



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIO, COLEGIOS PARTICULARES, EN EL
DISTRITO DE CALLERIA, AÑO 2017**

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

AUTOR:

Br. ELI ABDIAS AYAMBO HUANSI

ASESOR:

MBA. CRYSBER M. VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA - PERÚ

2017

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio Ortíz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios Jehová por hacer realidad esta meta, a cada uno de los docentes de la Universidad por impartir sus conocimientos a lo largo del camino, en mi formación como profesional. A mi familia por su apoyo en los momentos más difíciles y a mi futura esposa por ser parte de mi vida y compartir conmigo los días más oscuros y claros.

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicado al dueño de los Conocimientos, Dios, pues sin él no hubiera sido Posible dar un solo paso. Entre varias personas importantes, a mi mamá, por su apoyo incondicional y a la persona que ha de ser mi esposa, el hecho de que estás a mi lado me inspira a seguir adelante.

RESUMEN

La investigación se llevó a cabo con el objetivo de determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios particulares, en el distrito de Calleria, año 2017. Se elaboró desarrollando una metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde se aplicó un cuestionario estructurado de 23 interrogantes a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al emprendedor: el 45% está en el rango de 40 a 50 años; en su mayoría son de género masculino; de profesión profesores. Respecto a la empresa y la formalización: las mypes encuestadas se encuentran formalizadas (85%) y el 15% no culmina sus trámites por espera de resoluciones; las mypes del sector en estudio están en el mercado de 4 a 6 años (50%) y los docentes si cumplen con una formación de acuerdo a ley (70%). Respecto de la gestión de calidad: 45% utiliza un plan de negocio y 20% está por implementar; el 60% tiene definido la misión, visión y valores de su empresa. Además, si cuentan con local propio (65%) y las instalaciones está pensado en el alumnado (70%); una minoría (40%) si recurre a cursos de capacitación; el 60% no prioriza esta herramienta; demostrando que el 70% si tiene diseñado protocolos referentes al servicio de atención al cliente sin ningún tipo de discriminación, recogiendo sugerencias de los clientes que se fidelizan con el servicio brindado (90%).

Palabras clave: Gestión, atención al cliente, servicio.

ABSTRACT

The research was carried out with the objective of determining Quality Management under the focus of customer service in the mypes of the service sector, private schools, in the district of Calleria, year 2017. It was developed by developing a research methodology of the descriptive - correlational - non-experimental type, where a structured questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining as results: Regarding the entrepreneur: 45% is in the range of 40 to 50 years; they are mostly male; by profession teachers. Regarding the company and the formalization: the surveyed mypes are formalized (85%) and 15% do not complete their procedures by waiting for resolutions; the mypes of the sector under study are in the market from 4 to 6 years (50%) and teachers if they meet a training according to law (70%). Regarding quality management: 45% use a business plan and 20% is to be implemented; 60% have defined the mission, vision and values of your company. In addition, if they have their own premises (65%) and the facilities are designed for the students (70%); a minority (40%) if they resort to training courses; 60% do not prioritize this tool; demonstrating that 70% if it has designed protocols referring to customer service without any discrimination, collecting suggestions from customers who are loyal to the service provided (90%).

Keywords: Management, customer service, service.

ÍNDICE GENERAL

TITULO DE LA TESIS.....	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vi
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.1 Caracterización del Problema.....	3
1.1.2 Enunciado del problema	3
1.2 Objetivos de la investigación.....	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 Justificación de la investigación.....	4
CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	6
2.1.1 Antecedentes internacionales	6
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	8
2.2 Bases teóricas de la Investigación.....	10
2.2.1 Atención al cliente	10
2.2.2 Protocolo del servicio al cliente.	11
2.3 Marco Conceptual.....	13
2.3.1 Gestión de Calidad	13
2.3.2 Definición de Mypes	13
2.3.3. Nivel de innovación de las Mypes en el Perú.....	18
2.3.4 Glosario de términos	20
CAPÍTULO III HIPÓTESIS	27
3.1 Hipótesis General.....	27
3.2 Hipótesis Específicas.....	27
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	28
4.1 Diseño de la investigación.....	28
4.1.1 Tipo de investigación.....	28

4.1.2	Nivel de investigación	28
•	No experimental,	29
•	Correlacional.....	29
•	Descriptivo	29
4.2	Población y muestra.....	29
4.2.1	Población	29
4.2.2	Muestra	30
4.3	Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	31
4.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	32
4.4.1	Técnicas	32
4.4.2	Instrumentos.....	32
4.5	Plan de análisis de datos	32
4.6	Matriz de Consistencia	33
4.7	Principios éticos.....	35
CAPÍTULO V RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		36
5.1	Resultados.....	36
A.	DATOS GENERALES	36
B:	DATOS DE LA EMPRESA	40
C:	SOBRE GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE	46
5.2	Análisis de resultado	59
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		63
6.1	Conclusiones	63
6.2	Recomendaciones	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		67
ANEXOS		69
1.	Cronograma de Actividades	69
2.	Presupuesto General.....	70
3.	Encuesta.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Caracterización de las Mypes según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes).....	13
Tabla 2: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N°28015.....	14
Tabla 3 : Características de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008.....	15
Tabla 4: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056.....	16
Tabla 5: Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de Mypes.....	16
Tabla 6: Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	31
Tabla 7: Matriz de consistencia de la investigación.....	33
Tabla 8: Edad del emprendedor.....	36
Tabla 9: Sexo del emprendedor.....	37
Tabla 10: Grado de instrucción del emprendedor.....	38
Tabla 11: ¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor?.....	39
Tabla 12: ¿Su empresa está formalizada?.....	40
Tabla 13: ¿Por qué motivo no culmina sus trámites de formalización?	41
Tabla 14: ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	42
Tabla 15: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	43
Tabla 16: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	44
Tabla 17: ¿El personal docente, cumple con su formación según ley?.....	45
Tabla 18: ¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocio?.....	46

Tabla 19: ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?.....	47
Tabla 20: ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?.....	48
Tabla 21: El colegio ¿Cuenta con local propio?.....	49
Tabla 22: ¿Las instalaciones y organización de su local está pensado en el alumnado?.....	50
Tabla 23: ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?.....	51
Tabla 24: ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?.....	52
Tabla 25: En general ¿Su personal tiene actitud de servicio?.....	53
Tabla 26: ¿Se ha diseñado y se sigue protocolo, de atención al cliente?.....	54
Tabla 27: ¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?.....	55
Tabla 28: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?.....	56
Tabla 29: ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?.....	57
Tabla 30: ¿Considera que los clientes, valoran el servicio y genera fidelización?.....	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad del emprendedor.....	36
Gráfico 2: Sexo del emprendedor.....	37
Gráfico 3: Grado de instrucción del emprendedor.....	38
Gráfico 4: ¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor?.....	39
Gráfico 5: ¿Su empresa esta formalizada?.....	40
Gráfico 6: ¿Por qué motivo no culmina su trámite de formalización?.....	41
Gráfico 7: ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	42
Gráfico 8: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	43
Gráfico 9: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	44
Gráfico 10: ¿El personal docente, cumple con su formación según ley?.....	45
Gráfico 11: ¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocios?.....	46
Gráfico 12: ¿Ha definido la misión, visión y valores de su empresa?.....	47
Gráfico 13: ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?.....	48
Gráfico 14: El colegio ¿Cuenta con local propio?.....	49
Gráfico 15: ¿Las instalaciones y organización de su local, está pensado en el alumnado?.....	50
Gráfico 16: ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?.....	51
Gráfico 17: ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?.....	52
Gráfico 18: En general ¿Su personal tiene actitud de servicio?.....	53
Gráfico 19: ¿Se ha diseñado y se sigue protocolos de atención al cliente?.....	54

Gráfico 20: ¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?.....	55
Gráfico 21: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?.....	56
Gráfico 22: ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?.....	57
Gráfico 23: ¿Considera que los clientes, valoran el servicio y genera fidelización?....	58

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Las mypes tienen un papel protagónico en el desarrollo social y económico de nuestro país, constituyen la mayor fuente generadora de empleo y son un agente dinamizador del mercado. En un país, donde la falta de empleo es uno de los problemas más serios, resulta imprescindible reflexionar sobre cuál es el rol promotor que le corresponde al Estado para utilizar mecanismos estratégicos para una alta tasa de empleos en el mercado.

La investigación se desarrolló mediante el método descriptivo, correlacional y no experimental sobre el tema de la gestión de calidad bajo un enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios particulares, distrito de Callería, año 2017 donde se evidencia uno de los problemas latentes sobre modelos estratégicos de gestión de calidad y el servicio de atención al cliente que se brinda, siendo aspectos de gran importancia para un negocio, debido que teniendo un enfoque más claro del panorama respecto al cliente, se podrá satisfacer las necesidades que presenta.

Justamente, el deseo de todo ciudadano por dejar a sus futuras generaciones mejores posibilidades de acceso a oportunidades dentro y fuera del país, la encuentra en la promesa de la educación particular y esto se ha traducido en la aparición de nuevas universidades, institutos y colegios especializados donde prometen una mejor preparación académica, para el nuevo contexto laboral empresarial.

El presente informe final de investigación se enfocó en las pequeñas y medianas empresas del sector servicios, colegios particulares del distrito de Callería, año 2017; se presenta el interés en conocer si se gestionan aplicando herramientas de gestión de calidad y está en sus prioridades el atender al cliente buscando su satisfacción.

La investigación que se inició con esta investigación pretende recoger importante información actualizada, la cual será posible con las facilidades de los representantes o emprendedores de estos negocios del distrito de Callería y la aplicación de métodos de investigación formal.

La investigación muestra importantes conclusiones, donde se expresa la problemática que aqueja las mypes del sector servicios, colegios particulares, que no brinda un buen servicio de atención, generando mala imagen a la organización.

Uno de los problemas que se evidenció de las mypes en estudio, son las estrategias tradicionales y poco fructífero en relacionarse con el cliente solo por ofrecer un servicio y no fortaleciendo una relación duradera entre el cliente, sin generan fidelización con el negocio.

1.1 Planteamiento del Problema

Para que esta investigación pueda iniciarse, se planteó lo siguiente si las mypes del sector servicio, colegios particulares, del distrito de Callería, año 2017, están bajo técnicas estratégicas sobre gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

Se va a señalar si las mypes del sector servicio, colegios particulares, tienen a su personal capacitado constantemente, y tienen conocimiento que es gestión de calidad y el servicio de atención al cliente.

1.1.1 Caracterización del Problema.

La apertura del mercado libertad para realizar empresa ha conducido a que muchos emprendedores puedan consolidar su presencia en los diversos sectores comerciales. El sector educativo colegios particulares, no ha sido ajeno a este emprendimiento empresarial y también ha permitido el ingreso de la inversión privada cuyo objetivo es primordialmente es la rentabilidad.

Sin embargo, se reporta que una mala estrategia en gestión de calidad bajo un enfoque de atención al cliente ha calado en este sector, incidiendo negativamente en los servicios que ofrece. Todo en perjuicio de los mismos estudiantes, cuyos padres tuvieron la promesa de una preparación académica seria y de calidad de vanguardia.

En tal sentido, se busca verificar si las empresas de este sector en la localidad de Callería se enfocan bajo procesos de gestión de calidad y atención al cliente, para un mejor desenvolvimiento a nivel de servicios de colegios particulares que sirva como base para futuros grandes emprendedores.

1.1.2 Enunciado del problema

¿Las mypes del sector servicios, colegios particulares del distrito de Callería que se gestionan con enfoque de atención al cliente tendrán una mejor referencia respecto a sus servicios en la comunidad del distrito?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Determinar si las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería, año 2017 cuentan con procesos de gestión de calidad y atención al cliente.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar si las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería, están formalizadas.
- Determinar si las mypes del sector servicios educativos colegios particulares, del distrito de Callería, aplican gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.
- Determinar qué beneficios obtienen con la gestión de calidad las mypes del sector servicios, colegios particulares del distrito de Callería, año 2017.

1.3 Justificación de la investigación

La justificación se da en los siguientes aspectos:

Justificación metodológica: Facilita instrumentos (cuestionarios) para la recolección de información de otros trabajos similares para realizarse en otros ámbitos geográficos.

Justificación social: Las mypes a través de los años han incrementado su participación en los diferentes sectores productivos y de servicios, hoy en día constituyen uno de los motores principales de la actividad económica nacional, regional y local. Y las mypes del sector servicio, colegios particulares no es ajeno a esto, debido al alto grado de desarrollo y competitividad que existe en los distintos colegios particulares.

Justificación práctica: Permite contar con datos estadísticos respecto a las mypes del sector servicios educativos colegios particulares, del distrito de Callería del año 2017. Finalmente, el presente estudio también servirá de base para realizar otros estudios similares en los sectores productivos y de servicios en el distrito de Callería.

CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1.1 Antecedentes internacionales

Botero M., Peña P. (2003). Según Botero señala que el hecho que hoy en día una empresa permanezca con vida es a consecuencia de que implanto estrategias con prácticas valiosas sobre servicio de calidad, sin importar que se haga o se tenga que inventar todo nuevo cada segundo. Hoy en día con la globalización el tema sobre servicio al cliente se ha vuelto inevitable permanente siendo una práctica constante para alcanzar logros de productividad con manejos estratégicos sobre gestión de calidad y servicio de atención. El cliente tiene una poderosa decisión de acuerdo al producto que desean, en el momento y la forma como lo desean. En el mundo entero muchas organizaciones de distintos sectores se están dando cuenta que para alcanzar mayores logros de productividad su éxito depende en gran medida del grado de satisfacer a sus clientes.

Convirtiéndose así el servicio al cliente un factor diferenciador en los distintos sectores del mercado, convirtiéndose en una estrategia primordial para mejores ventas y mayores ingresos económicos, siendo pieza clave para sobrevivir en los mercados actuales bajo un buen manejo de calidad y gestión. Muchas empresas u organizaciones deben dejar de pensar en los clientes o usuarios como una masa de individuos, sino por lo contrario en pensar que cada usuario es diferente y establecer una relación uno a uno. Para lograr un buen resultado en la percepción de calidad en el servicio debe estar respaldado por una buena estructura y gestión de organización de dicho sector,

de esta forma se va a establecer una filosofía de servicio de calidad que busque superar las expectativas de los usuarios.

Para alcanzar una buena percepción referido al servicio de calidad está ligada a elementos tangibles, como son el cumplimiento de las promesas, la actitud de mostrar frente al servicio que se ofrece, la competencia que existe en el mercado debido a los nuevos modelos de calidad de servicio, la competencia del personal y la empatía que se muestra. La calidad en el servicio que ofrece una solución a la medida que cada uno implementa los llamados servicios de calidad y gestión de calidad. Los clientes tienen variados requerimientos hacia los productos que quieren obtener y esto son los puntos vitales para cualquier organización, ya que los clientes son la razón de ser para los negocios y alcanzar altos índices de desarrollo y productividad. Las empresas, las organizaciones deben de satisfacer notoriamente todas sus necesidades y expectativas de los usuarios, ya que la satisfacción de los clientes tiene un gran efecto significativo en las intenciones de compra.

Vélez J. (2012). En los últimos años distintos sectores comerciales y de servicio presentan debilidades en el aspecto del sector servicio atención al cliente, mostrando bajas significativas en la bolsa de ingresos. Estudios demuestran que grandes organizaciones no cuentan con capacitación para sus trabajadores expresando así que es innecesario llevar el manejo de una buena gestión de calidad provocando insatisfacción de los clientes hacia dichos sectores. Conocer los antecedentes de la satisfacción al cliente es primordial para realizar estrategias comerciales exitosas logrando así mejores niveles de competitividad. Una organización que tiene bien definido su modelo de gestión y servicio del cliente y el manejo estratégico más la constante capacitación llevara al éxito a estas empresas q invierten tanto en lo

operativo como en atención. Una empresa que reúna un enfoque de ecuaciones estructurales para identificar los factores que mejor explican la satisfacción y el trato adecuado que existe entre ellos. Adicionalmente para lograr una empresa con éxito se tiene que analizar las técnicas de manejo de gestión para emprender un negocio rentable y con mayores eficiencias a nivel laboral y mayor ingreso en las ventas y un aumento de productividad.

A partir de estos resultados, se concluye sobre el papel crítico que tienen los servicios de gestión de calidad, producto para la satisfacción de los clientes, y sobre la oportunidad que entregan las dimensiones servicio al cliente y facilidad de compra para realizar acciones comerciales que aumenten el nivel de satisfacción de segmentos específicos.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Pajares F. (2009). En su proyecto de investigación nos muestra la iniciativa que existe entre los colegios particulares y la relación que existe con las iglesias católicas. Esta promoción es de la iniciativa privada no es posible sin una libertad de empresa, la cual permite que cualquier persona física o jurídica pueda acceder al mercado con cualquier iniciativa empresarial lícita, escogiendo el tipo de producto o servicio que brinda, o el segmento del mercado al cual se dirige. Actualmente, en el Perú existe una gran oferta educativa dada la apertura de la educación a la inversión privada.

Así tenemos colegios de coeducación o de educación diferenciada, colegios bilingües, pre universitarios, aquellos que ofrecen el bachillerato internacional, que ofrecen talleres de música, talleres de deportes, católicos, etc. Dentro de esta variada oferta han surgido también los colegios de enseñanzas de valores, y a la vez variables con connotaciones metodológicas.

Bellido C. (2004). En la realización de su tesis para optar el título de magister en administración de negocios sobre la gestión de excelencia en un centro educativo privado. En la administración son importantes los procesos de planificación, gestión seguimiento y evaluación que es el llamado control, entendidos como medidores o indicadores para una gestión, constituyendo uno de los más grandes aportes administrativos, que permite tener una visión de la situación que se desea controlar. Los directores de las instituciones educativas manifiestan las necesidades de consolidar y asegurar la supervivencia de las mismas y trabajar los temas administrativos, no basados en la moda de los conceptos, sino desarrollando opciones para apoyar mejorar el alcance del trabajo cultural en la comunidad.

La formación profesional de los futuros profesionales, debe ser de carácter integral, que quiere decir con esto, tiene que tener relación tanto en lo pedagógico y en lo gerencial, teniendo en cuenta los aspectos administrativos constituye elementos básicos que apoyan y permiten la consecución de los objetivos de toda organización educativa, por lo tanto, es necesario que las personas que estén al frente de la dirección de un centro educativo privado, conozcan y manejen los conceptos, definiciones y procedimientos propios de la administración de organización.

Por otro lado, los cambios económicos, científicos, tecnológicos y la globalización de éstos y de las comunicaciones, demandan retos a la educación del presente siglo que es necesario que el profesional, que se desarrolla en el servicio educativo, conozca y aplique en su lugar cotidiano.

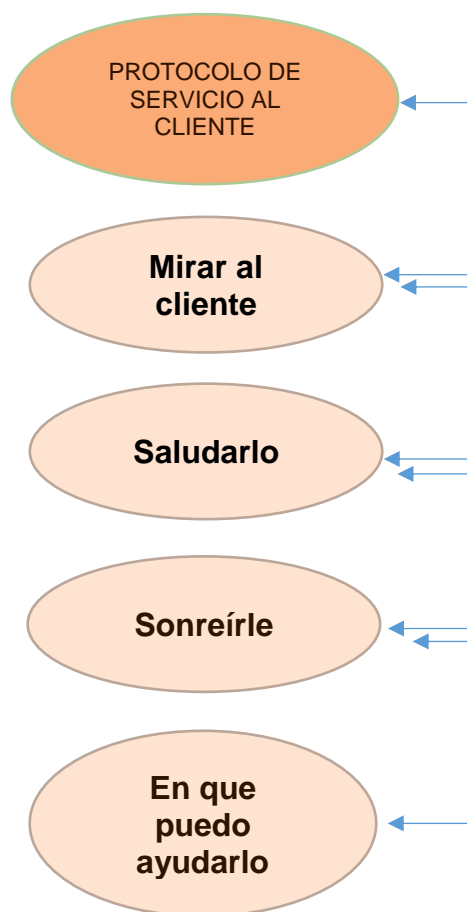
2.2 Bases teóricas de la Investigación

2.2.1 Atención al cliente

Calderón N. (2002). Nos dice que el servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades que se interrelacionan, con el fin de que el cliente termine satisfecho con el servicio o producto que se le brinda. Un buen servicio al cliente puede llegar al éxito de la empresa para las ventas más poderosos y así generar clientes fieles a la organización, atraer un nuevo cliente es un gran reto para las empresas por lo que las compañías han optado por poner mecanismos adecuados y establecidos sobre mejores tratos y servicio al usuario.

Gonzales C. (2015). Desde el principio de la humanidad el comercio ha sido un elemento vital en el desarrollo de las sociedades. Antiguamente para vender solo bastaba un producto que satisficiera una necesidad. La mayoría de las veces se habla de servicio al cliente desde la perspectiva del primer mundo, nuestras empresas algunas veces han tratado de implantar esos modelos sin éxito. Uno de los principales problemas en el cliente latino, que no sabe exigir sus derechos ni se sabe quejar cuando recibe un mal servicio. ¿Qué es servicio al cliente? proceso mediante el cual se establece un trato cordial, adecuado y amable por parte de las empresas a los clientes que las visitan. Lo anterior denota que la atención al cliente son los actos y esfuerzos que las empresas, tanto públicas como privadas deben realizar, para brindar un buen servicio que llene y hasta sobrepase las expectativas de sus clientes.

2.2.2 Protocolo del servicio al cliente.



Fuente: Diseño propio.

La satisfacción al cliente grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador. Tenemos pues que, en los años 10, 20, 30, 40, y 50's, había mucha demanda y poco producto, la atención y calidad en los servicios que se presentaban no eran una prioridad ya que se mantenían cautivos a los clientes, derivado de una oferta limitada de fabricantes. En los años 60, los hábitos de consumo empezaron a cambiar igual que la ideología social, surgieron nuevos

fabricantes que rápidamente se fueron infiltrando en el mercado global, aunque sin tanta sofisticación de producto y servicio.

Durante la década de los setenta las empresas de servicios comenzaron a enmarcarse profundamente en la satisfacción de sus clientes, debido a las bajas que estas habían obtenido anteriormente por la insatisfacción del cliente, es decir, que las empresas no le daban al cliente un servicio de calidad ni mucho menos excelente, porque se preocupaban más por producir que por satisfacer. Década de los 80 incluyó a los aparatos electrónicos en la discusión. Las agencias como el instituto de calidad de servicio, que ha proporcionado capacitación en el servicio al cliente desde 1971, desarrollo seminarios, libros y videos de capacitación adicionales. El seguimiento de los dispositivos y las encuestas en líneas en sitios web también ganaron popularidad.

En los años 90, la tecnología verdaderamente floreció y puso el mundo al alcance de todos los que podrían poseer o tener acceso a una computadora. El hecho de que el uso de la computadora es ordinariamente una actividad solitaria dio énfasis al concepto de recibir un servicio individual, personal y en cierto grado privado. Una vez que los procesos estandarizan y solucionan un porcentaje de las interacciones, es en la gestión de las excepciones donde se genera la experiencia y donde el cliente espera que las compañías estén preparadas para responder.

La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Gestión de Calidad

Es un “Conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, y las responsabilidades y se llevan a cabo a través de la planificación, el control, el aseguramiento y el mejoramiento de la calidad, en el marco del sistema de la calidad”. (González ,2000)

Es el grado predecible de uniformidad que proporciona fiabilidad a bajo costo en el mercado. (Deming, 1950).

2.3.2 Definición de Mypes

El concepto de las “Mypes” tiene un sinnúmero de acepciones, dependiendo de la institución que lo define o a la realidad en la que se ubica. A continuación, se exponen algunas de ellas, para posteriormente determinar qué acepción se tomará en cuenta en esta investigación.

Según un estudio promovido por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, Álvarez y Durán proponen definir homogéneamente a las empresas según su tamaño, como se observa en la Tabla 1 (2009, pp.31-32):

Tabla 1. Caracterización de las Mypes según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes).

Tamaño de economía vs Empresa	Micro	Pequeñas
Grandes	1 a 10	76 a 250
Medianas	1 a 10	11 a 50
Pequeñas	1 a 10	11 a 35

Adaptado de: Álvarez y Durán (2009)

Según este estudio, el Perú se encuentra caracterizado como una economía mediana, por lo cual, las Mypes, para este contexto, se definen como empresas que tienen entre 1 a 50 trabajadores (Álvarez y Durán, 2009, p.32).

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo, define a las Mypes según el número de los asalariados, tal como se muestra en la Tabla 05 (Oficina Internacional del Trabajo, 2004, párr.322):

La definición de Mypes en el Perú ha variado a través del tiempo. Para este estudio analizaremos las tres últimas variaciones: la Ley N° 28015 correspondiente al año 2003, el Decreto Legislativo N°1086, correspondiente al año 2008, y la Ley N°30056, correspondiente al año 2013. A continuación, se exponen los dos casos:

Según la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en

la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios ((Ley N° 28015, 03/07/2003).

Asimismo, según la Ley en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT, tal como se muestra en la Tabla 2:

Tabla 2. Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N°28015

Tamaño de empresa	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-50	De 150 a 850 UIT

Adaptado de: Ley N°28015 (2003)

Según el Artículo N°4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley Mypes (Decreto Supremo N° 007-2008-TR,2008), se define a la Micro y Pequeña Empresa como “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

De igual modo, según el Decreto Supremo en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores y ventas anuales de hasta 1700 UIT, tal como se muestra en la siguiente Tabla 3:

Tabla 3. Características de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008

Empresa según criterio	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-100	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 2008

De acuerdo a las modificaciones a los artículos 1, 5,14 y 42 Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley N° 30056), las Mypes se definen sólo por el volumen de ventas anuales, como se detalla en la Tabla 4:

Tabla 4. Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056

Tipo de empresa	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Ley N° 30056 (2013)

A partir de estos conceptos recogidos a través de estas tres instituciones, se ha elaborado un cuadro de ventajas y desventajas para poder definir el término MYPE para esta investigación. A continuación, se detalla en la Tabla 5:

Tabla 5. Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de Mypes

Propuesta según la entidad	Ventajas	Desventajas
GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y CenproMypes	Es un indicador que trata de abordar un concepto común de Mypes en el mundo, lo cual nos permitirá medir a las mypes peruanas en términos de desarrollo de comercio electrónico, no solo en el Perú, sino con respecto a otros países.	Sólo proponen un indicador, el cual aborda el número de trabajadores en la empresa, mas no el de ventas u otras características. El indicador no es igual para las mypes de todos los países, sino que difiere en función a tres niveles económicos, lo cual nos limita en cierto grado la comparación.
Organización Internacional del Trabajo	Es un indicador que dentro de un rango general, de 1 a 50 trabajadores, es igual al que propone la GTZ-cooperación técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes en la opción elegida para el Perú	Sólo proponen un solo Indicador para medir a las mypes: número de trabajadores en una empresa. Los rangos propuestos para este indicador son muy imprecisos y no se logra ubicar en qué posición se encuentra el Perú.
Gobierno Peruano	Muestra dos indicadores: el número de trabajadores y el rango de ventas. Existen dos estudios para definir Mypes	Los rangos propuestos, sobre todo, con el numero de trabajadores, son muy disimiles a los propuestos por las otras dos entidades.

		El nivel de ventas se mide a través del indicador UIT (monto no fijo).
--	--	--

A partir de este análisis de ventajas y desventajas acerca del uso de conceptos, se ha optado por crear una definición apropiada de MYPE para esta investigación, al acoplar las definiciones propuestas por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes y la definición propuesta por Gobierno Peruano en la Ley N°28015 del año 2003. Con respecto a esto último, se tomará en cuenta la legislación anterior, ya que nos permitirá comparar el nivel de ventas y juntar este indicador con aquel propuesto por la GTZ- Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, el cual es el número de empleados.

2.3.3. Nivel de innovación de las Mypes en el Perú

Existe poca cultura e innovación en las Mypes del Perú, ya que, según la investigación de la OCDE para el Perú en el 2011, las empresas que representan el mayor porcentaje del empresariado nacional peruano tienen aversión al riesgo, lo cual posiblemente ha sido generada por experiencias fallidas que usualmente son relacionadas a cambios que ha sufrido el entorno, como económicos, políticos, efectos sobre tasas de interés, inflación, etc. Además, se ha encontrado que existe “predominio de estrategias rentistas” y “bajos niveles de presión competitiva” en los empresarios conservadores, lo cual ocasiona que éstas Mypes no logren innovar (OCDE O., 2011).

Limitaciones de las Mypes

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2006, p.19), las Mypes presentan factores, tanto internos como externos, que les impiden llevar a cabo sus actividades de forma satisfactoria ante la fuerte competencia en el mercado (MTPE M., 2006). Estos se detallan a continuación:

- Presentan un ambiente laboral deficiente, en tanto no pueden ofrecer un clima que satisfaga de manera económica y psicológica a sus trabajadores (sensación de competencia, seguridad, reconocimiento, satisfacción, retribución, etc.) (MTPE M., 2006, p. 19)
- Existe competencia a través del juego de precios, en tanto los empresarios al no tener la capacidad económica-financiera suficiente frente a las grandes corporaciones no hacen análisis económicos ni de mercadeo. Las empresas tienen dificultad en planificar sus ingresos, a través de sus ventas, establecer precios y formas ingeniosas de darle valor agregado al cliente o consumidor (MTPE M., 2006, p.20).
- Existe un problema de apalancamiento financiero para nuevas inversiones, ya que no están dispuestos a hacerlo o no tienen los recursos necesarios. Esta realidad les resta nuevas oportunidades de crecimiento, lo que podría traducirse en mayores ingresos por defecto (MTPE M., 2006, p.20).
- Existe una estrategia de ventas muy precaria, en la cual las personas designadas a estas funciones deberían tener un conocimiento profundo sobre el tema y esta debería de estar en estrecha coordinación con todas las áreas de la empresa, ya

que son el elemento necesario para la prosperidad de la empresa (MTPE M., 2006, p.20).

- Existen muchas ventas por cobrar vencidas, lo que deviene en ingresos planificados no efectuados y, por tanto, en pérdidas para la empresa. Esto se debe al estilo de funcionamiento de las Mypes, las cuales trabajan a consignación y al crédito. En este punto, es necesario que la empresa aplique políticas de cobranza muy rigurosas (MTPE M., 2006, p.20).
- Deficiente gestión y de conocimiento de los empresarios, lo que resulta en el desconocimiento de los factores que presionan el sector, la industria o el mercado en el que se desenvuelve la empresa y, peor aún, el desconocimiento del uso adecuado de herramientas internas de gestión para poder afrontarlas de manera exitosa (MTPE M., 2006, p. 21)

Estos limitantes identificados representan una realidad de las Mypes hoy en día en el Perú, por lo que es importante remarcarlos.

2.3.4 Glosario de términos

Actividades escolares. Ejercitaciones que forman parte de la programación escolar y que tienen por finalidad proporcionar a los alumnos la oportunidad de vivenciar y experimentar hechos o comportamientos tales como pensar, adquirir conocimientos, desarrollar actitudes sociales, integrar un esquema de valores e ideales y conseguir determinadas destrezas y habilidades específicas. (Arteaga, 2013).

Actividades extraescolares. Los niños acuden a clase durante el horario lectivo en el que reciben las lecciones de los profesores dentro de cada materia. El tutor

de cada asignatura cumple con el programa del curso e imparte el temario previsto. Sin embargo, la agenda de los niños no se agota en las horas de clase marcadas, acompañadas del tiempo de deberes en casa y el espacio del recreo que simboliza el descanso y el tiempo de juegos con otros niños. Las actividades extraescolares son el complemento de aprendizaje para cualquier niño que disfruta durante su tiempo libre de actividades destinadas a potenciar algunas capacidades del niño. Por ejemplo; muchos niños eligen como actividad extraescolar la música y acuden al conservatorio para dar clases de solfeo y aprender a tocar instrumentos. Muchos alumnos eligen el deporte como mejor opción extraescolar para realizar ejercicio físico, estar en forma, fomentar el compañerismo a través del valor del equipo. (Nicuesa, 2009).

Actividad de evaluación. A través del proceso de evaluación podemos identificar casos como: Estudiantes que requieren un proceso de recuperación pedagógica, reforzamiento o profundización en determinados aprendizajes. El clima del aula que no favorece el aprendizaje de los estudiantes, estrategias didácticas que no son pertinentes a los estilos de aprendizaje de los estudiantes, instrumentos de evaluación mal diseñadas y peor aplicadas. Es el documento en que se explicita el conjunto de actividades, forma, momentos y situaciones en que se evaluarán a los alumnos, le da transparencia a la evaluación, permite al alumno administrar su aprendizaje, debe incluir el tipo de instrumento de evaluación de los indicadores.

Acto didáctico o acto educativo. Reafirma a la comunicación didáctica como pilar fundamental para desarrollar un proceso de aprendizaje eficaz que determina las maneras como el individuo se adapta a la cultura en la cual se encuentra inmerso, valora las competencias comunicativas entre profesor-alumno.

Es en el acto educativo donde se construyen los discursos, aquí las ideas se transforman en teorías y los sueños se convierten en productos creativos. Por lo tanto, el discurso en el aula se interesa por las relaciones sociales, históricas, afectivas y culturales de los agentes del proceso. Además, promueve que el lenguaje y el mensaje se ubiquen en el lugar asignado por la lógica y la cotidianidad de la práctica pedagógica, la relación maestro alumno y las acciones de poder.

Todo acto didáctico, en sí, como cualquier otra actividad humana, representa un problema de comunicación en el que cada participante (agente educativo) emplea sus capacidades y recursos lingüísticos para satisfacer sus necesidades de información y sus expectativas de formación; las cuales pueden ser el resultado de un deseo de adquirir conocimientos nuevos, de contrastar ideas mediante la participación social con distintos actos y modalidades de comunicación, o bien para ponerlas en conocimiento de los demás. **(Rojas E. M.)**.

Adaptación curricular. El proceso de aprendizaje que cualquier alumno emprende en la etapa escolar tiene una huella importante a lo largo de toda su vida puesto que, a mayor nivel de formación, más opciones de empleo tiene esa persona en su etapa adulta, pero también, más conocimientos tiene en la toma de decisiones. En un aula existen muchos alumnos que cursan un mismo curso, sin embargo, cada alumno es una persona única e irrepetible. **(Nicuesa, Definición ABC, 2014)**

Administración educativa. Es un campo amplio que nos permite entender el funcionamiento de una institución educativa, nos remite a observar la organización, la dirección y el buen manejo de la misma, desde un adecuado uso de los recursos que

componen a cualquier organización con enfoque financiero y de servicios. Por lo que primero tendremos que desglosar es qué entendemos por estos términos para comprender tales fundamentos. Comencemos por conocer qué es la administración como un punto de partida: Proceso que estructura y utiliza un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo tareas en un entorno organizacional. **(Martínez, 2012)**

Alumno. A instancias del proceso de enseñanza o del aleccionamiento acerca de cómo realizar tal o cual actividad, el alumno será aquel individuo que recibe la información calificada por parte del maestro o de quien más sabe sobre la materia en cuestión, o sea, el alumno será aquel que aprende, que recibe conocimientos por parte de otro, es el discípulo respecto del nuestro. **(Ucha, 2012).**

Antididáctica. En relación al contenido, el proceso instructivo puede ser entendido dentro de esta corriente como una tarea que comporta dos momentos fundamentales y dialécticos inseparables. La concienciación lleva consigo el compromiso de ruptura con las estructuras establecidas, por cuanto que estas son mecanismos de poder de la ideología dominante. En cuanto a la finalidad la antididáctica lucha por el cambio de estructuras de dominación, por la revolución total, no sólo didáctica, dentro del marco sociopolítico. Se propugna un cambio, en cuanto al acto didáctico, en la relación profesor-alumno-materia. Se trata de romper todo vínculo dependiente del docente o el discente entre sí y con la materia objeto de conocimiento. **(Arteaga, Conocimientos web. Net La divisa del nuevo milenio, 2013).**

Aula. Es el espacio donde se desarrolla el proceso de enseñanza-aprendizaje formal, independientemente del nivel académico o de los conocimientos impartidos en cada uno de ellos. El aula es generalmente un salón de dimensiones variables que debe contar con espacio suficiente como para albergar a los sujetos intervinientes en el mencionado proceso: el docente y los alumnos. Este espacio consta normalmente de un área para el trabajo del educador y con un área más amplia donde trabajan los alumnos de la manera más cómoda posible a fin de obtener los mejores resultados. **(Bembibre, Definicion ABC, 2009).**

Escuela. Entendemos por escuela a aquella institución que se dedica al proceso de enseñanza y aprendizaje entre alumnos y docentes. La escuela es una de las instituciones más importantes en la vida de una persona., quizás también una de las primordiales luego de la familia ya que en la actualidad se supone que el niño se integra a ella desde sus años tempranos para finalizarla normalmente cerca de su adultez. **(Bembibre, 2009).**

Materiales educativos. Es aquel que reúne medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje. Suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes y destrezas. Es importante tener en cuenta que el material didáctico debe contar con los elementos que posibiliten un cierto aprendizaje específico. Por eso, un libro no siempre es un material didáctico. Por ejemplo, no supone que el libro actué como material didáctico, aun cuando puede aportar datos de la cultura general y ampliar la cultura literaria del lector. **(Porto P. J., 2008).**

Primeros auxilios. Se denomina como primeros auxilios a aquellos primeros procedimientos y técnicas básicas e inmediatas que cualquier persona sin necesidad de ser un profesional médico la propinaran a una persona víctima de un accidente o de una dolencia repentina. estos por supuesto no buscan ni reemplazaran jamás a la atención medica que cada caso, como los que mencionamos más arriba requieren, pero sin dudas, suelen ser de gran valor a la hora de evitar un mal mayor y lograr que la persona herida o enferma se restablezca un poco, en orden a esperar que la ayuda médica se haga presente en el lugar del hecho o si la situación lo dispone, ser llevada a un lugar de asistencia pertinente para que sea atendida por profesionales idóneos. **(Ucha, Definicion ABC, 2009).**

Pupitre. El mobiliario escolar forma parte de una estancia destinada a un fin concreto: la educación académica. Uno de los muebles más importantes es el escritorio, es decir, la mesa de estudios en la que atendemos las indicaciones del profesor, vemos las anotaciones de la pizarra, consultamos el libro. El pupitre en un lugar de escritura y lectura. Un espacio que fomenta la disciplina en la creación de hábitos puesto que, gracias al proceso de aprendizaje escolar, vamos asumiendo responsabilidades que son acordes a nuestra edad. **(Nicuesa, Definicion ABC, 2016)**

Taller. Se designa a aquel espacio en el cual se realiza un trabajo manual o de tipo artesanal, como el taller de un pintor, de una modista, de elaboración de alfajores o de un alfarero, entre otras posibilidades, aunque el término puede designar otras cuestiones derivadas de él. **(Ucha, Definicion ABC, 2009)**

Tutoría. Se utiliza preferentemente en el ámbito escolar y hace referencia a un conjunto de acciones promovidas por un profesor, el tutor. La figura del tutor es quien establece la dinámica de la tutoría. **(Navarro, 2016).**

Orientación académica. Es un conjunto de actividades destinadas a los alumnos, los padres y los profesores, con el objetivo de contribuir al desarrollo de sus tareas dentro del ámbito específico de los centros escolares. Según otra definición, la orientación educativa es la disciplina que estudia y promueve las capacidades pedagógicas, psicológicas y socioeconómicas del ser humano, con el propósito de vincular su desarrollo personal con el desarrollo social del país. Por lo general, esta acción orientadora es coordinada por equipos psicopedagógicos en educación infantil y primaria, y por el departamento de orientación en la escuela secundaria. **(Porto & Maria, 2008).**

CAPÍTULO III HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

Las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería, año 2017 no cuentan con técnicas de gestión de calidad bajo en enfoque de atención al cliente porque consideran que las capacitaciones tienen costos altos y porque no encuentran ningún beneficio inmediato.

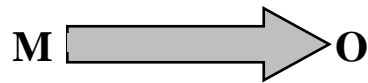
3.2 Hipótesis Específicas

- Las mypes del sector servicios, colegios particulares, que incluyeron técnicas de atención al cliente a su gestión, tienen un mejor desempeño y relación con sus clientes.
- Las mypes del sector servicios, colegios particulares, que tienen definido su misión, visión y valores están mejor compenetrados con su organización y brindan mejores servicios a sus clientes.
- Las mypes del sector servicios, colegios particulares, ubicados en el distrito de Callería, que ofrecen una imagen de gestión de calidad, no se encuentra bajo la informalidad.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de la investigación.

El diseño de investigación que se utilizó es no experimental – transversal-descriptivo.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

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

4.1.1 Tipo de investigación

Cuantitativa: En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.1.2 Nivel de investigación

Descriptiva, porque la investigación en todo momento tuvo como propósito comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

- **No experimental,**

La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, prestando atención tal como se muestran dentro de su contexto.

- **Correlacional**

Porque es el análisis de dos variables existentes en el proyecto de investigación.

- **Descriptivo**

La investigación tendrá carácter descriptivo. Solo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.

4.2 Población y muestra.

4.2.1 Población

Constituida por las micro y pequeñas empresas del sector de servicios, rubro colegios particulares del distrito de Callería. Para nuestro estudio se acudió a las fuentes de información como la UGEL de la Provincia de Coronel Portillo y Sunat. La población se determinó en 27 mypes de centros educativos.

4.2.2 Muestra

Con la finalidad de que nuestra investigación obtenga resultados precisos, convenimos en considerar como muestra a toda la población.

$$n = \frac{Z^2 p Qn}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Dónde:

n = ?

N = Población

Z² = 1.96 (coeficiente de confianza) nivel de confianza 95%

P = 0.50 proporcionalidad del evento de estudio

q = 0.50 complemento de P.

E = 0.05 (5%) error absoluto.

Resultado: De la aplicación, resulta una muestra de 25 mypes.

En la realización de la investigación, solo 20 propietarios o administradores apoyaron la investigación contestando la encuesta que se les presentó.

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 6: Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Constituye una acción acompañada de estrategias para llevar adelante la organización de una empresa u organización, y lograr los objetivos diseñados.	Plan de Gestión	¿cuenta con plan de gestión?	Nominal
		Procesos Estandarizados	¿cuenta con procesos estandarizados?	Nominal
		Misión, Visión, Valores	¿Ha diseñado la misión, visión y valores de su organización?	Nominal
Enfoque en el cliente	Es destinar el plan de acciones en identificar, organizar, satisfacer y evaluar los atributos que valora el cliente.	Nivel de Servicio	¿cuenta con protocolos de servicio al cliente? ¿Realiza acciones de medición de satisfacción? ¿capacita a sus nuevos colaboradores?	Nominal
		Atención a quejas y sugerencias.	¿Evalúa su nivel de servicio? ¿mide el tiempo de atención?	Nominal

Fuente: Elaboración Propia.

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Se utilizó la observación, entrevistas y encuestas para la obtención de los datos necesarios a la investigación.

4.4.2 Instrumentos

Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario estructurado en 23 interrogantes contenidos en una encuesta.

4.5 Plan de análisis de datos

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación, se hizo uso del análisis descriptivo y para la tabulación de los datos se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS, para estadística e investigación.

4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 7: Matriz de consistencia de la investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<p>El nivel de servicio que ofrecen a sus clientes las mypes del sector servicios, colegios particulares del distrito de Callería, año 2017, no es satisfactorio originado por falta de actitud de servicio.</p>	<p>Objetivo general. Determinar si las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería, año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar si las mypes en el sector servicios, colegios particulares del distrito de Callería, están formalizadas. • Conocer si las mypes del sector 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Representada por “enfoque de atención al cliente”.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Representada por “gestión de calidad”.</p>	<p>Las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería, año 2017 no cuentan con técnicas de gestión de calidad bajo un enfoque de atención al cliente porque consideran que las capacitaciones tienen costos altos y porque no encuentran ningún beneficio inmediato.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las mypes del sector servicios, colegios particulares, que incluyeron 	<p>TIPO. El tipo de investigación es cuantitativo.</p> <p>NIVEL: El nivel de la investigación es no experimental, descriptivo, correlacional.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>

	<p>servicios, colegios particulares del distrito de Callería, aplican gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar qué beneficios obtienen con la gestión de calidad las mypes del sector servicios, colegios particulares del distrito de Callería, año 2017. 		<p>técnicas de atención al cliente a su gestión, tienen un mejor desempeño y relación con sus clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las mypes del sector servicios, colegios particulares, que tienen definido su misión, visión y valores están mejor compenetrados con su organización y brindan mejor servicio a sus clientes. • Las mypes del sector servicios, colegios particulares, ubicados en el distrito de Callería, que ofrecen una imagen de gestión de calidad, no se encuentra bajo la informalidad. 	<p>Población: La población en estudio está conformada por las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería. Se acudirá a fuentes de información tales como la UGEL de la provincia de Coronel Portillo. Se determina en 27 mypes.</p> <p>Muestra: Son 25 mypes, pero la investigación se realizó a 20 colegios particulares.</p>	
--	---	--	--	---	--

Fuente: Elaboración Propia.

4.7 Principios éticos

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, en lo que consta los principios éticos que presenta nuestra investigación, en todo su desarrollo:

- Respeto por las personas. Son las relaciones que se establece entre grupos de personas, destacando mayores valores que muestra una sociedad.
- Equidad. Es una disposición que nos mueve a dar a cada uno lo que le corresponde, además se establece un principio ético o de justicia en la igualdad. De esta manera nos obliga a plantearnos los objetivos que debemos conseguir para avanzar hacia una sociedad más justa. Por ejemplo, una sociedad que aplique la igualdad de manera absoluta será una sociedad injusta, ya que no tiene en cuenta las diferencias existentes entre las personas y los grupos. La equidad es la justicia aplicado a casos concretos
- Justicia. Es el reconocimiento al derecho, intereses y sentimientos. Implica un verdadero interés no egoísta respecto al otro, más allá de las obligaciones que se pueda presentar. Uno de los filósofos que mayor influencia ha ejercido sobre el concepto de respeto es Immanuel Kant, este pensador sostiene que los seres humanos deben ser respetados porque son un fin en sí mismo.

Estos principios sirven para la ética de la investigación respecto a las relaciones que se va a establecer.

CAPÍTULO V RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

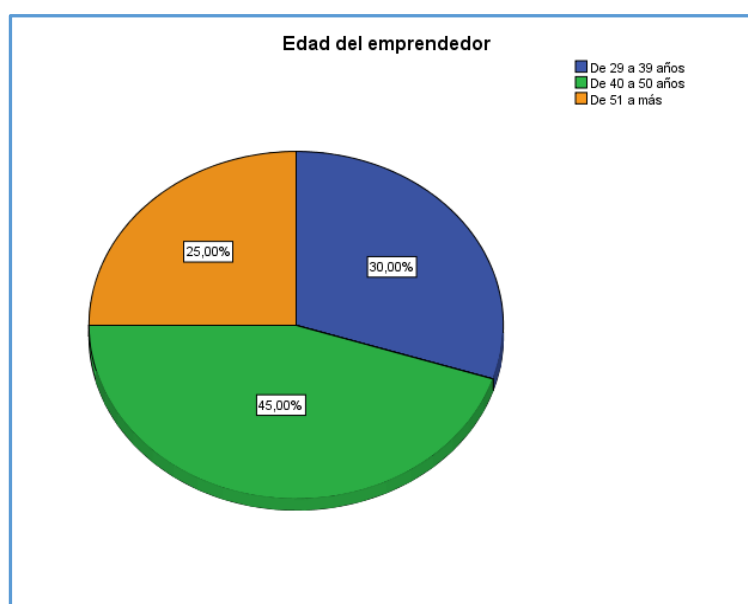
A. DATOS GENERALES

TABLA 8

		Edad del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 29 a 39 años	6	30,0	30,0	30,0
	De 40 a 50 años	9	45,0	45,0	75,0
	De 51 a más	5	25,0	25,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 1



Fuente: Elaboración propia

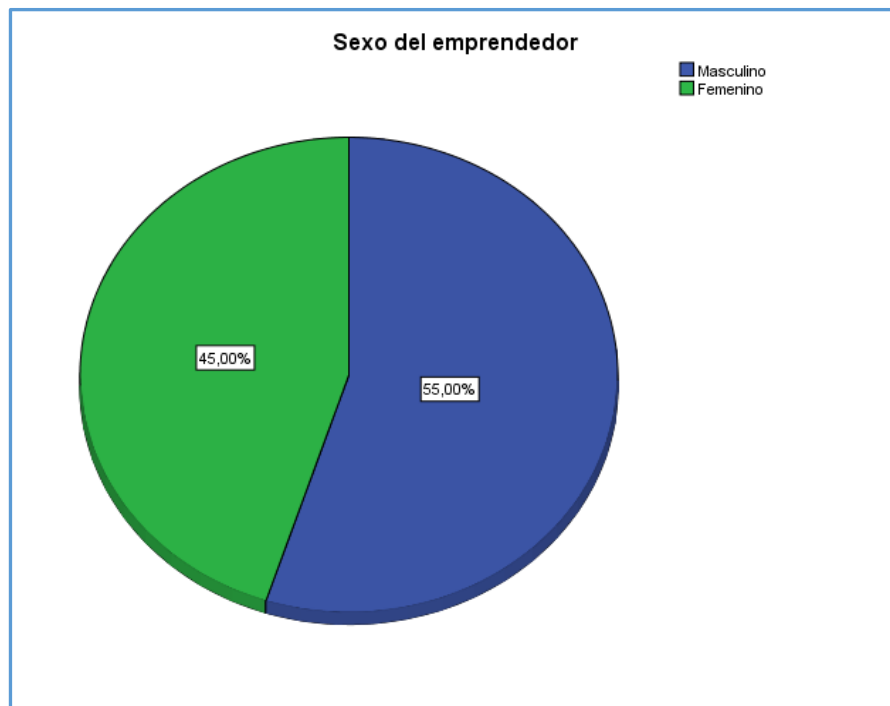
DESCRIPCIÓN : Según el gráfico, el 45% de los emprendedores encuestados está en el rango de “40 a 50 años”, el 30% de “29 a 39 años, y de 51 años a más el en 25%.

TABLA 9

		Sexo del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	11	55,0	55,0	55,0
	Femenino	9	45,0	45,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 2



Fuente: Elaboración propia

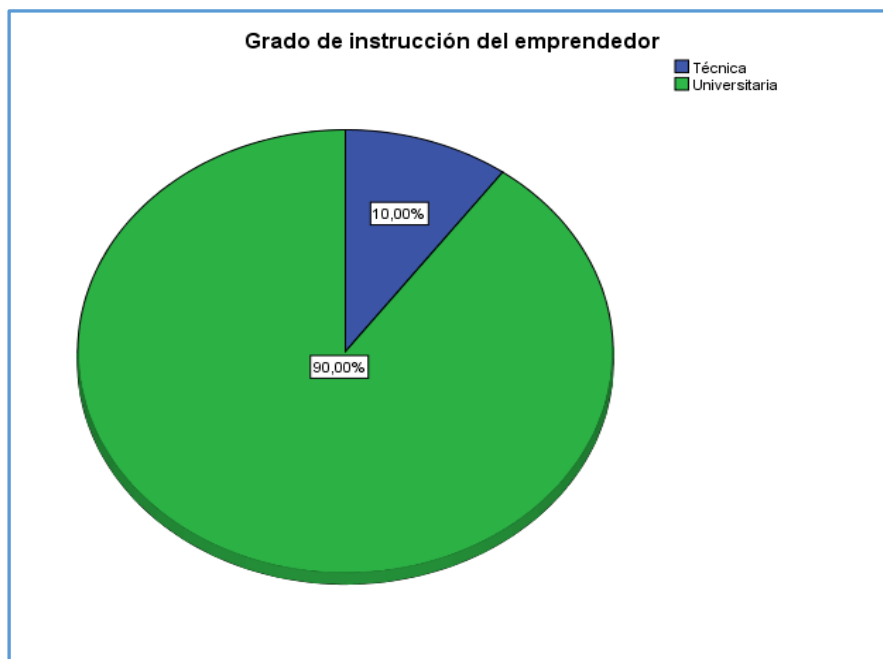
DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, el 45% de emprendedores es de sexo femenino y el 55% de sexo masculino.

TABLA 10

		Grado de instrucción del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Técnica	2	10,0	10,0	10,0
	Universitaria	18	90,0	90,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 3



Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, el 10% de emprendedores cuentan con estudios técnicos, mientras que el 90% cuentan con grado universitarios.

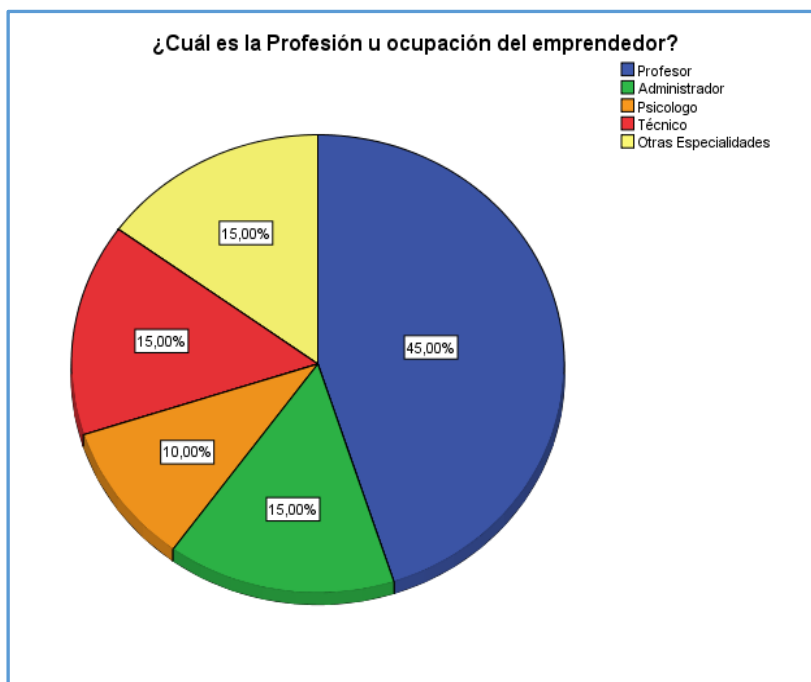
TABLA 11

¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Profesor	9	45,0	45,0	45,0
	Administrador	3	15,0	15,0	60,0
	Psicólogo	2	10,0	10,0	70,0
	Técnico	3	15,0	15,0	85,0
	Otras Especialidades	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 4



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, el 45% de emprendedores encuestados son profesores, el 15% administradores, técnicos y otras especialidades, respectivamente; y solo 10% son psicólogos de profesión.

B: DATOS DE LA EMPRESA

TABLA 12

¿Su empresa está formalizada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	17	85,0	85,0	85,0
	En trámite	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 5



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos de la encuesta realizada, el 85 % de empresas en este sector son formales, mientras que el 15 % aún son informales.

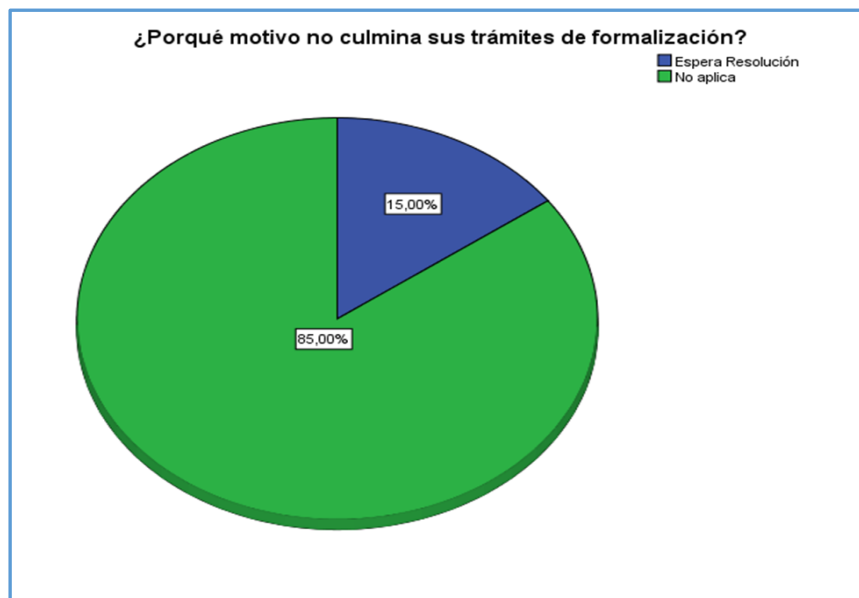
TABLA 13

¿Por qué motivo no culmina sus trámites de formalización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Espera Resolución	3	15,0	15,0	15,0
	No aplica	17	85,0	85,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 6



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos de la investigación, el 15 % no culminó los trámites de formalización, por espera de resolución. En tanto el 85% ya son formalizadas.

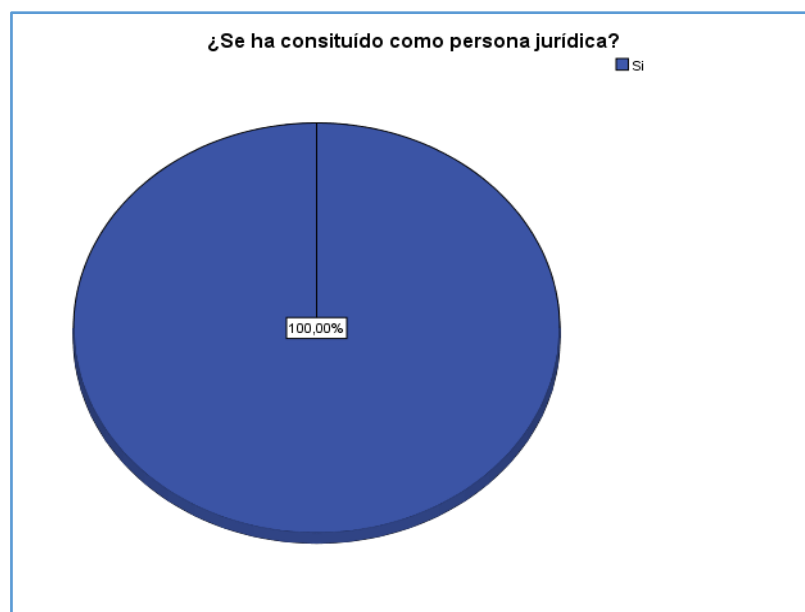
TABLA 14

¿Se ha constituido como persona jurídica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	100,0	100,0	100,0

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 7



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos obtenidos, el 100 % de los emprendedores de han constituido como persona jurídicas

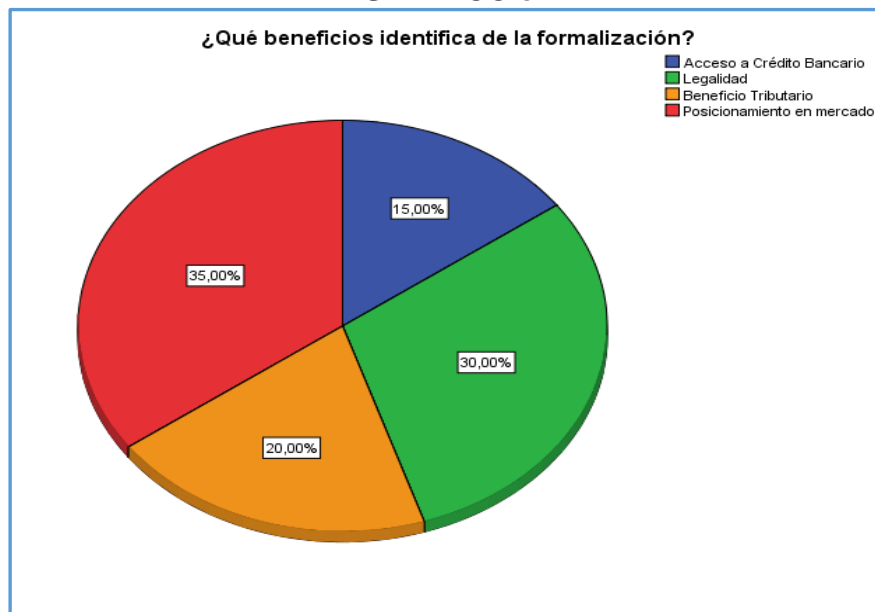
TABLA 15

¿Qué beneficios identifica de la formalización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Acceso a Crédito Bancario	3	15,0	15,0	15,0
	Legalidad	6	30,0	30,0	45,0
	Beneficio Tributario	4	20,0	20,0	65,0
	Posicionamiento en mercado	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 8



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos obtenidos, el 15 % considera como beneficio de la formalización a los créditos bancarios, el 30% a la legalidad; mientras que, el 20% a los beneficios tributarios y el 35 % a lograr posicionar su marca en el mercado.

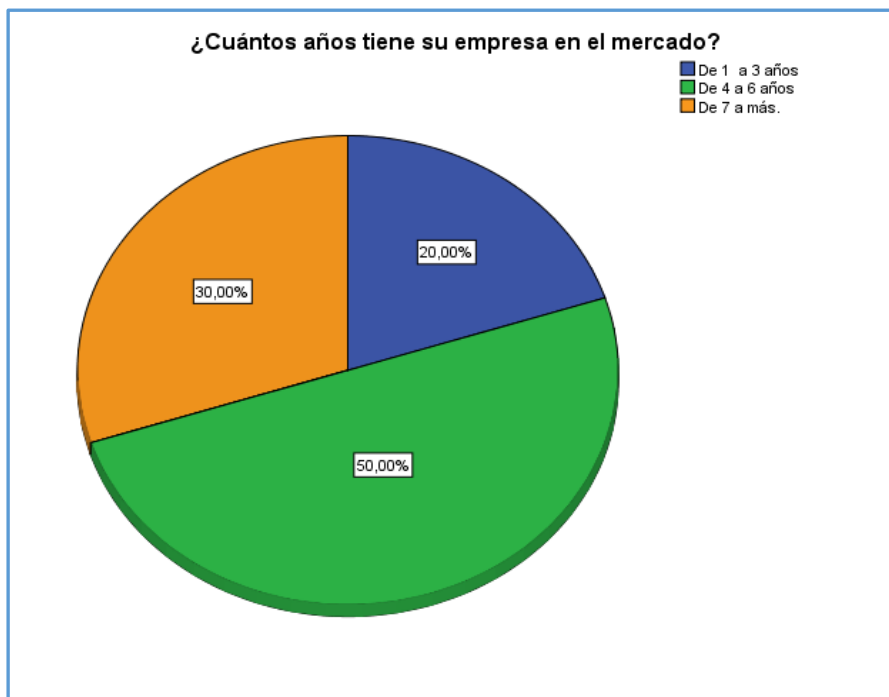
TABLA 16

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 3 años	4	20,0	20,0	20,0
	De 4 a 6 años	10	50,0	50,0	70,0
	De 7 a más.	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 9



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, un 20 % de los emprendedores tiene de 1 a 3 años de permanencia en el mercado, el 50 % de 4 a 6 años y el 30 % de 7 a más.

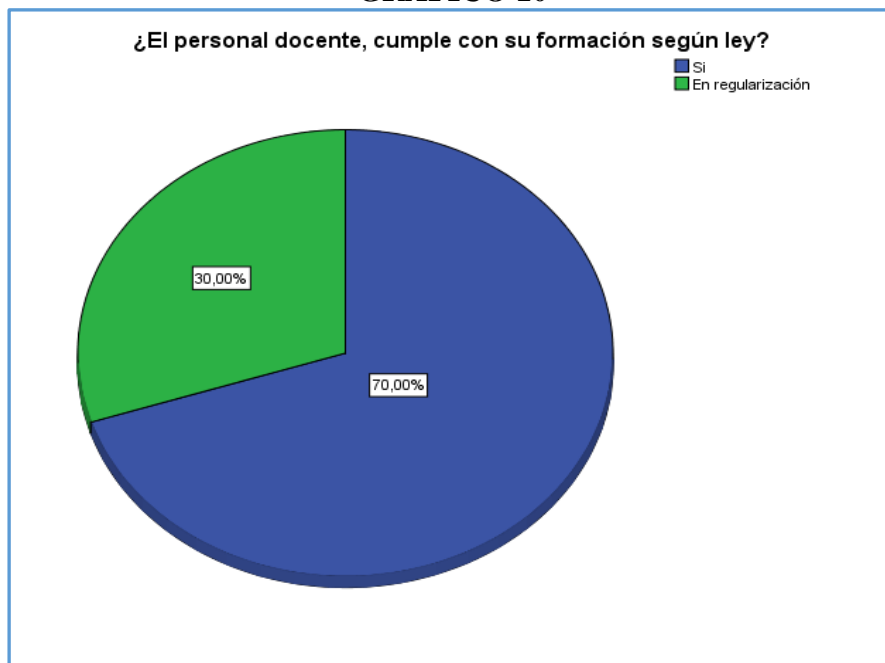
TABLA 17

¿El personal docente, cumple con su formación según ley?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	14	70,0	70,0	70,0
En regularización	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 10



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Se interpreta del gráfico obtenido que, el 70% de docentes cumplen con una formación de acuerdo a ley, mientras que el 30 %, manifiesta estar aún en regularización.

C: SOBRE GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

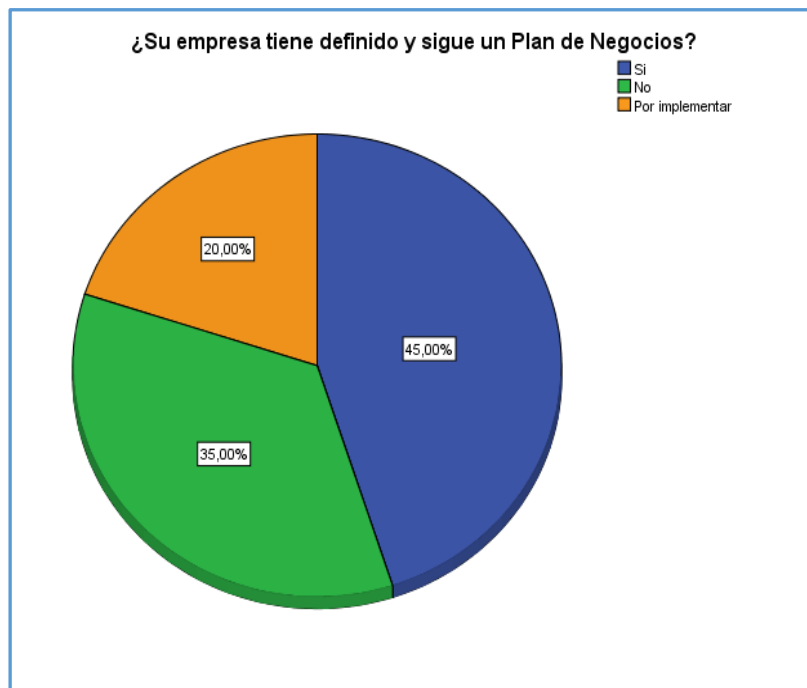
TABLA 18

¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	45,0	45,0	45,0
	No	7	35,0	35,0	80,0
	Por implementar	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 11



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, el 45% de los encuestados manifiesta que utiliza un plan de negocio, mientras que el 35 % no y un 20 % lo tiene por implementar.

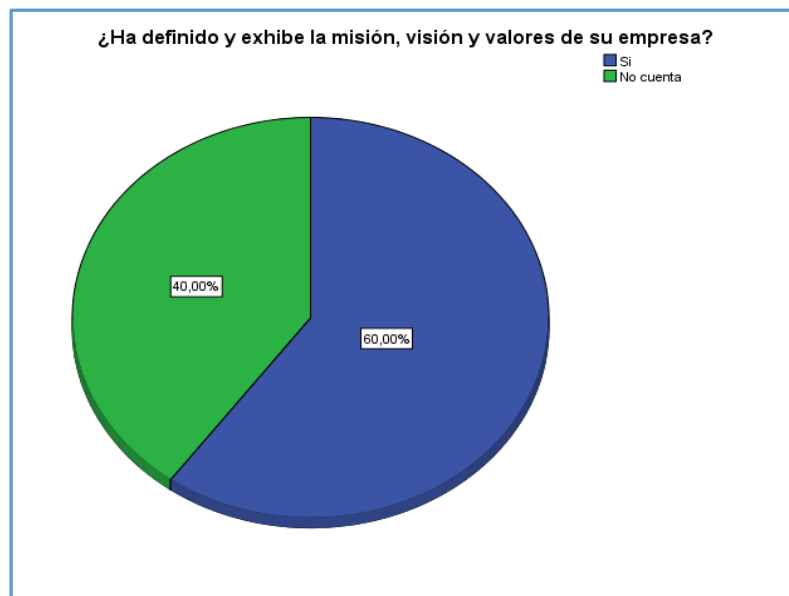
TABLA 19

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	12	60,0	60,0	60,0
	No cuenta	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 12



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Se interpreta del gráfico que el 60% de los emprendedores tiene establecida la misión y visión y las exhibe en su empresa, mientras que el 40 % no lo tiene.

TABLA 20

¿Evidencia una gestión de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	25,0	25,0	25,0
	No	6	30,0	30,0	55,0
	Por implementar	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 13



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos de la investigación, el 25 %, de las empresas **si** evidencia una gestión de atención al cliente, el 30% no la evidencia y el 45% está en proceso.

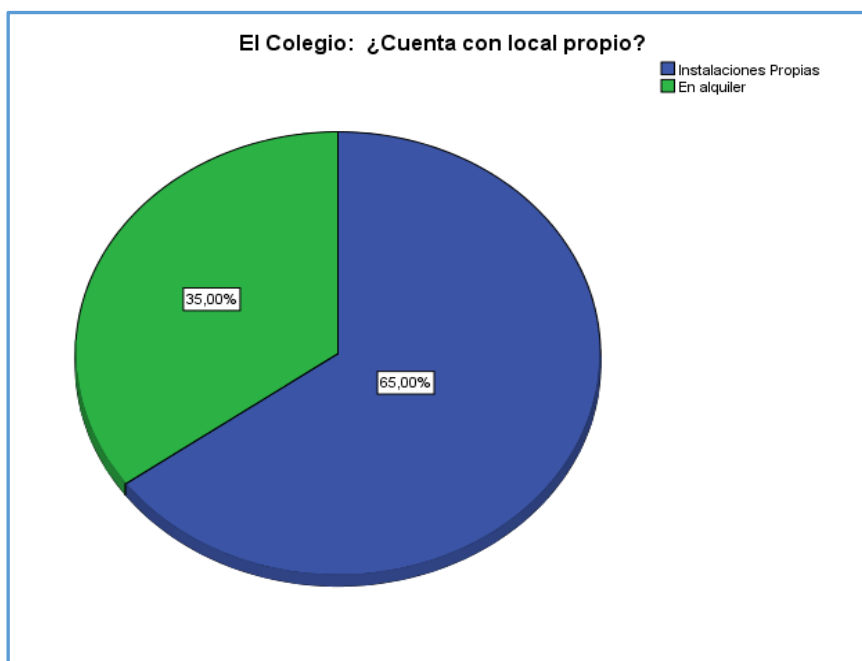
TABLA 21

El Colegio: ¿Cuenta con local propio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Instalaciones Propias	13	65,0	65,0	65,0
	En alquiler	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 14



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos obtenidos de la encuesta, el 65% de las empresas tiene local propio, mientras que el 35 % tiene local alquilado.

TABLA 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si cumple	14	70,0	70,0	70,0
	En implementación	4	20,0	20,0	90,0
	No cumple	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 15



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Se interpreta del gráfico que el 70% de las empresas en este rubro, SI cuenta con infraestructura adecuada para el alumnado, el 20 %, está aún en implementación y el 10 % NO cumplen con los requisitos.

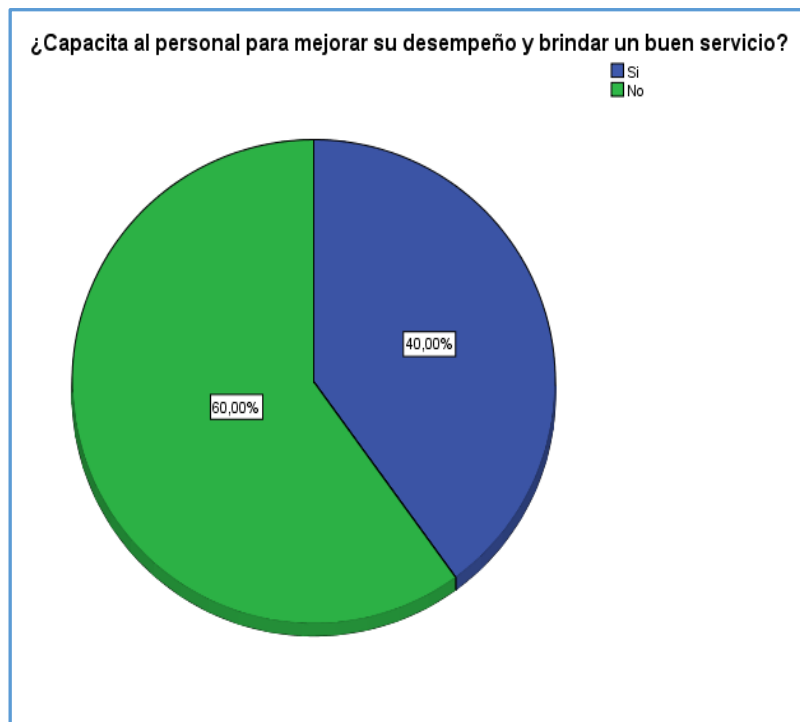
TABLA 23

¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	40,0	40,0	40,0
	No	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 16



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Se interpreta de los datos que el 40 %, de las empresas **SI** capacita y mejora el desempeño de sus colaboradores, mientras que el 60% **NO** lo hace.

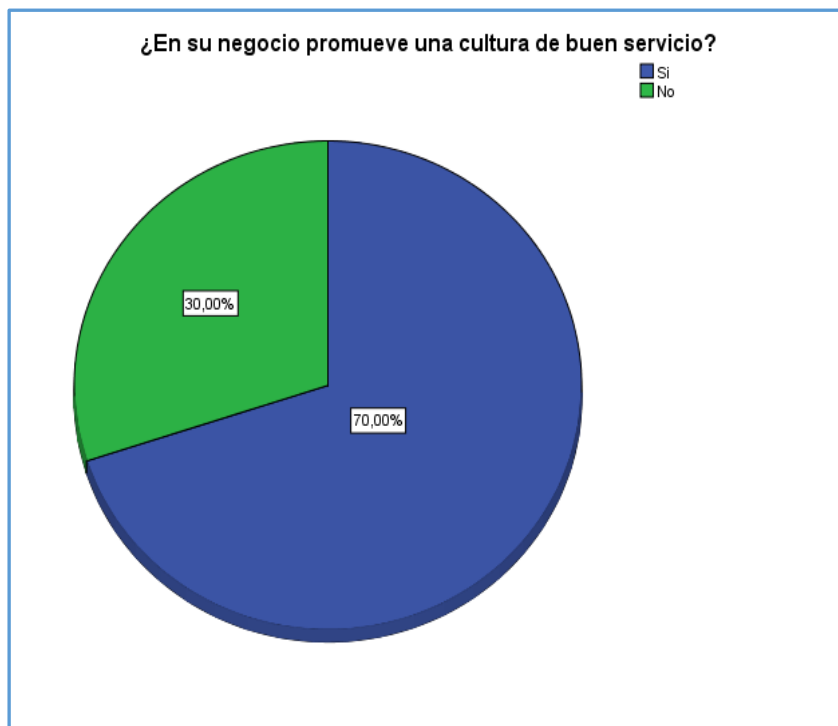
TABLA 24

¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	70,0	70,0	70,0
	No	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 17



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Se interpreta de los datos obtenidos que el 70 % de las empresas SI promueve una cultura de servicio, mientras que el 30 % NO lo hace.

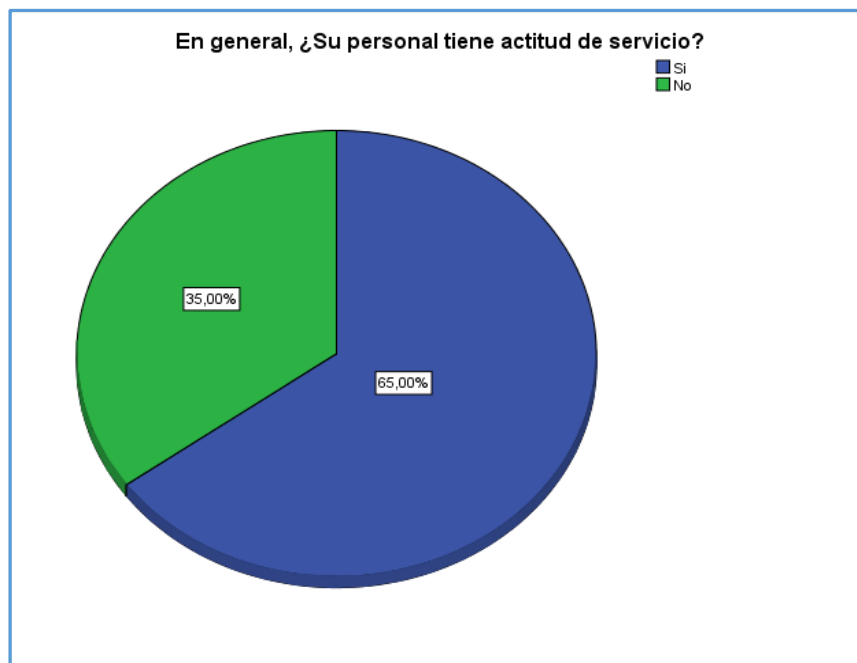
TABLA 25

En general, ¿Su personal tiene actitud de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	65,0	65,0	65,0
	No	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 18



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, los emprendedores en este rubro, manifiestan que el 65 % de sus colaboradores tiene actitud de servicio, pero el 35 % afirma que no cuentan con actitud de servicio.

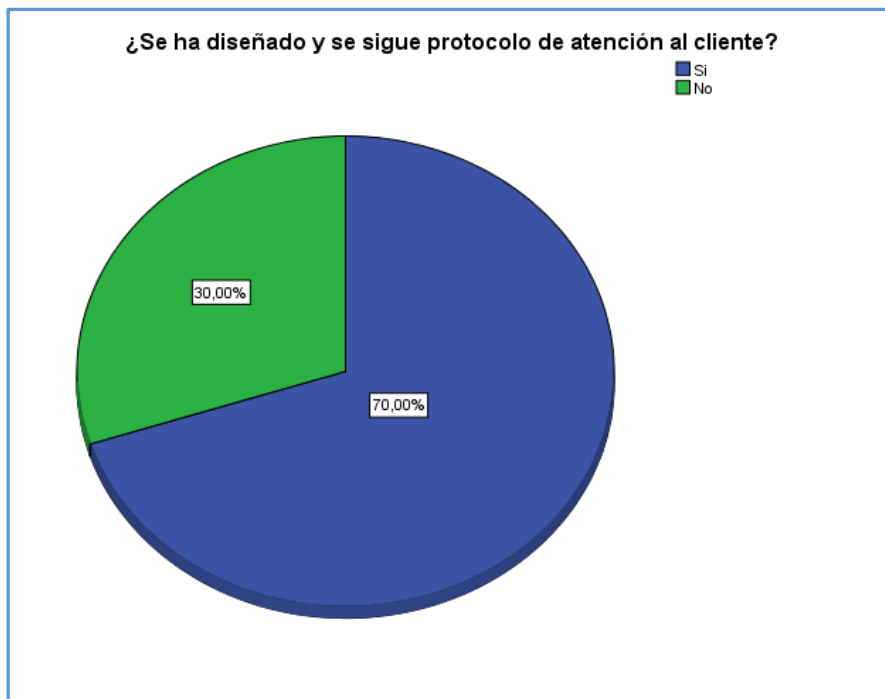
TABLA 26

¿Se ha diseñado y se sigue protocolo de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	70,0	70,0	70,0
	No	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 19



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: El 70% de las empresas SI tiene diseñado protocolos referentes al servicio de atención de calidad, mientras que el 30% aún NO cuenta con estos procesos.

TABLA 27

		¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	75,0	75,0	75,0
	Se presentaron casos	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 20



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, el 75 % asevera NO fomentar la discriminación hacia sus clientes, mientras que un 25 % manifiestan que SI se presentan casos.

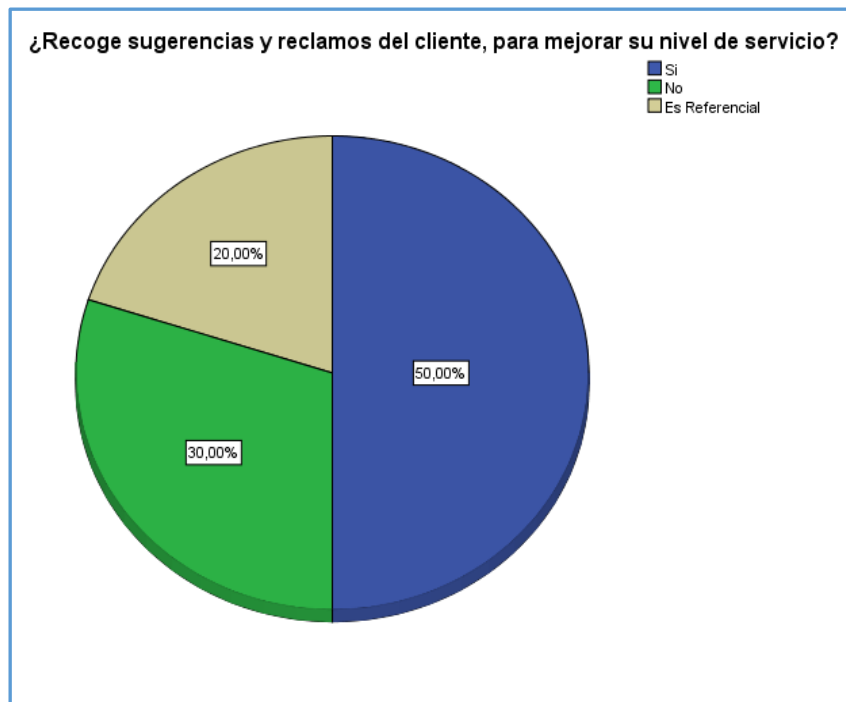
TABLA 28

¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	50,0	50,0	50,0
	No	6	30,0	30,0	80,0
	Es Referencial	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 21



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según el gráfico, el 50% pone interés en las sugerencias de sus clientes para evitar reclamos posteriores, el 30 % no tiene la práctica y el 20 % restante, eventualmente lo hace.

TABLA 29

¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Incremento de ventas	2	10,0	10,0	10,0
	Posicionamiento	3	15,0	15,0	25,0
	Nuevos clientes	7	35,0	35,0	60,0
	Menos quejas	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 22



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos obtenidos, el 10% obtuvo mejores ventas por aplicar el enfoque de atención de calidad al cliente, el 15% indica haber obtenido posicionamiento en el mercado, un 35% afirma mejoró en la llegada de nuevos clientes y el 40% restante en la disminución de reclamos.

TABLA 30

¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	90,0	90,0	90,0
	Es Referencial	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de encuesta realizadas a las mypes.

GRÁFICO 23



Fuente: Elaboración Propia.

DESCRIPCIÓN: Según los datos, el 90% de los emprendedores asegura que sus clientes se fidelizan al valorar el buen servicio, mientras que un restante 10% indica la valoración solo es referencial.

5.2 Análisis de resultado

Los resultados obtenidos en la investigación, responderemos las preguntas que están tanto de los objetivos, marco teórico e hipótesis, a través de un análisis e interpretación correspondientes.

A: DATOS GENERALES

Respecto a la pregunta **¿Cuál es la edad del emprendedor?** el 45% está en el rango “de 40 a 50 años”, el 30% de “29 a 39 años, de 51 a más el 25%.

¿Sexo del emprendedor? Según el gráfico el 45% de emprendedores es de sexo femenino y el 55% sexo masculino.

Seguidamente **¿Grado de instrucción del emprendedor?** El 10% de emprendedores cuentan con estudios técnicos y el 90% tienen grado de instrucción universitaria.

¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor? El 45% de emprendedores son profesores, el 15% administradores, técnicos y otras especialidades respectivamente, y el 10% son psicólogos.

B: DATOS DE LA EMPRESA

De acuerdo a la pregunta de formalización, **¿Su empresa está formalizada?** Según el gráfico el 85% son empresas formales, el 15% informales.

¿Por qué motivo no culmina sus trámites de formalización? El 15% no culmina por espera de resolución, el 85% formalizadas.

¿Se ha constituido como persona jurídica? En su totalidad las mypes si están constituidas como persona jurídica.

Estas interrogantes responden a partes de nuestro objetivo de la investigación, que hace conocer si las mypes en estudio se encuentran bajo la normativa de formalización, y que beneficios se logra con este proceso. Demostrando que en su mayoría las mypes están bajo el marco de la ley e identificando cuáles fueron los obstáculos o que motivo no se pudo llegar a la formalización.

¿Qué beneficios identifica de la formalización? El 15% créditos bancarios, el 30% legalidad, 20% beneficios tributarios, el 35% logra posicionarse su marca en el mercado.

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado? Según el grafico el 20% tiene permanencia en el mercado de 1 a 3 años, el 50% de 4 a 6 años y el 30% de 7 a más.

¿El personal docente cumple con su formación según ley? Según el grafico el 70% de docentes cumplen con una formación de acuerdo a ley, el 30% aun en regularización.

C: SOBRE GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocios?

El 45% utiliza un plan de negocios, el 25%, el 35% no y el 20% está por implementar.

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa? El 60% tiene establecido la misión, visión de su empresa y el 40% no.

¿Evidencia una gestión de atención al cliente? El 25% si evidencia una gestión de atención al cliente, el 30% no y el 45% está en proceso.

El colegio **¿Cuenta con local propio?** Según el gráfico el 65% cuenta con local propio y el 35% alquilado.

¿Las instalaciones y organización de su local, está pensado en el alumnado? Según la investigación el 70% cuenta con infraestructura adecuada para alumnos, el 20% en instalaciones y el 10% no cumplen con los requisitos.

¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio? El 40% si capacita y mejora el desempeño de sus colaboradores y el 60% no.

Los interrogantes referidos a la gestión de calidad y servicio de atención al cliente darán respuesta a nuestros objetivos y también nuestras hipótesis, preguntas relacionadas a las estrategias que utilizan los centros particulares de estudio. Alcanzando un análisis amplio sobre las herramientas que utilizan para brindar un mejor servicio al cliente.

¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio? El 70% promueve una cultura de buen servicio y el 30% no.

En general ¿Su personal tiene actitud de servicio? El 65% con actitud de servicio y el 35% no cuentan con actitud de servicio, aún hay mucho trabajo que hacer al respecto.

¿Se ha diseñado y se sigue protocolo de atención al cliente? El 70% si tiene diseñado protocolos referentes al servicio de atención al cliente y el 30% aún no cuenta con estos procesos

¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación? según el gráfico el 75% no fomenta la discriminación hacia los clientes y el 25% existe casos.

Respecto a la pregunta **¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?** El 50% pone interés en las sugerencias de sus clientes, para evitar reclamos posteriores, el 30% no tiene la práctica y el 20% eventualmente lo hace.

Enfoque en atención **¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?.** El 10% mejores ventas, el 15% posicionamiento en el mercado, 35% llegada de nuevos clientes y el 40% disminución de reclamos.

¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización? El 90% asegura que los clientes fidelizan al valorar el buen servicio y el 10% solo es referencial.

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Luego del trabajo de investigación de campo, tabulación y proceso de graficar e interpretación de resultados, procederemos a concluir los resultados relacionándolos con nuestro marco teórico, objetivos, e hipótesis respectivamente.

Respecto al perfil de los emprendedores en estudio

- Según el resultado brindado se llegó a la conclusión que, los emprendedores el 45% está en el rango de 40 a 50 años, el 30% de 29 a 39 años, demostrando que los colegios particulares están direccionados por personas mayores. Además, en su mayoría son del género masculino.
- Los emprendedores en su gran mayoría tienen el grado de instrucción universitarios 90%, y el 10% técnicos, con esto se demuestra que los emprendedores del sector servicios, colegios particulares son personas preparadas intelectualmente, sin embargo, no tienen mayores alcances sobre una gestión de calidad. Mayormente los emprendedores es estudio son profesores 45%.

Respecto a los datos de la empresa

- Se concluyó que el 85% son empresas formales, teniendo a un porcentaje menor de las empresas informales el 15%. habiendo no concluido con los trámites a espera de la resolución.
- Las mypes en estudio el 20% tiene permanencia en el mercado de 1 a 3 años, el 50% de 4 a 6 años y el 30% de 7 a más. Identificando los beneficios de formalización de créditos bancarios.
- Además de esta investigación se concluyó que todos las mypes en estudio se han constituido como persona jurídica.

Respecto a la gestión de calidad y servicio de atención al cliente

- Los emprendedores encuestados señalan que, si utilizan un plan de negocio 45%, y el 20% está por implementar mecanismos estratégicos sobre un plan de negocios.
- No han definido ni exhiben la misión, visión y valores de su empresa (60%), teniendo a sus trabajadores a falta de compromiso con los objetivos que la organización presenta, manteniendo a la organización en un solo equipo.

- El sector servicios, colegios particulares cuenta con local e instalaciones propias para el desarrollo académico integro de la institución 65%, y tanto es así que la instalación está pensado en el alumno.
- La capacitación es un tema de gran prioridad para los distintos sectores en estudio, pero el 60% no recibe cursos de capacitación.
- En el sector servicios, colegios particulares el promover una cultura de buen servicio es de mucha importancia, porque las actividades estarán enfocadas en el cliente y las necesidades que presenta.
- El 70% si tiene diseñado protocolos referentes al servicio de atención al cliente, y se atiende sin ningún tipo de discriminación, gracias que recoge las sugerencias de los clientes 50% para evitar posibles reclamos a futuros.
- El 90% consideran que los clientes si valoran el servicio y genera fidelización, brindando atención de calidad, con un enfoque de mejora continua.

6.2 Recomendaciones

Se realizó las siguientes recomendaciones de la investigación en estudio

- Se recomienda que el sector servicios, colegios particulares, deben capacitar periódicamente a su personal, para poder entablar relaciones duraderas respecto al cliente, generando confianza y fidelización con las actividades que

se desempeña. Brindándole al cliente un ambiente de seguridad y niveles altos sobre educación.

- También, se debe establecer mecanismos estratégicos sobre gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente, para poder recoger las sugerencias de los clientes y fortalecer las debilidades que se presenta en el sector servicios, colegios particulares. A fin de lograr un mayor posicionamiento en el mercado.
- Además, se recomienda en el sector servicios, colegios particulares evidenciar una gestión de calidad en el servicio de atención al cliente, recogiendo sus necesidades y superando sus expectativas. De esta manera se podrá obtener resultados favorables para la organización consecuentemente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arteaga, J. (21 de Octubre de 2013). *Conocimientos web. Net La divisa del nuevo milenio*. Obtenido de Conocimientos web. Net La divisa del nuevo milenio: <http://www.conocimientosweb.net/zip/article205.html>
- Arteaga, J. (21 de Octubre de 2013). *Conocimientos web.net*. Obtenido de Conocimientos web.net: <http://www.conocimientosweb.net/zip/article202.html>
- Bembibre, C. (12 de Julio de 2009). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/social/escuela.php>
- Bembibre, C. (12 de Julio de 2009). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/general/aula.php>
- Botero, M. M., & Paola, P. (2006). Calidad en el servicio, el cliente incógnito. *Suma psicología*, 217-228.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Madrid: Editorial Diaz de Santos.
- Garcia, S. (2009). Diagnostico de la Relacion Clima Organizacional y Sistema de Gestion de la Calidad: caso Organo interno de Control Paraestatal. En S. Garcia, *Diagnostico de la Relacion Clima Organizacional y Sistema de Gestion de la Calidad: caso Organo interno de Control Paraestatal* (págs. 51-52-53-54). Veracruz: Sin Editorial.
- Gonzales, C. (12 de Mayo de 2015). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/kvqvxhsh4ktg/antecedentes-fundamentales-del-servicio-al-cliente/>
- Porto, P. J. (2008). *Definicion.DE*. Obtenido de Definicion DE: <https://www.definicionabc.com/general/material-didactico.php>

- Porto, P., & Maria, M. (2008). *Definicion de orientacion*. Obtenido de Definicion de orientacion: <https://definicion.de/orientacion-educativa/>
- Rojas, E. M. (s.f.). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/634/Acto%20didactico.htm>
- Rojas, E. M. (s.f.). *Eumed.Net*. Obtenido de Eumed.Net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/634/Acto%20didactico.htm>
- Rodrigo, J. y. (2008). *Aula de economia*. Sin editorial.
- Ramirez, C. (2005). Fundamentos de la Administracion. En C. Ramirez, *Fundamentos de la Administracion* (pág. 195). Bogota, Colombia.
- Ucha, F. (27 de Enero de 2009). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/salud/primeros-auxilios.php>
- Ucha, F. (3 de Noviembre de 2009). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/general/taller.php>
- Ucha, F. (7 de Julio de 2012). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/general/alumno.php>
- Ucha, F. (27 de Enero de 2009). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/salud/primeros-auxilios.php>
- Ucha, F. (3 de Noviembre de 2009). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/general/taller.php>
- Ucha, F. (7 de Julio de 2012). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/general/alumno.php>
- Velez, C. J. (2012). *Repositorio académico de la universidad de Chile*. Obtenido de Repositorio académico de la universidad de Chile: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/104392>

ANEXOS

1. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE AVANCE	2017																	
	JULIO		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
<i>Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>Identificación de las variables.</i>	X	X																
<i>Determinación del sector y rubro a estudiar.</i>	X	X																
<i>Título del proyecto de investigación.</i>	X	X																
<i>Elaboración de Planteamiento de la investigación.</i>			X		X													
<i>Elaboración del Marco Teórico y conceptual.</i>			X	X	X	X												
<i>Elaboración de Metodología de la investigación.</i>					X	X	X	X										
<i>Presentación de Proyectos de Investigación.</i>						X	X	X	X	X								
<i>Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.</i>						X	X	X	X	X	X							
<i>Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.</i>										X	X	X	X	X				
<i>Revisión de referencias bibliográficas, APA.</i>													X	X	X	X		
<i>Presentación del informe final de investigación.</i>														X	X	X		
<i>Revisión turnitin.</i>														X	X	X	X	
<i>Elaboración de artículo científico y diapositivas.</i>															X	X	X	
<i>Prebanca y sustentación del informe final.</i>																X	X	

Fuente: Elaboración Propia.

2. Presupuesto General

Ítem	Concepto	Unidad Medida	Cantidad	V Unitario S/.	C. Total S/.
1	Asesoramiento	Sesiones	1	2000	2000
2	Adquisición de documentos y libros	Und	4	30	120
3	Adquisición de copias	Juegos	55	0.1	5.5
4	Redes / Celular.	Und	2	30	60
5	Kit Utiles de oficina	Und	2	28	56
6	Anillados	Und	1	18	18
7	Transportes	Und	14	5	70
8	Alimentación	Und	22	9	198
9	Curso de Titulación	Und	1	1650	1650
10	Gastos diversos	Und	1	600	600

Total, S/.

4777.5

Fuente: Elaboración Propia.

4. ¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor?

Profesor/docente

Administrador

Psicólogo

Técnico

Otras Especialidades

B. CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE

5. ¿Su empresa está formalizada?

Si En trámite

6. ¿Por qué motivo no culmina sus trámites de formalización?

Espera resolución No aplica

7. ¿Se ha constituido como persona Jurídica?

Si No

8. ¿Qué beneficios identifica de la formalización?

Acceso a crédito bancario

legalidad

beneficio tributario

Posicionamiento en el mercado

9. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

De 1 a 3 De 4 a 6 de 7 a más

10. ¿El personal docente, cumple con su formación según ley?

Si En regularización

C. DE LA GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- 11.** ¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocios?
Si No Por implementar
- 12.** ¿Ha definido la misión, visión y valores de su empresa?
Si No cuenta
- 13.** ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?
a) Si b) No c) Por implementar
- 14.** El colegio ¿cuenta con local propio?
Instalaciones propias Alquiler
- 15.** ¿Las instalaciones y organización de su local, están pensado en el alumnado?
Si cumple En implementación No cumple
- 16.** ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?
Si No
- 17.** ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?
Si No
- 18.** En general ¿Su personal tiene actitud de servicio?
si No
- 19.** ¿Se ha diseñado protocolos de atención al cliente?
Si No
- 20.** ¿Se atiende al cliente sin ningún tipo de discriminación?
Si Se presentaron casos

21. ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?

Si () No () Es referencial ()

22. ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?

Incremento en ventas ()

Posicionamiento ()

Nuevos clientes ()

Menos quejas ()

23. ¿Considera que los clientes, valoran el servicio y genera fidelización?

Si () Es referencial ()

Pucallpa, Noviembre 2017