <p>Se realizará una capacitación de afrontar cambios, se debe incentivar al personal con programas nuevos, juegos dinámicos de roles motivadores, la innovación hoy en día se ha convertido en una supervivencia empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se seleccionará empleados con un potencial innovador; para implementar personal innovador el departamento de recurso humanos se encargará ya que tienen que ser capaz de tener iniciativa de cambios.</li> <li>▪ Se entenderá las iniciativas antes del cambio.</li> <li>▪ Se diseñará un proceso de cambios; se capacitará al personal a los cambios para que de adapten.</li> <li>▪ Todo el personal tiene que estar preparado para el cambio con el fin de tener éxito y prosperar.</li> <li>▪ . Con incentivos o cambios de conducta entre colaboradores mejorara el desempeño.</li> <li>▪ Se desarrollará un buen ambiente positivo, creando valores dentro de la empresa.</li> <li>▪ La comunicación eficaz con todo el equipo; que todos estén enterados de los trabajos realizados así se motivara y encaminaran para lograr buenos resultados.</li> <li>▪ Dar una delegación de tareas en forma eficaz; se creará tareas de acuerdo con un plan de implementación, definiendo roles y responsabilidades.</li> </ul> |
| <p>Técnicas</p>                       | <p>El 25.00 % aplica otras técnicas de gestión de calidad.</p> | <p>Se conocerá algunas técnicas de apoyo que ayudan para desarrollar una gestión de calidad en la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se realizará la técnica AMFE; donde se medirá la satisfacción de los clientes se verá posibles problemas a futuro.</li> <li>▪ La técnica Brainstorming o llamada la tormenta de ideas; cada idea o sugerencia será tomada con la oportunidad de expresar hacia otros.</li> <li>▪ La técnica de circulo de calidad; se detectará errores que genera la empresa, se buscará soluciones para mejorar la productividad y la calidad.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de flujo; se presentará gráficos ilustrativos de los procesos de la organización viendo la visión global.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de causa y efecto; se verá los resultados y los factores que ayudan a identificar posibles problemas de calidad de la empresa.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de Pareto; se vera de manera rápida los problemas que se generan los efectos y caudas.</li> <li>▪ La técnica de histogramas; se ara gráficos de frecuencias para medir la mejora de los procesos.</li> </ul>  |

|                   |  |  |
|-------------------|--|--|
|                   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La técnica QFD; se tomará toda información de un cliente y se convertirá en riquitos de calidad, donde se marcará expectativas con la exigencia del producto o servicio.</li> </ul>   |
| Mala organización | El 58.03 % una mala organización por la mala atención al cliente | <p>Crear a la empresa una buena jerarquía, organización, identificar el problema la causa y efecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se encontrará el problema y se mejorará creando una jerarquía un orden de organización de los empleados cada quien cumpliendo sus obligaciones de manera eficaz teniendo dé prioridad a los clientes.</li> <li>▪ Discernir los roles dentro de la empresa, teniendo unas buenas tomas de decisiones y quien lo pueda hacer, graficados donde todos lo puedan ver asi vera toda la información.</li> <li>▪ Se realizará la técnica de diagrama de pescado de la causa y efectos que puedan estar pasando por la mala organización tanto como el personal, los servicios, etc.</li> <li>▪ Planificar soluciones un plan estratégico que se debe de hacer, quien lo tiene que hacer y cuando se empezaría con fechas establecidas para tener buenos resultados a corto plazo.</li> <li>▪ Se tomará un enfoque, se definirá objetivos y se planificará para poder lograrlos, entonces se fijará que es lo que se necesita lograr como empresa.</li> <li>▪ Se realizará un sistema de evaluación para valorar al personal, una retroalimentación de lo que está haciendo bien o mala para evitar daños de atención a los clientes.</li> <li>▪ Formar una visión y misión, metas y objetivos de la empresa donde se verá la buena organización empresarial.</li> <li>▪ Gestionar correctamente las finanzas contratando al personal adecuado para desarrollar el crecimiento de la organización.</li> </ul> |

*Nota: Elaboración propia*

## 11. Recursos implantación de las estrategias

| N° | Estrategias   | Recursos Humanos       | Recursos Económicos | Recursos Tecnológicos                 | Tiempo  |
|----|---|------------------------|---------------------|---------------------------------------|---------|
| 1  | <p>Se tiene que crear una ideología que no solo son ganancias, si no crear una marca que identifique a una empresa, crear una meta, un crecimiento gradual podemos mencionar algunos objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tener una idea de excelencia de servicio.</li> <li>▪ Ver la gestión de cambios para mejora de la empresa.</li> <li>▪ Tener un flujo de caja saludable.</li> <li>▪ Avanzar la productividad.</li> <li>▪ Innovar por la competencia.</li> <li>▪ Tener claro la misión y visión.</li> <li>▪ Valores empresariales.</li> </ul>   | Propietario y personal | s/. 1,300.00        | Internet<br>Computadoras<br>Proyectos | 4 meses |
| 2  | <p>Crear técnicas para poder medir el rendimiento de sus empleados, se revelará como se desempeñen los trabajadores individualmente, así permitirá conocer diferentes aspectos que se pueda mejorar, gestionar de manera eficaz y tomas de decisiones. Ver como es el flujo de trabajo de fallas en equipo, falta de capacitaciones, deficiencias, falta de comunicación, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El método de la observación: este método lo hace el encargado de la empresa donde puede ver las características de desempeño-.</li> <li>▪ El método de evaluación del cliente; los clientes serán quienes evalúen al personal.</li> <li>▪ El método la evaluación entre colaboradores;</li> </ul> | Propietario y personal | s/. 2,300.00        | Celulares<br>Internet<br>Computadoras | 4 meses |

|   |  |             |              |                                       |         |
|---|--|-------------|--------------|---------------------------------------|---------|
|   | <p>evaluación entre compañeros.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El método de la gestión por objetivos, si contribuye a las metas y objetivos de la empresa.</li> <li>▪ El método de medición cuantitativa, se mida la cantidad de tiempo los empleados dedican a sus actividades.</li> <li>▪ El método de retroalimentación de 360 °, tener los comentarios de los demás compañeros medir la productividad de cada uno.</li> <li>▪ El método de clima laboral, se tiene que tener una armonía entre todos los colaboradores se realizara un trabajo eficiente y de calidad.</li> </ul>  |             |              |                                       |         |
| 3 | <p>Se realizará una capacitación de afrontar cambios, se debe incentivar al personal con programas nuevos, juegos dinámicos de roles motivadores, la innovación hoy en día se ha convertido en una supervivencia empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se seleccionará empleados con un potencial innovador; para implementar personal innovador el departamento de recurso humanos se encargará ya que tienen que ser capaz de tener iniciativa de cambios.</li> <li>▪ Se entenderá las iniciativas antes del cambio.</li> <li>▪ Se diseñará un proceso de cambios; se capacitará al personal a los cambios para que de adapten.</li> <li>▪ Todo el personal tiene que estar preparado para el</li> </ul> | Propietario | s/. 2,100.00 | Celulares<br>Computadoras<br>Internet | 4 meses |

|   |   |              |             |                                       |         |
|---|---|--------------|-------------|---------------------------------------|---------|
|   | <p>cambio con el fin de tener éxito y prosperar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ . Con incentivos o cambios de conducta entre colaboradores mejorara el desempeño.</li> <li>▪ Se desarrollará un buen ambiente positivo, creando valores dentro de la empresa.</li> <li>▪ La comunicación eficaz con todo el equipo; que todos estén enterados de los trabajos realizados así se motivara y encaminaran para lograr buenos resultados.</li> <li>▪ Dar una delegación de tareas en forma eficaz; se creará tareas de acuerdo con un plan de implementación, definiendo roles y responsabilidades.</li> </ul>  |              |             |                                       |         |
| 4 | <p>Se conocerá algunas técnicas de apoyo que ayudan para desarrollar una gestión de calidad en la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se realizará la técnica AMFE; donde se medirá la satisfacción de los clientes se verá posibles problemas a futuro.</li> <li>▪ La técnica Brainstorming o llamada la tormenta de ideas; cada idea o sugerencia será tomada con la oportunidad de expresar hacia otros.</li> <li>▪ La técnica de circulo de calidad; se detectará errores que genera la empresa, se buscará soluciones para mejorar la productividad y la calidad.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de flujo; se presentará gráficos ilustrativos de los procesos</li> </ul> | Propietarios | s/.2,800.00 | Celulares<br>Computadoras<br>Internet | 4 meses |

|   |  |              |              |                                     |         |
|---|--|--------------|--------------|-------------------------------------|---------|
|   | <p>de la organización viendo la visión global.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La técnica de diagrama de causa y efecto; se verá los resultados y los factores que ayudan a identificar posibles problemas de calidad de la empresa.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de Pareto; se vera de manera rápida los problemas que se generan los efectos y caudas.</li> <li>▪ La técnica de histogramas; se ara gráficos de frecuencias para medir la mejora de los procesos.</li> <li>▪ La técnica QFD; se tomará toda información de un cliente y se convertirá en riquitos de calidad, donde se marcará expectativas con la exigencia del producto o servicio.</li> </ul> |              |              |                                     |         |
| 5 | <p>Crear a la empresa una buena jerarquía, organización, identificar el problema la causa y efecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se encontrará el problema y se mejorará creando una jerarquía un orden de organización de los empleados cada quien cumpliendo sus obligaciones de manera eficaz teniendo de prioridad a los clientes.</li> <li>▪ Discernir los roles dentro de la empresa, teniendo unas buenas tomas de decisiones y quien lo pueda hacer, graficados donde todos lo puedan ver asi vera toda la información.</li> <li>▪ Se realizará la técnica de diagrama de pescado de la causa y efectos que puedan</li> </ul>                                | Propietarios | s/. 3,000.00 | Celular<br>Internet<br>Computadoras | 4 meses |



|  |  |  |                     |  |  |
|--|--|--|---------------------|--|--|
|  | <p>estar pasando por la mala organización tanto como el personal, los servicios, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planificar soluciones un plan estratégico que se debe de hacer, quien lo tiene que hacer y cuando se empezaría con fechas establecidas para tener buenos resultados a corto plazo.</li> <li>▪ Se tomará un enfoque, se definirá objetivos y se planificará para poder lograrlos, entonces se fijará que es lo que se necesita lograr como empresa.</li> <li>▪ Se realizará un sistema de evaluación para valorar al personal, una retroalimentación de lo que está haciendo bien o mala para evitar daños de atención a los clientes.</li> <li>▪ Formar una visión y misión, metas y objetivos de la empresa donde se verá la buena organización empresarial.</li> <li>▪ Gestionar correctamente las finanzas contratando al personal adecuado para desarrollar el crecimiento de la organización.</li> </ul> |  |                     |  |  |
|  | <b>Monto Total</b>   |  | <b>s/.11,500.00</b> |  |  |

| N° | Estrategias   | Inicio     | Termino    | Febrero |   |   |   | Marzo |   |   |   | Abril |   |   |   | Mayo |   |   |   |
|----|---|------------|------------|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|
|    |   |            |            | 1       | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |
| 1  | <p>Se tienen que crear una ideología que no solo son ganancias, si no crear una marca que identifique a una empresa, crear una meta, un crecimiento gradual podemos mencionar algunos objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Tener una idea de excelencia de servicio.</li> <li>· Ver la gestión de cambios para mejora de la empresa.</li> <li>· Tener un flujo de caja saludable.</li> <li>· Avanzar la productividad.</li> <li>· Innovar por la competencia.</li> <li>· Tener claro la misión y visión.</li> <li>· Valores empresariales.</li> </ul>  | 02/02/2023 | 02/02/2023 |         |   |   | X |       |   |   | X |       |   |   | X |      |   |   | X |
| 2  | <p>Técnicas para poder medir el rendimiento de sus empleados, se revelará como se desempeñen los trabajadores individualmente, así permitirá conocer diferentes aspectos que se pueda mejorar, gestionar de manera eficaz y tomas de decisiones. Ver como es el flujo de trabajo de fallas en equipo, falta de capacitaciones, deficiencias, falta de comunicación etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El método de la observación: este método lo hace el encargado de la empresa donde puede ver las características de desempeño.</li> <li>▪ El método de evaluación del cliente; los clientes serán quienes evalúen al personal.</li> <li>▪ El método la evaluación entre colaboradores; evaluación entre compañeros.</li> <li>▪ El método de la gestión por objetivos, si contribuye a las metas y objetivos de la empresa.</li> <li>▪ El método de medición cuantitativa, se mida la cantidad de tiempo los empleados dedican a sus actividades.</li> </ul> | 02/02/2023 | 02/04/2023 | X       | X | X | X | X     | X | X | X | X     | X | X | X | X    | X | X | X |

|   |   |            |            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El método de retroalimentación de 360 °, tener los comentarios de los demás compañeros medir la productividad de cada uno.</li> <li>▪ El método de clima laboral, se tiene que tener una armonía entre todos los colaboradores se realizara un trabajo eficiente y de calidad.</li> </ul>  |            |            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3 | <p>Se realizará una capacitación de afrontar cambios, se debe incentivar al personal con programas nuevos juegos dinámicos de roles motivadores, la innovación hoy en día se ha convertido en una supervivencia empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se seleccionará empleados con un potencial innovador; para implementar personal innovador el departamento de recurso humanos se encargará ya que tienen que ser capaz de tener iniciativa de cambios.</li> <li>▪ Se entenderá las iniciativas antes del cambio.</li> <li>▪ Se diseñará un proceso de cambios; se capacitará al personal a los cambios para que de adapten.</li> <li>▪ Todo el personal tiene que estar preparado para el cambio con el fin de tener éxito y prosperar.</li> <li>▪ . Con incentivos o cambios de conducta entre colaboradores mejorara el desempeño.</li> <li>▪ Se desarrollará un buen ambiente positivo, creando valores dentro de la empresa.</li> <li>▪ La comunicación eficaz con todo el equipo; que todos estén enterados de los trabajos realizados así se motivara y encaminaran para lograr buenos resultados.</li> </ul> <p>Dar una delegación de tareas en forma eficaz; se creará tareas de acuerdo con un plan de implementación, definiendo roles y</p> | 02/02/2023 | 02/04/2023 | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |

|   |  |            |            |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--|------------|------------|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   | responsabilidades  |            |            |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 4 | <p>Conocerá algunas técnicas de apoyo que ayudan para desarrollar una gestión de calidad en la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se realizará la técnica AMFE; donde se medirá la satisfacción de los clientes se verá posibles problemas a futuro.</li> <li>▪ La técnica Brainstorming o llamada la tormenta de ideas; cada idea o sugerencia será tomada con la oportunidad de expresar hacia otros.</li> <li>▪ La técnica de circulo de calidad; se detectará errores que genera la empresa, se buscará soluciones para mejorar la productividad y la calidad.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de flujo; se presentará gráficos ilustrativos de los procesos de la organización viendo la visión global.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de causa y efecto; se verá los resultados y los factores que ayudan a identificar posibles problemas de calidad de la empresa.</li> <li>▪ La técnica de diagrama de Pareto; se vera de manera rápida los problemas que se generan los efectos y caudas.</li> <li>▪ La técnica de histogramas; se ara gráficos de frecuencias para medir la mejora de los procesos.</li> <li>▪ La técnica QFD; se tomará toda información de un cliente y se convertirá en riquitos de calidad donde se marcará expectativas con la exigencia del producto o servicio.</li> </ul> | 02/02/2023 | 02/02/2023 | x | x | x |  | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | X |

|   |   |            |            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | <p>Las empresas tienen una buena jerarquía, organización, identificar el problema la causa y efecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se encontrará el problema y se mejorará creando una jerarquía un orden de organización de los empleados cada quien cumpliendo sus obligaciones de manera eficaz teniendo de prioridad a los clientes.</li> <li>▪ Discernir los roles dentro de la empresa teniendo unas buenas tomas de decisiones y quien lo pueda hacer, graficados donde todos lo puedan ver así toda la información.</li> <li>▪ Se realizará la técnica de diagrama de pescado de la causa y efectos que puedan estar pasando por la mala organización tanto como el personal, los servicios, etc.</li> <li>▪ Planificar soluciones un plan estratégico que se debe de hacer, quien lo tiene que hacer y cuando se empezaría con fechas establecidas para tener buenos resultados a corto plazo.</li> <li>▪ Se tomará un enfoque, se definirá objetivos y se planificará para poder lograrlos, entonces se fijará que es lo que se necesita lograr como empresa.</li> <li>▪ Se realizará un sistema de evaluación para valorar al personal, una retroalimentación de lo que está haciendo bien o mala para evitar daños de atención a los clientes.</li> <li>▪ Formar una visión y misión, metas y objetivos de la empresa donde se verá la buena organización empresarial.</li> <li>▪ Gestionar correctamente las finanzas contratando al personal adecuado para desarrollar el crecimiento de la organización.</li> </ul> | 02/02/2023 | 02/02/2023 | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | X | x | x |
|---|---|------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguilar, J. (2019). *El servicio al cliente*. Recuperado de, [http://www.direcciondepersonal.com/servicio\\_al\\_cliente.pdf](http://www.direcciondepersonal.com/servicio_al_cliente.pdf)
- Saturno, (2001). *Tendencias actuales en los sistemas de gestión de calidad*. Recuperado de, <https://www.um.es/calidadsalud/archivos/cap%C3%83%C2%ADtulo%20tendencias-M%C3%83%C2%A9xico.pdf>
- Cuatrecasas, A. (2000). *Gestión de calidad total Sunny Isles Beach, Us: Ediciones Díaz de Santos*. Recuperado de, <https://ebookcentral.proquest.com/auth/lib/bibliocauladechsp/login.action?returnURL=https%3A%2F%2Febookcentral.proquest.com%2Flib%2Fbibliocauladechsp%2Freader.action%3FdocID%3D3217294>
- Burgos, D. J. (2017). *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008*. Universidad Libre de Colombia. [https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO\\_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, G. (2017). *La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica*. Recuperado de. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5\\_uibd.nsf/09E7377781F0EB74](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/09E7377781F0EB74)

0525828F0072A3D0/\$FILE/LaFinanciaci%C3%B3nDeLasMicroPeqMedEmpresas.pdf

Ongallo, C. (2012). *La atención al cliente y el servicio postventa. Madrid, Es: Ediciones Díaz de santo*. Recuperado de, <https://ebookcentral.proquest.com/auth/lib/bibliocauladechsp/login.action?returnURL=https%3A%2F%2Febookcentral.proquest.com%2Flib%2Fbibliocauladechsp%2Freader.action%3FdocID%3D3217294>

López, M. (2019). Caracterización de la Gestión Calidad y Liderazgo en las Mypes rubro-Restaurantes Turísticos en el Distrito de Suyo 2017 (tesis de pregrado) [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16970/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_LIDERAZGO\\_LOPEZ\\_JIMENEZ\\_MARIANELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16970/GESTION_DE_CALIDAD_LIDERAZGO_LOPEZ_JIMENEZ_MARIANELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Majluf, N. (2019). Liderazgo efectivo. Ediciones el Mercurio. <https://books.google.com.pe/books?id=djvADwAAQBAJ&pg=PT121&dq=confianza+en+la+empresa+2019&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjG1rD-tuP4AhVFB7kGHYWICWI4ChDoAXoECAsQA#v=onepage&q=confianza+en+la+empresa+2019&f=false>

Chamarro, S. (2020). *10 Claves para entender un ERTE*. Recuperado de, <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>

- ComexPerú. (2020). Las mype peruanas en 2019 y su realidad ante la crisis. Sociedad de Comercio Exterior Del Perú, 1–4. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-en-2019-y-su-realidad-ante-la-crisis>
- Lefcovich, M. (S.f). *Las pequeñas empresas y las causas de sus fracasos*. Recuperado de, <http://www.monografias.com/trabajos16/fracasos-pequenas-empresas/fracasos-pequenas-empresas.shtml>
- Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de las micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de, <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley N° 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de, <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- Guerra, (2015). “*Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las micro empresas lácteas de la ciudad de San Juan de Pasto departamento de Nariño*”. (tesis de pregrado). Facultad De ciencias económicas y administrativas programas de administración de empresas San Juna de Pasto 2015
- Sánchez (2017). “*Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*”. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas y empresariales. Universidad Rafael Landívar. Guatemala
- Román C. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque el modelo hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz 2016*. (Tesis pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú



- Hidalgo, E. (2016). *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Águila, C. (2017). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- González, P. (2017). Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: UF0049. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/44245?page=2>
- Saavedra, J. (2019). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Villegas, M. (2018). *La gestión de calidad e la atención al cliente de las mype en el sector servicio, rubro hoteles distrito de Chimbote, provincia de santa 2017*. (Tesis pre grado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú.
- López, H. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Thompson, I. (2012). *Tipos de clientes*. Recuperado de, <https://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>

Salazar, J. (2015). *Mypes generan un mayor empleo en América Latina*. Recuperado de, <http://larepublica.pe/economia/880684-mypes-generan-un-mayor-empleo-en-america-latina>

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

Oficina Nacional del Trabajo, (2015). *La importancia de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de, <https://www.conclusion.com.ar/politica/economia/la-importancia-de-las-micro-y-pequenas-empresas/09/2015/>

Quijano, G. (2013). *7 Requerimientos Mínimos para un Excelente Servicio al Cliente*. Recuperado de, <http://www.marketingyfinanzas.net/2013/07/7-requerimiento-minimos-para-un-excelente-servicio-al-cliente/>

Ríos, A (2009). *Gestión de Calidad y mejora continua en la Administración Pública*. Recuperado de, [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA0525](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA0525)

López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. In Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Jabaloyes Vivas, J. Carot Sierra, J. M. & Carrión García, A. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/165233>

More, S. A. (2020). Gestión de calidad y liderazgo en la mype del rubro restaurante Arriba Alianza en el distrito de Sullana, año 2019. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/25493/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MORE\\_VELASCO\\_SARAI\\_ABIGAIL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/25493/GESTION_DE_CALIDAD_MORE_VELASCO_SARAI_ABIGAIL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Anexos

### Anexo 1: Cronograma de actividades

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES |   |            |   |   |   |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
|---------------------------|---|------------|---|---|---|-------------|---|-------------|---|------------|---|---|---|---|---|---|---|
| N°                        | Actividades                                 | AÑO        |   |   |   | AÑO         |   |             |   | AÑO        |   |   |   |   |   |   |   |
|                           |   | SEMESTRE I |   |   |   | SEMESTRE II |   | SEMESTRE II |   | SEMESTRE I |   |   |   |   |   |   |   |
|                           |   | MES        |   |   |   | MES         |   | MES         |   | MES        |   |   |   |   |   |   |   |
|                           |   | 1          | 2 | 3 | 4 | 1           | 2 | 3           | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1                         | Elaboración del proyecto                    | X          |   |   |   |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 2                         | Revisión del proyecto por JI y/o DTAI       |            | x |   |   |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 3                         | Aprobación del proyecto al JI y/o DTAI      |            |   | x |   |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 4                         | Exposición del proyecto al JI y/o DTAI      |            |   |   | x |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 5                         | Mejora del marco teórico                    |            |   |   |   | x           |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 6                         | Elaboración del consentimiento informado    |            |   |   |   |             | x |             |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 7                         | Ejecución de la metodología                 |            |   |   |   |             |   | x           |   |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 8                         | Resultados de la investigación              |            |   |   |   |             |   |             | x |            |   |   |   |   |   |   |   |
| 9                         | Conclusiones y recomendaciones              |            |   |   |   |             |   |             |   | x          | x | x | x |   |   |   |   |
| 10                        | Redacción del pre informe final             |            |   |   |   |             |   |             |   |            |   |   | x |   |   |   |   |
| 11                        | redacción del informe final                 |            |   |   |   |             |   |             |   |            |   |   |   | x |   |   |   |
| 12                        | Aprobación del informe final po JI y/o DTAI |            |   |   |   |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   | x |   |
| 13                        | Presentación de ponencia                    |            |   |   |   |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   | x |
| 14                        | Redacción de artículo científico            |            |   |   |   |             |   |             |   |            |   |   |   |   |   |   | x |

## Anexo 2: Presupuesto

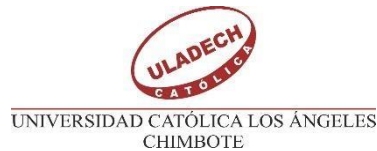
| <b>Presupuesto desembolsable<br/>(estudiante )</b>           |             |                 |                    |
|--|-------------|-----------------|--------------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Base</b> | <b>% Número</b> | <b>Total (S/.)</b> |
| <b>Suministros</b>   |             |                 |                    |
| - Impresiones  | 0.40        | 60              | 24.00              |
| - Fotocopias   | 0.20        | 60              | 12.00              |
| - Empastado  | 13.00       | 1               | 13.00              |
| - Papel bond A-4 (250 hojas )                                | 6.00        | 1               | 60.00              |
| - Lapiceros  | 1.00        | 2               | 2.00               |
| <b>Servicios</b>   |             |                 |                    |
| - Uso de Turnitin  | 100.00      | 1               | 100.00             |
| <b>Sub total</b>   |             |                 | 157.00             |
| <b>Gastos de viaje</b>                                       |             |                 |                    |
| - Pasaje para recolectar información                         | 4.00        | 4               | 16.00              |
| <b>Gastos de servicios en casa</b>                           |             |                 |                    |
| -Luz eléctrica   | 60.00       | 1               | 60.00              |
| -Internet  | 70.00       | 1               | 70.00              |
| <b>Sub total</b>   |             |                 | 146.00             |
| <b>Total de presupuesto desembolso</b>                       |             |                 | 303.00             |
| <b>Presupuesto no desembolsable<br/>(universidad)</b>        |             |                 |                    |
| <b>Categoría</b>   |             |                 |                    |
| <b>Servicio</b>  |             |                 |                    |
| - Se usó internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD) | 30.00       | 5               | 150.00             |
| - Búsqueda de información base de datos                      | 36.00       | 2               | 72.00              |

|   |       |   |               |
|---|-------|---|---------------|
| - Soporte informativo (Modulo investigación del ERP University- MOIC) | 50.00 | 4 | 200.00        |
| - Publicación de artículo en repositorio institucional                | 50.00 | 1 | 50.00         |
| <b>Sub Total</b>  |       |   | 472.00        |
| <b>Recursos humanos</b>   |       |   |               |
| - Asesor personalizados (5 horas por semana )                         | 64.00 | 4 | 256.00        |
| - Sub total   |       |   | 256.00        |
| <b>Total presupuesto no desembolsable</b>                             |       |   | <b>728.00</b> |
| <b>Total (S/.)</b>  |       |   | <b>1.031</b>  |

**Anexo3.** Cuadro de sondeo o ficha de la empresa

| N° | Razón Social    |
|----|-----------------|
| 01 | Hostal R vive   |
| 02 | Suite Hostal 23 |
| 03 | Habana Hotel    |
| 04 | Hotel Heros     |
| 05 | Hotel Sahara    |
| 06 | La Pascana      |
| 07 | Libra S         |
| 08 | D zoto          |
| 09 | El sol          |
| 10 | Dos flamencos   |
| 11 | Diamante        |
| 12 | PK2             |

## **Anexo 4: Consentimiento informado**



La gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles, Miraflores alto distrito Chimbote, año 2020.

### ***Estimado señor (a)***

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación La gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.

### ***Participación***

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

### ***Propósito del estudio***

El propósito del estudio es investigar acerca del grado de incidencia, de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote, año 2020.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si conoce y aplica o no la gestión de calidad en atención al cliente en la micro o pequeña empresa y que resultados o beneficios le están proporcionando.



### ***Riesgos, incomodidades y costos de su participación***

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

### ***Beneficios***

Se ha planteado en los Administradores y encargados, recomendaciones sobre la gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio - rubro hoteles, Miraflores alto, distrito de Chimbote, 2020. Provincia del Santa.

### ***Confidencialidad de la información***

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

### ***Problemas o preguntas***

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de la Universidad Sede Central-ULADECH-Católica-EPADM. Al celular 980 259211 si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela Profesional de Administración, Telf.: 350190, E-mail: [escuela\\_administracion@uladech.edu.pe](mailto:escuela_administracion@uladech.edu.pe)

### ***Consentimiento / Participación voluntaria***

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

***Declaración del participante***

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

Dr. Reineiro Zacarias Centurión Medina

Rodríguez Alfaro Lucero Amparo

Asesor de la investigación Responsable de la Investigación

Chimbote, Octubre del 2020

Hora: 10:00 horas

## **Anexo 5: Instrumento de recolección de datos**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### **FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

El presente cuestionario tiene por finalidad recolectar, recoger información de las micro y pequeñas empresas para el desarrollo del presente trabajo de investigación titulado: La gestión de calidad en atención al cliente y propuestas mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto Distrito Chimbote año 2020.

Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

## **REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

### **1. Edad**

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

### **2. Genero**

- a) Masculino
- b) Femenino

### **3. Grado de instrucción**

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

### **4. ¿Cuál es el cargo que desempeña dentro de las micro y pequeña empresa?**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5. ¿Hace cuántos años desempeña en el cargo?**

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

### **CARACTERISTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

**6. ¿Cuántos años tiene la empresa en este rubro dando el servicio?**

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

**7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?**

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

**8. ¿Cuál es el objetivo de creación de la empresa?**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

### **VARIABLE 1: GESTION DE CALIDAD**

**9. ¿Conoce el término “Gestión de calidad”?**

- a) SI
- b) No
- c) Tengo ciertos conocimientos

**10. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?**

- a) Las 5 S
- b) Benchmarking
- c) Otros
- d)
- e) Ninguna

**11. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?**

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

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

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

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

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

**VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE**

**14. ¿Conoce el termino atención al cliente?**

- a) Si
- b) No

**15. ¿Aplica la atención al cliente para así brindar una buena atención para sus clientes?**

- a) Si
- b) No

**16. ¿Cree usted que la atención al cliente es parte fundamental para que sus clientes regresen?**

- a) Si
- b) No

**17. ¿La atención que brinda a sus clientes es:**

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

**18. ¿Porque cree que se puede dar una mala atención al cliente?**

- a) No tiene suficiente personal
- b) Por una mala organización de los trabajadores
- c) La calidad del servicio es mala

**19. ¿Cree usted que una buena atención al cliente permitirá el posicionamiento de su empresa en el mercado?**

- a) Si
- b) No

**20. ¿Tomara medidas para realizar una buena atención al cliente?**

- a) Si
- b) No



## Anexo 6: Validación del instrumento de recolección de datos

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Cerna Izaguirre Julio César

**1.2. Grado Académico:** Maestro en Administración

**1.3. Profesión:** Lic. En Administración

**1.4. Institución donde labora:** Universidad Nacional de Trujillo

**1.5. Cargo que desempeña:** Docente Universitario

**1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.7. Autor del instrumento:** Rodríguez Alfaro, Lucero Amparo

**1.8. Carrera:** Administración

#### II. VALIDACIÓN:

La Gestión de calidad en la atención al cliente y plan mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote año 2020

**Ítems correspondientes al Instrumento 1. Representantes de las micro y pequeñas empresas.**

| N° de Ítem   | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. ¿Cuál es su edad?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. ¿Genero?  | X   |    | X   |    | X   |    |               |

|   |          |  |          |  |          |  |  |
|---|----------|--|----------|--|----------|--|--|
| 3. ¿Cuál es su grado de instrucción?    | <b>X</b> |  | <b>X</b> |  | <b>X</b> |  |  |
| 4. ¿Cargo que desempeña?                | <b>X</b> |  | <b>X</b> |  | <b>X</b> |  |  |
| 5. ¿Cuántos años desempeña en el cargo? | <b>X</b> |  | <b>X</b> |  | <b>X</b> |  |  |

**Ítems correspondientes al Instrumento 2. Aspectos complementarios Micro y pequeñas empresas**

| N° de Ítem   | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Características de las micro y pequeñas empresas</b>       |   |    |   |    |   |    |               |
| 6. ¿Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?                       | <b>X</b>  |    | <b>X</b>  |    | <b>X</b>  |    |               |
| 7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa es este rubro dando el servicio? | <b>X</b>  |    | <b>X</b>  |    | <b>X</b>  |    |               |
| 8. ¿Cuál es el objetivo de la creación de la empresa?                      | <b>X</b>  |    | <b>X</b>  |    | <b>X</b>  |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 3. Variable 1. Gestión de calidad**

| N° de Ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Conocimiento de gestión de calidad</b>                                |   |    |   |    |   |    |               |
| 9.¿Conoce el termino gestión de calidad ?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 10.¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce ?                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Implementación y rendimiento</b>                                      |   |    |   |    |   |    |               |
| 11.¿Que dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad ? | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 12.¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce ?                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 13.¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio ?           | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 4. Variable 2. Atención al cliente**

| N° de Ítem   | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Conocimiento y aplicación</b>  |   |    |   |    |   |    |               |
| 14.¿Conoce el termino atención al cliente ?  | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 15.¿Aplica la atención al cliente para así brindar una buena atención a los clientes ?                     | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Fidelización</b>   |   |    |   |    |   |    |               |
| 16.¿Cree usted que la atención al cliente es fundamental para que sus clientes regresen?                   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 17.¿ La atención que brinda a sus clientes es?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 18.¿Porque cree que se puede dar una mala atención al cliente?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 3: Posicionamiento</b>  |   |    |   |    |   |    |               |
| 19.¿Cree usted que una buena atención al cliente permitirá el posicionamiento de la empresa en el mercado? | X   |    | X   |    | X   |    |               |

|  |   |  |   |  |   |  |  |
|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 20.¿Tomará medidas para realizar una buena atención al cliente ? | X |  | X |  | X |  |  |
|--|---|--|---|--|---|--|--|

**Otras observaciones generales**



*Reccck*  
 Mtro. Lic. Adm. Julio C. Cerna Izaguirre  
 Reg. Unico de Colegiación Nº 5720

**DNI: 06453403**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

### **I. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Morillo Campos Yuly Y.

**1.2. Grado Académico:** Magister en Gestión Pública

**1.3. Profesión:** Licenciada en Administración

**1.4. Institución donde labora:** Independiente

**1.5. Cargo que desempeña:** Gestión empresarial

**1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.7. Autor del instrumento:** Rodríguez Alfaro, Lucero Amparo

**1.8. Carrera:** Administración

### **II. VALIDACIÓN:**

La Gestión de calidad en la atención al cliente y plan mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote año 2020

**Ítems correspondientes al Instrumento 1. Representantes de las micro y pequeñas empresas.**

| N° de Ítem   | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. ¿Cuál es su edad?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. ¿Genero?  | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. ¿Cuál es su grado de instrucción?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 4. ¿Cargo que desempeña?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 5. ¿Cuántos años desempeña en el cargo?  | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 2. Aspectos complementarios Micro y pequeñas empresas**

| N° de Ítem   | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Características de las micro y pequeñas empresas</b>       |   |    |   |    |   |    |               |
| 6. ¿Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?                       | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa es este rubro dando el servicio? | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 8. ¿Cuál es el objetivo de la creación de la empresa?                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |

### Ítems correspondientes al Instrumento 3. Variable 1. Gestión de calidad

| N° de Ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| Dimensión 1: Conocimiento de gestión de calidad                                       |   |    |   |    |   |    |               |
| 9.¿Conoce el termino gestión de calidad ?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 10.¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce ?                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| Dimensión 2: Implementación y rendimiento   |   |    |   |    |   |    |               |
| 11.¿Que dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad ? | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 12.¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce ?                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 13.¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio ?           | X   |    | X   |    | X   |    |               |


### Ítems correspondientes al Instrumento 4. Variable 2. Atención al cliente

| N° de Ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| Dimensión 1: Conocimiento y aplicación  |   |    |   |    |   |    |               |
| 14.¿Conoce el termino atención al cliente ?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 15.¿Aplica la atención al cliente para así brindar una buena atención a los clientes? | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| Dimensión 2: Fidelización   |   |    |   |    |   |    |               |
| 16.¿Cree usted que la atención al cliente es  | X   |    | X   |    | X   |    |               |



|  |   |  |   |  |   |  |  |
|--|---|--|---|--|---|--|--|
| fundamental para que sus clientes regresen?  |   |  |   |  |   |  |  |
| 17.¿ La atención que brinda a sus clientes es?   | X |  | X |  | X |  |  |
| 18 .¿Porque cree que se puede dar una mala atención al cliente ?   | X |  | X |  | X |  |  |
| Dimensión 3: Posicionamiento   |   |  |   |  |   |  |  |
| 19.¿Cree usted que una buena atención al cliente permitirá el posicionamiento de la empresa en el mercado? | X |  | X |  | X |  |  |
| 20.¿ Tomará medidas para realizar una buena atención al cliente  | X |  | X |  | X |  |  |

**Otras observaciones generales:**

  
 Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION  
 CLAD N° 01359

**DNI**  
**N°**  
**3326**  
**3862**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## **INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

### **I. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Solano Castillo Marlon

**1.2. Grado Académico:** Maestría en Administración de Negocios - MBA

**1.3. Profesión:** Licenciado en Administración

**1.4. Institución donde labora:** Astillero Piscis S.A.

**1.5. Cargo que desempeña:** Supervisor de Operaciones

**1.6. Denominación del instrumento:**

**1.7. Autor del instrumento:** Rodríguez Alfaro, Lucero Amparo

**1.8. Carrera:**

### **II. VALIDACIÓN:**

La Gestión de calidad en la atención al cliente y plan mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, distrito Chimbote año 2020

**Ítems correspondientes al Instrumento 1. Representantes de las micro y pequeñas empresas.**

| N° de Ítem   | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1. ¿Cuál es su edad?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2. ¿Genero?  | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3. ¿Cuál es su grado de instrucción?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 4. ¿Cargo que desempeña?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 5 ¿Cuántos años desempeña en el cargo?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 2. Aspectos complementarios Micro y pequeñas empresas**

| N° de Ítem   | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Características de las micro y pequeñas empresas</b>       |   |    |   |    |   |    |               |
| 6. ¿Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?                       | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa es este rubro dando el servicio? | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 8.¿Cuál es el objetivo de la creación de la empresa?                       | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 3. Variable 1. Gestión de calidad**

| N° de Ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Conocimiento de gestión de calidad</b>                                |   |    |   |    |   |    |               |
| 9.¿Conoce el termino gestión de calidad ?   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 10.¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce ?                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: Implementación y rendimiento</b>                                      |   |    |   |    |   |    |               |
| 11.¿Que dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad ? | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 12.¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce ?                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 13.¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio ?           | X   |    | X   |    | X   |    |               |

**Ítems correspondientes al Instrumento 4. Variable 2. Atención al cliente**

| N° de Ítem                                    | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: Conocimiento y aplicación</b> |   |    |   |    |   |    |               |

|  |   |  |   |  |   |  |  |
|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 14.¿Conoce el termino atención al cliente ?  | X |  | X |  | X |  |  |
| 15.¿Aplica la atención al cliente para así brindar una buena atención a los clientes ?                     | X |  | X |  | X |  |  |
| Dimensión 2: Fidelización  |   |  |   |  |   |  |  |
| 16.¿Cree usted que la atención al cliente es fundamental para que sus clientes regresen?                   | X |  | X |  | X |  |  |
| 17.¿ La atención que brinda a sus clientes es?   | X |  | X |  | X |  |  |
| 18 .¿Porque cree que se puede dar una mala atención al cliente ?   | X |  | X |  | X |  |  |
| Dimensión 3: Posicionamiento   |   |  |   |  |   |  |  |
| 19.¿Cree usted que una buena atención al cliente permitirá el posicionamiento de la empresa en el mercado? | X |  | X |  | X |  |  |
| 20.¿ Tomará medidas para realizar una buena atención al cliente  | X |  | X |  | X |  |  |

**Otras observaciones generales:**




---

Solano Castillo Marlon  
DNI 41880170

### Anexo 7: Prueba de confiabilidad del instrumento (Alfa de Cronbach)

| ENCUESTADOS | ITEMS |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |    |       |    |    |      |    |    |    | SUMA |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|-------|----|----|------|----|----|----|------|
|             | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     | 10    | 11    | 12    | 13 | 14    | 15 | 16 | 17   | 18 | 19 | 20 |      |
| Sujeto 1    | 1     | 2     | 4     | 2     | 2     | 3     | 1     | 1     | 3     | 2     | 4     | 2     | 1  | 1     | 1  | 1  | 2    | 1  | 1  | 1  | 36   |
| Sujeto 2    | 2     | 1     | 3     | 1     | 1     | 2     | 2     | 1     | 1     | 1     | 2     | 1     | 1  | 1     | 1  | 1  | 1    | 1  | 1  | 1  | 26   |
| Sujeto 3    | 2     | 2     | 3     | 2     | 2     | 3     | 1     | 2     | 2     | 3     | 5     | 5     | 1  | 1     | 1  | 1  | 2    | 1  | 1  | 1  | 41   |
| Sujeto 4    | 1     | 1     | 4     | 2     | 1     | 2     | 1     | 1     | 1     | 2     | 3     | 1     | 1  | 2     | 1  | 1  | 3    | 1  | 1  | 1  | 31   |
| Sujeto 5    | 2     | 2     | 3     | 2     | 2     | 3     | 2     | 1     | 1     | 3     | 5     | 5     | 1  | 1     | 1  | 1  | 1    | 1  | 1  | 1  | 39   |
| Sujeto 6    | 1     | 1     | 3     | 2     | 1     | 2     | 1     | 1     | 1     | 4     | 2     | 2     | 1  | 1     | 1  | 1  | 2    | 1  | 1  | 1  | 30   |
| Sujeto 7    | 2     | 2     | 5     | 2     | 2     | 3     | 2     | 1     | 2     | 3     | 5     | 1     | 1  | 1     | 1  | 1  | 3    | 1  | 1  | 1  | 40   |
| Sujeto 8    | 3     | 2     | 4     | 2     | 2     | 2     | 1     | 1     | 1     | 4     | 2     | 5     | 1  | 1     | 1  | 1  | 2    | 1  | 1  | 1  | 38   |
| Sujeto 9    | 2     | 2     | 3     | 2     | 1     | 3     | 2     | 1     | 3     | 4     | 5     | 1     | 1  | 1     | 1  | 1  | 3    | 1  | 1  | 1  | 39   |
| Sujeto 10   | 2     | 1     | 4     | 2     | 2     | 3     | 1     | 1     | 1     | 4     | 2     | 2     | 1  | 1     | 1  | 1  | 2    | 1  | 1  | 1  | 34   |
| Sujeto 11   | 2     | 2     | 3     | 2     | 3     | 3     | 1     | 1     | 3     | 4     | 5     | 1     | 1  | 1     | 1  | 1  | 2    | 1  | 1  | 1  | 39   |
| Sujeto 12   | 2     | 1     | 5     | 2     | 2     | 3     | 1     | 1     | 3     | 4     | 5     | 2     | 1  | 1     | 1  | 1  | 2    | 1  | 1  | 1  | 40   |
| VARIANZA    | 0.306 | 0.243 | 0.556 | 0.076 | 0.354 | 0.222 | 0.222 | 0.076 | 0.806 | 0.972 | 1.854 | 2.556 | 0  | 0.076 | 0  | 0  | 0.41 | 0  | 0  | 0  | 0    |

|                                  |             |
|----------------------------------|-------------|
| SUMATORIA DE VARIANZA            | 8.729166667 |
| VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS | 21.07638889 |

K (Numero de Items) = 20  
 Vi (Varianza de cada Items) = 8.729  
 Vt (Varianza Total) = 21.08  
 α (Alfa) = 0.617

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

## Anexo 8. Declaración Jurada



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

#### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE ARTÍCULO CIENTÍFICO EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Mediante el presente documento declaro ser el autor del artículo de investigación titulado:

La gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Miraflores alto, Distrito Chimbote, año 2020 y afirmo ser el único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre el mismo.

Autorizo a la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote a publicar el artículo científico en mención en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 30035, para su difusión, preservación y acceso a largo plazo.

Garantizo que el artículo científico es original y que lo elaboré desde el inicio al final, no he incurrido en mala conducta científica, plagio o vicios de autoría; en caso contrario, eximo de toda responsabilidad a la universidad y me declaro el único responsable y la faculto de tomar las acciones legales correspondientes.

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Firma:

Nombre: Lucero Amparo Rodriguez Alfaro

Documento de Identidad: 48095765

Domicilio: el acero Z.18

Correo Electrónico: luze\_29@hotmail.com

Fecha: 12 /12 / 22

## Anexo 9: Hoja de tabulación

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Distrito Chimbote, 2020.

| Pregunta                | Respuesta                 | Tabulación | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|-------------------------|---------------------------|------------|---------------------|---------------------|
| 1. Edad (años)          | 18 – 30                   | III        | 3                   | 25,00               |
|                         | 31 – 50                   | IIIIII     | 8                   | 66,07               |
|                         | 51 años a más.            | I          | 1                   | 8,03                |
|                         | Total                     | IIIIIIIII  | 12                  | 100,00              |
| 2. Genero               | Femenino                  | III        | 5                   | 41,07               |
|                         | Masculino                 | IIIIII     | 7                   | 58,03               |
|                         | Total                     | IIIIIIIII  | 12                  | 100,00              |
| 3. Grado de instrucción | Sin instrucción           | -          | 0                   | 0,00                |
|                         | Primaria                  | -          | 0                   | 0,00                |
|                         | Secundaria                | IIII       | 6                   | 50,00               |
|                         | Superior no universitaria | III        | 4                   | 33,03               |
|                         | Superior universitaria    | II         | 2                   | 16,07               |
|                         | Total                     | IIIIIIIII  | 12                  | 100,00              |
| 4. Cargo                | Dueño                     | I          | 1                   | 8,03                |
|                         | Administrador             | IIIIIIIII  | 11                  | 91,07               |
|                         | Total                     | IIIIIIIII  | 12                  | 100,00              |
| 5. Tiempo en el Cargo   | 0 a 3 años                | III        | 4                   | 33,04               |
|                         | 4 a 6 años                | IIIIII     | 7                   | 58,03               |
|                         | 7 años a más              | I          | 1                   | 8,03                |
|                         | Total                     | IIIIIIIII  | 12                  | 100,00              |

*Nota: Elaboración propia.*

Características de las micro y pequeñas empresas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles, distrito Chimbote, 2020.



| <b>Pregunta</b>                                    | <b>Respuesta</b> | <b>Tabulación</b> | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|--|------------------|-------------------|----------------------------|----------------------------|
| 6. Tiempo de permanencia en el rubro.              | 0 a 3 años       | -                 | 0                          | 0.00                       |
|  | 4 a 6 años       | III               | 4                          | 33.03                      |
|  | 7 año a más      | IIIIII            | 8                          | 66.07                      |
|  | Total            | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 7. Numero de Colaboradores                         | 1 a 5 años       | IIIIII            | 8                          | 66.07                      |
|  | 6 a 10           | III               | 4                          | 33.03                      |
|  | 11 a más         | -                 | 0                          |                            |
|  | Total            | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 8. Cuál es el Objetivos de creación de la empresa. | Generar ganancia | IIIIIIII          | 11                         | 91.07                      |
|  | Subsistencia     | I                 | 1                          | 8.03                       |
|  | Total            | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |

*Nota: Elaboración propia.*

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, Distrito Chimbote, 2020.

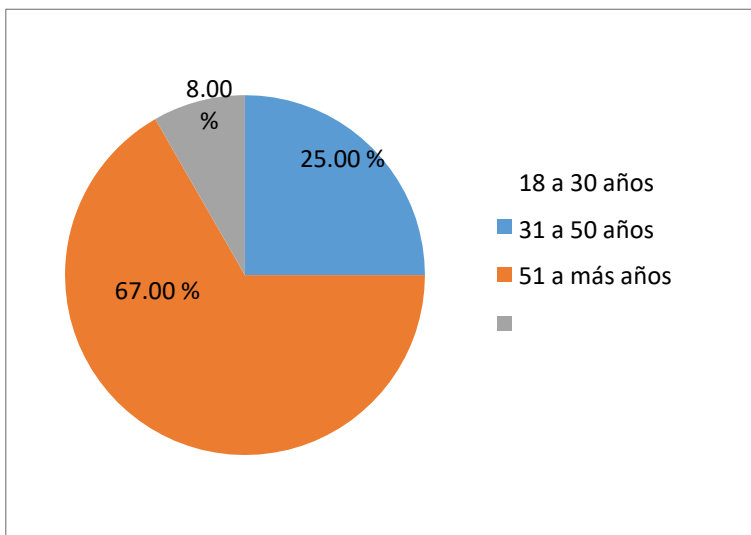
| <b>Pregunta</b>  | <b>Respuesta</b>           | <b>Tabulación</b> | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|--|----------------------------|-------------------|----------------------------|----------------------------|
| 09. Conoce el termino gestión de calidad.                | Si                         | IIIIII            | 6                          | 50.00                      |
|  | No                         | II                | 2                          | 16.06                      |
|  | Tengo cierto conocimiento  | IIII              | 4                          | 33.04                      |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 10. Técnicas de gestión que aplica                       | Las 5 S                    | I                 | 1                          | 8.03                       |
|  | Benchmarking               | II                | 2                          | 16.07                      |
|  | Otros                      | III               | 3                          | 25.00                      |
|  | Ninguna                    | IIIIII            | 6                          | 50.00                      |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 11. Dificultades para su implementación                  | Aprendizaje lento          | -                 | -                          | 0.00                       |
|  | Poca iniciativa            | IIII              | 4                          | 33.04                      |
|  | Desconocimiento del puesto | I                 | 1                          | 8.03                       |
|  | No se adapta a los cambios | I                 | 1                          | 8.03                       |
|  | Otros                      | III               | 3                          | 25.00                      |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 12. Técnicas de medición del rendimiento                 | La evaluación              | IIIIII            | 5                          | 41.06                      |
|  | La observación             | IIII              | 4                          | 33.04                      |
|  | Evaluación de 30           | -                 | 0                          | 0.00                       |
|  | Escala de puntuación       | -                 | 0                          | 0.00                       |
|  | Otros                      | III               | 3                          | 25.00                      |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 13. La gestión calidad mejora el rendimiento del negocio | Si                         | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
|  | No                         | -                 | 0                          | 0.00                       |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 14. Conoce el termino atención al cliente                | Si                         | IIIIIIIIII        | 11                         | 91.07                      |
|  | No                         | I                 | 1                          | 8.03                       |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 15. Aplica La gestión de calidad                         | Si                         | IIIIIIIIII        | 11                         | 91.07                      |
|  | No                         | I                 | 1                          | 8.03                       |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
| 16. La atención al cliente es fundamental                | Si                         | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |
|  | No                         | -                 | 0                          | 0.00                       |
|  | Total                      | IIIIIIIIII        | 12                         | 100.00                     |

|   |                                |            |    |        |
|---|--------------------------------|------------|----|--------|
| 17.La atención que brinda Es                      | Buena                          | IIIIIIIIII | 12 | 100.00 |
|   | Regular                        | -          | 0  | 0.00   |
|   | Mala                           | -          | 0  | 0.00   |
|   | Total                          | IIIIIIIIII | 12 | 12.00  |
| 18.Porque se da Una mala Atención al cliente      | No tiene suficiente personal   | II         | 2  | 16.07  |
|   | Por una mala organización      | IIIIII     | 7  | 58.03  |
|   | La calidad de servicio es mala | III        | 3  | 25.00  |
|   | Total                          | IIIIIIIIII | 12 | 100.00 |
| 19.La buena Atención Permitirá el posicionamiento | Si                             | IIIIIIIIII | 12 | 100.00 |
|   | No                             | -          | 0  | 0.00   |
|   | Total                          | IIIIIIIIII | 12 | 100.00 |
|   |                                |            |    |        |
| 20.Tomara medidas                                 | Si                             | IIIIIIIIII | 12 | 100.00 |
|   | No                             | -          | 0  | 0.00   |
|   | Total                          | IIIIIIIIII | 12 | 100.00 |

*Nota: Elaboración propia.*

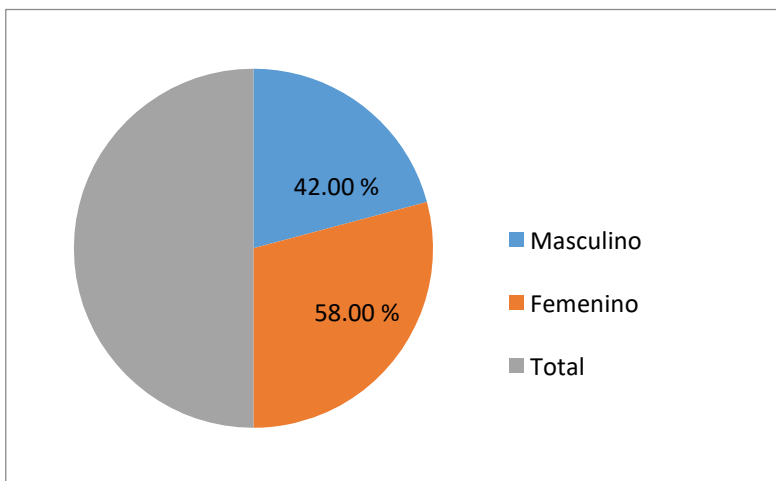
## Anexo 10: Figuras

Características los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles, distrito Chimbote,2020.



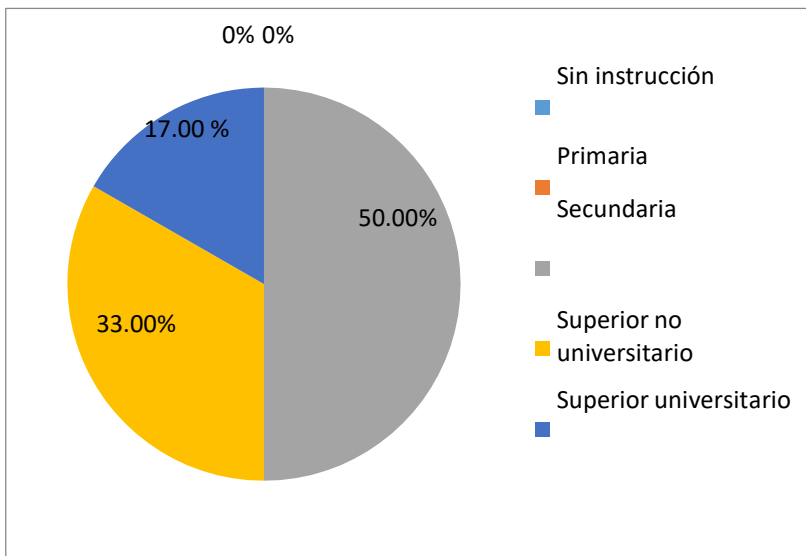
**Figura1.**Edad de los representantes

**Fuente.** Tabla 1



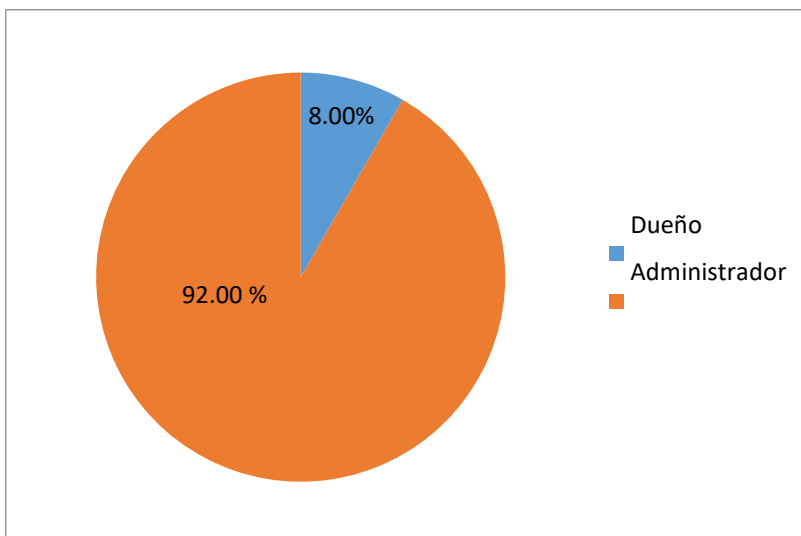
**Figura 2.** Género del representante

**Fuente.** Tabla 1



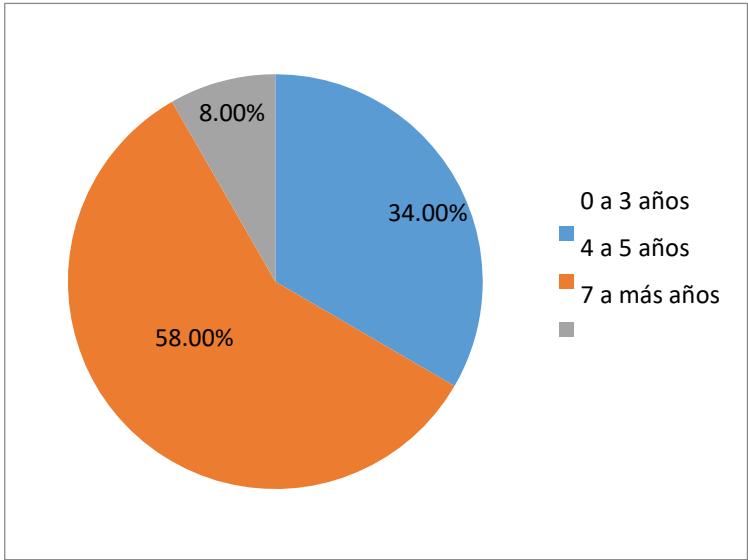
**Figura 3.** Grado de instrucción del representante

**Fuente.** Tabla 1



**Figura 4.** Cargo del representante

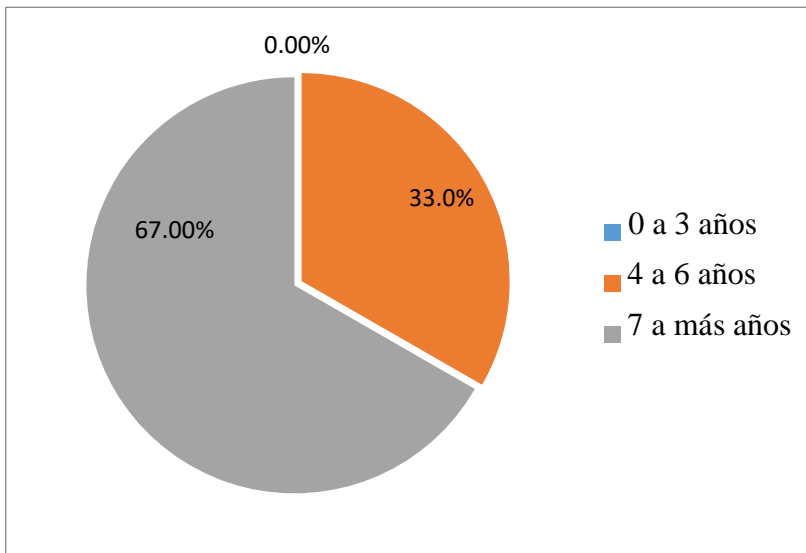
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 5.** Tiempo en el cargo

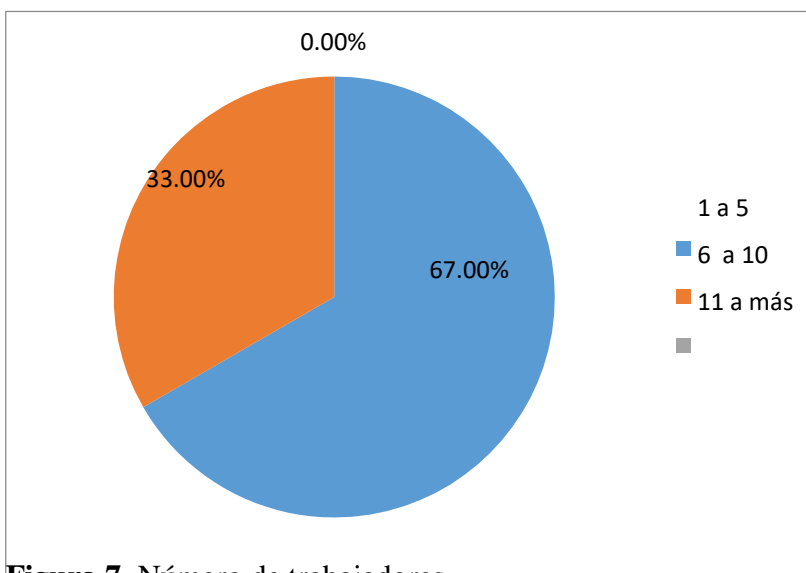
**Fuente.** Tabla 1

Características referentes a las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles, distrito Chimbote,2020.



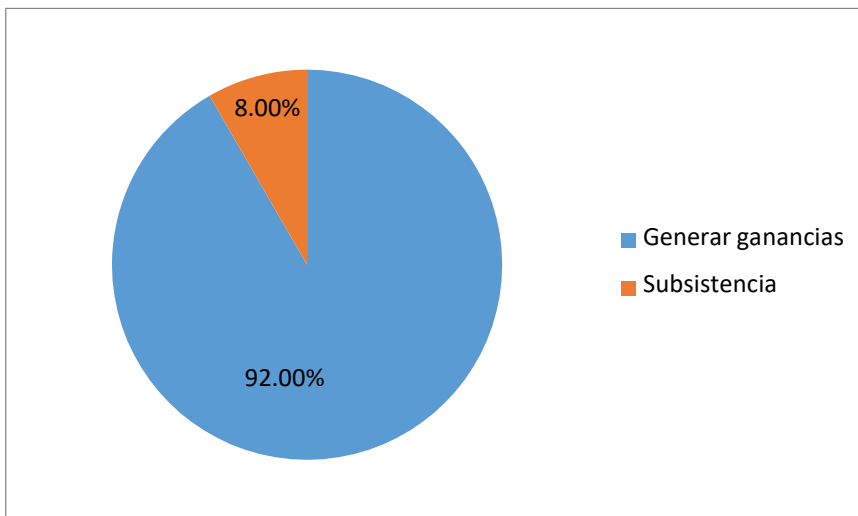
**Figura 6.** Tiempo en el rubro

**Fuente.** Tabla 2



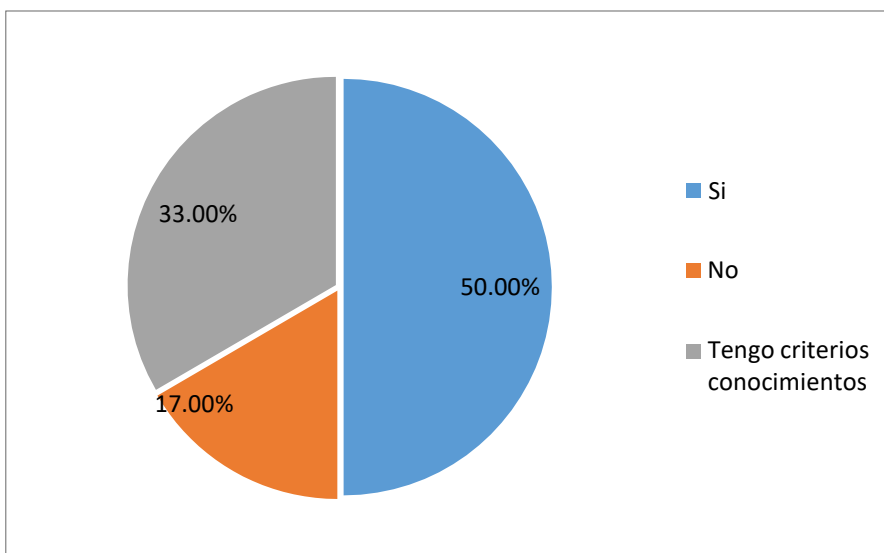
**Figura 7.** Número de trabajadores

**Fuente.** Tabla 2



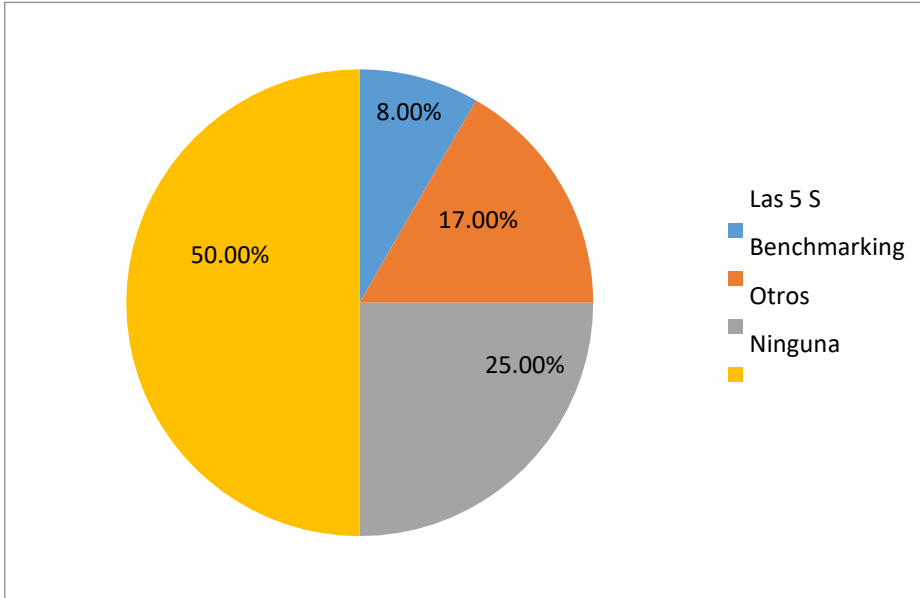
**Figura 8.** Objetivo de la creación  
**Fuente.** Tabla 2

Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro hoteles, distrito Chimbote, 2020.



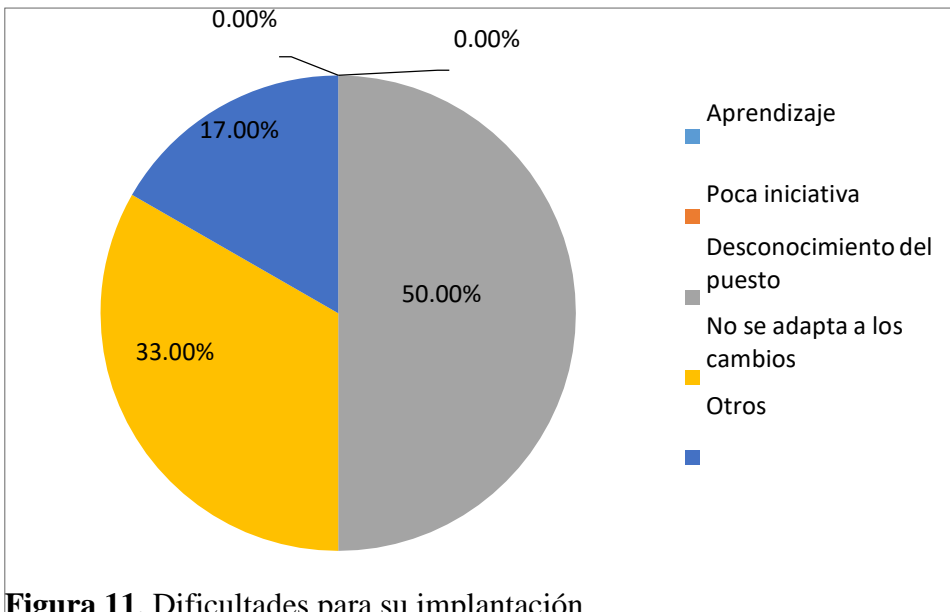
**Figura 9.** Conoce el término gestión de calidad  
**Fuente.** Tabla 3





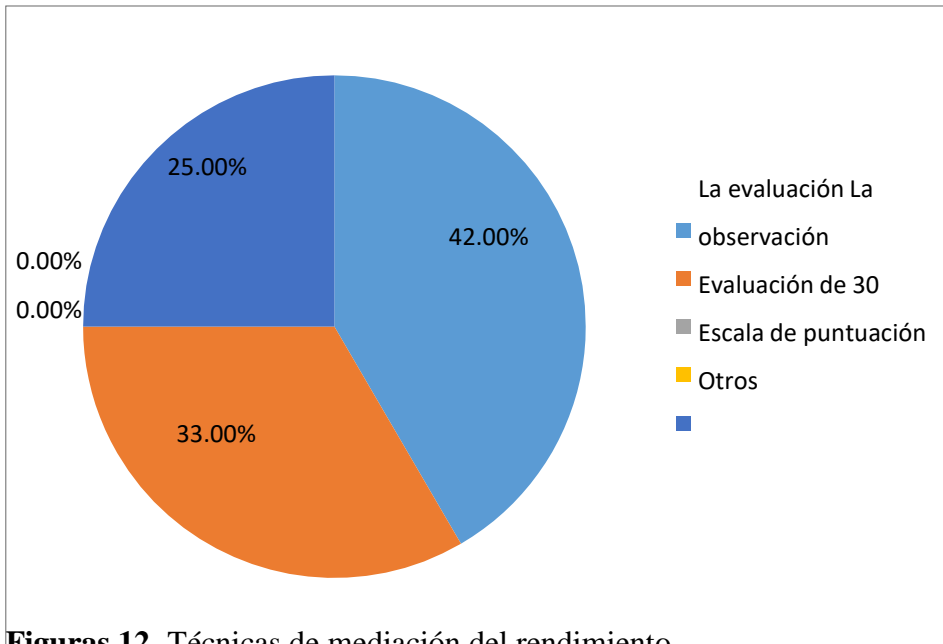
**Figura 10.** Técnicas de gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



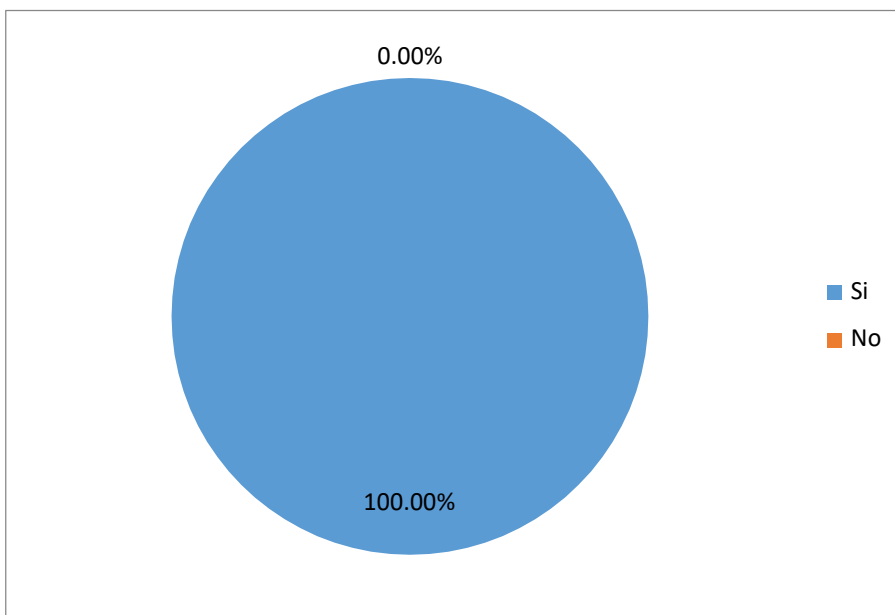
**Figura 11.** Dificultades para su implantación

**Fuente.** Tabla 3



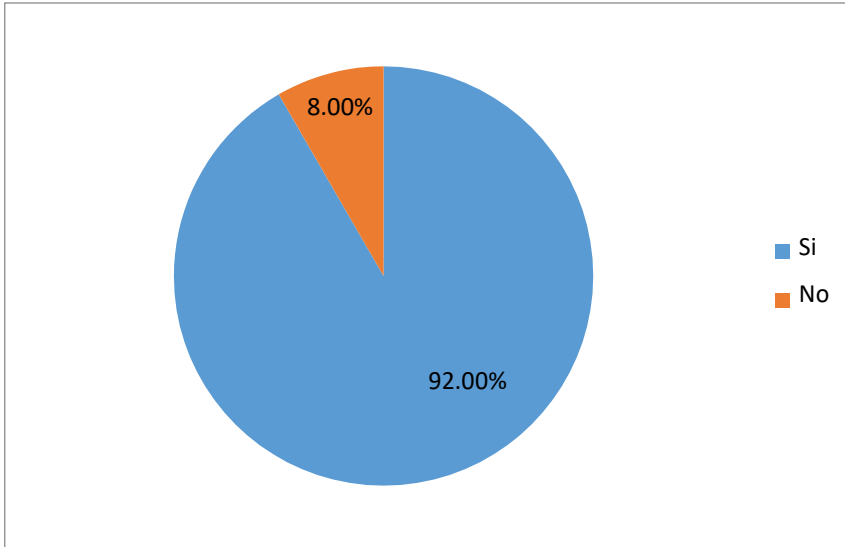
**Figuras 12.** Técnicas de mediación del rendimiento

**Fuente.** Tabla 3



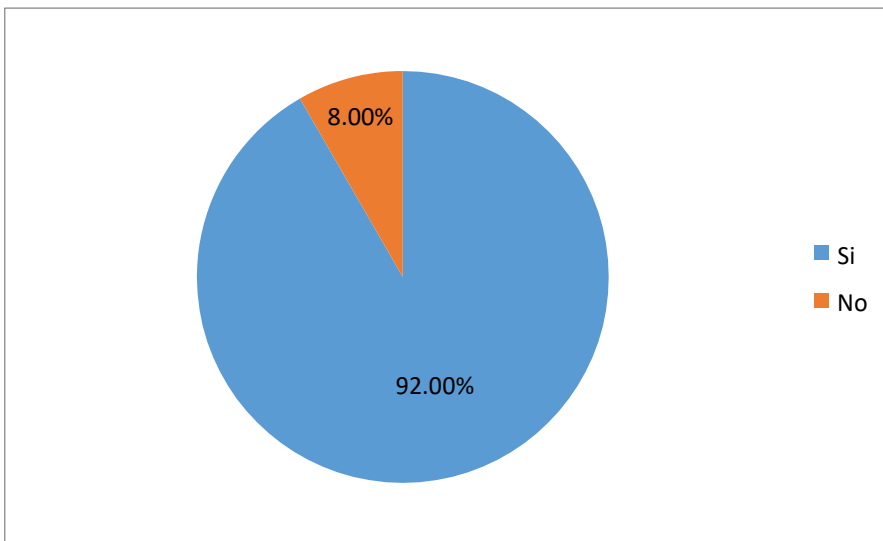
**Figura 13.** La gestión de calidad mejora el rendimiento

**Fuente.** Tabla 3



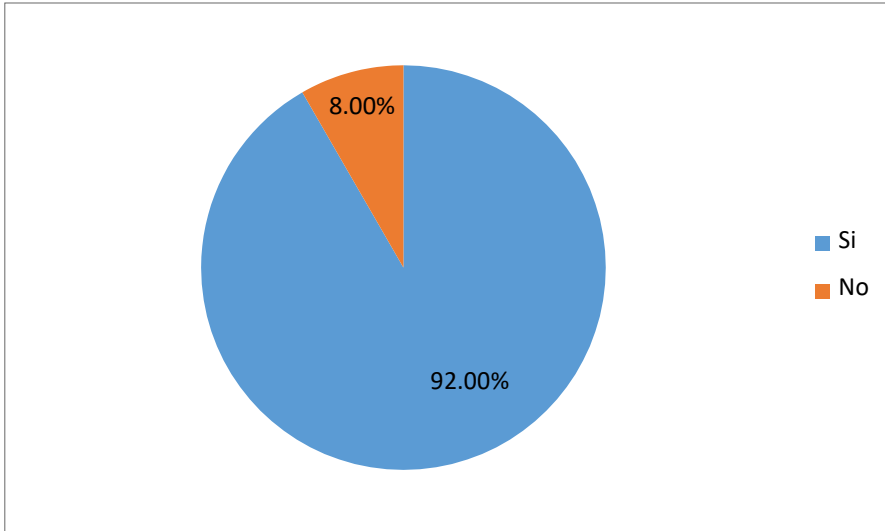
**Figura. 14** Conoce el término atención al cliente

**Fuente.** Tabla 3



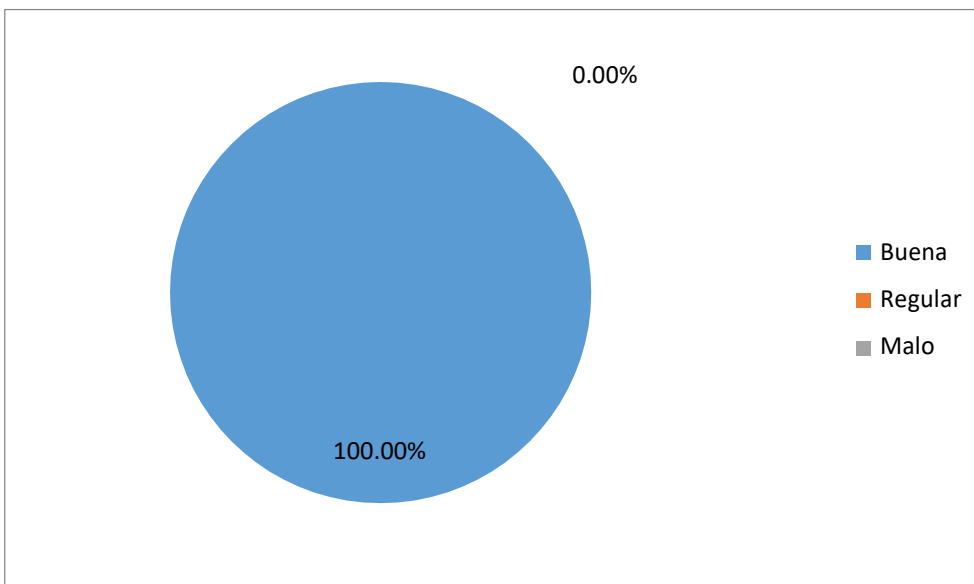
**Figura 15,** Aplica la gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



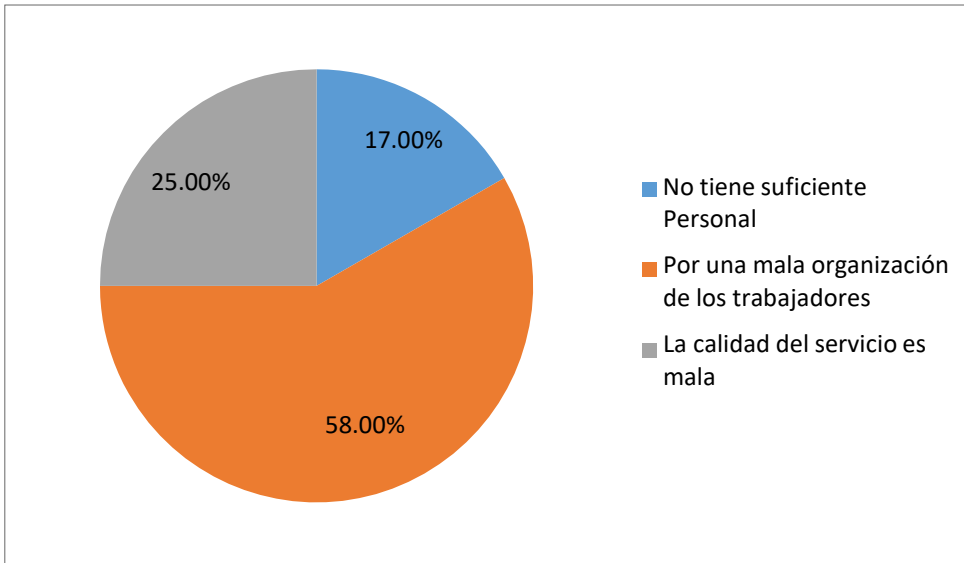
**Tabla. 16.** La atención al cliente es fundamental

**Fuente.** Tabla 3



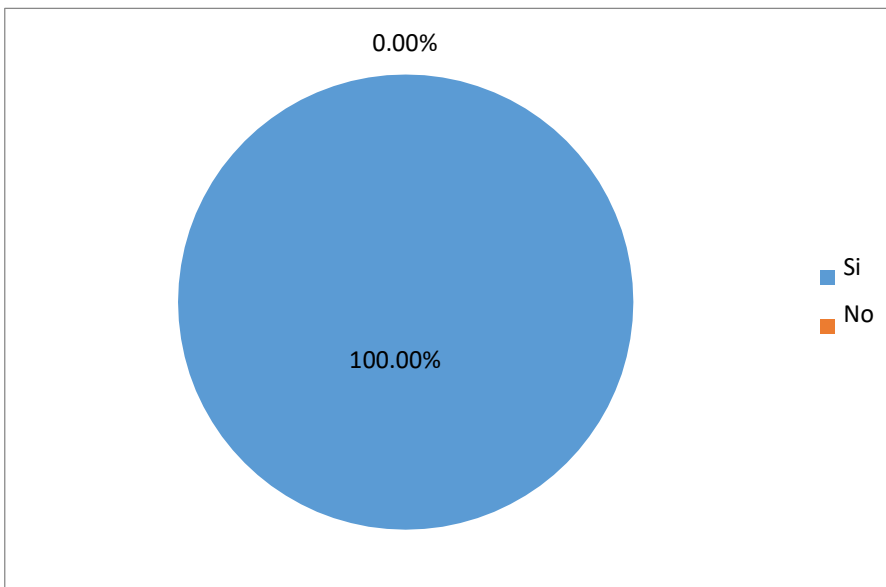
**Figura 17.** La atención que brinda es

**Fuente.** Tabla 3



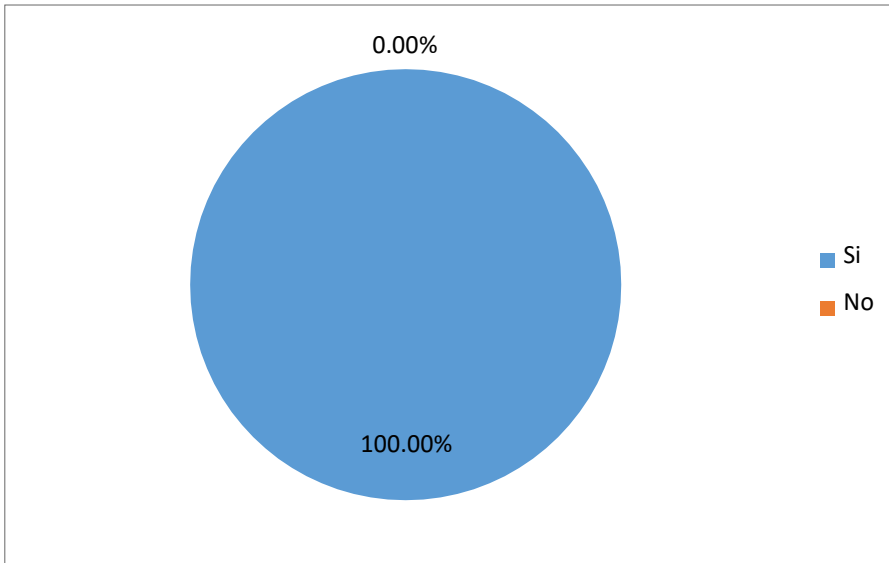
**Figura 18.** Porque se da una mala atención

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 19.** Porque se da una mala atención al cliente

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 20.** Tomará medidas para una buena atención

**Fuente.** Tabla 3