



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

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.

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

**AUTORA:**

LÓPEZ RAMÍREZ, HELLEN JULIETH

**ASESOR:**

MGTR. CARLOS ENALDO, REBAZA ALFARO

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **1. Título de la Tesis**

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.

## **2. Hoja de firma del jurado y asesor**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

**Miembro**

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

**Miembro**

Mgtr. Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

**Asesor**

### **3. Agradecimiento**

A Dios por iluminar mi camino, a mis padres por estar a mi lado en todo momento y no dejarme sola; por su apoyo incondicional en todo lo que hago, a usted profesor por las enseñanzas que nos dio durante todo el proceso de esta investigación.

Y a todas las personas que me apoyaron para que esta investigación se realice con éxito, en especial a aquellos que abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

#### **4. Resumen**

El presente trabajo de investigación titulado: “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. 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.

**Palabras Clave:** Micro Empresa, Gestión, Atención, Cliente

## 5. Abstract

The present research work entitled: "Quality management in customer service in the micro and small companies of the service sector-hotel sector in the Rupa-Rupa district, Leoncio Prado 2019", had as its general objective: to determine the characteristics of the quality management in customer service in the micro and small companies of the hotel-service sector in the district of Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019. The research is quantitative, descriptive level, non-experimental-transversal design, a questionnaire of 23 questions to a population of 30 and a sample of 12 mypes. The following conclusions were reached: Significantly, 42% of the representatives of the micro and small enterprises are between 31 and 50 years of age and are male, half of them 50% have a university degree, in their Most 58% are owners of their own business with a permanence in the market of 7 years and more in the position. Half 50% of the hotels have 7 or more years of permanence in the category and all of them have from 1 to 5 workers, usually composed of families with the objective of generating profit. The benefits offered to the user are: clean rooms, internet, cable and some of them restaurant service, the majority 75% of the representatives have knowledge about the term quality management, 75% mostly use the modern technique of attention to the client and evaluate the staff through observation.

Keywords: Micro Company, Management, Attention, Client

## 6. Contenido

1. Título de la Tesis .....	ii
2. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
3. Agradecimiento .....	iv
4. Resumen .....	v
5. Abstract.....	vi
6. Contenido.....	vii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura .....	6
2.1. Antecedentes .....	6
2.2. Bases Teóricas de la Investigación.....	14
2.3. Marco Conceptual .....	17
III. Hipótesis .....	19
IV. Metodología .....	20
4.1. Diseño de la investigación.....	20
4.2. Población y Muestra.....	20
4.3. Definición y Operacionalización de variables .....	21
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
4.5. Plan de análisis .....	23
4.6. Matriz de consistencia.....	24
4.7. Principios éticos .....	25
V. Resultados.....	26
5.1. Resultados .....	26
5.2. Análisis de resultados.....	29
VI. Conclusiones.....	35
Referencias Bibliográficas .....	37
Anexos.....	39

## 7. Índice de gráficos, tablas y cuadros

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.....	20
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.....	21
Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en le distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.....	22
FIGURA 1. Edad de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.....	35
FIGURA 2. Género de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.....	35
FIGURA 3. Grado de instrucción.....	36
FIGURA 4. Cargo que desempeña.....	36
FIGURA 5. Tiempo de permanencia en el cargo.....	37
FIGURA 6. Tiempo de permanencia en el rubro.....	37
FIGURA 7. Número de trabajadores.....	38
FIGURA 8. Trabajadores son.....	38
FIGURA 9. Objetivo de creación de la micro y pequeña empresa .....	39
FIGURA 10. Conocimiento del término de Gestión de Calidad.....	39
FIGURA 11. Técnicas.....	40
FIGURA 12. Dificultades.....	40
FIGURA 13. Medición del rendimiento.....	41



FIGURA 14. Gestión de calidad contribuye al rendimiento.....	41
FIGURA 15. Gestión de calidad para alcanzar objetivos.....	42
FIGURA 16. Conocimiento de atención al cliente.....	42
FIGURA 17. Aplica la gestion de calidad.....	42
FIGURA 18. La atencion al cliente es importante.....	43
FIGURA 19. Herramientas.....	43
FIGURA 20. Factores que brinda la calidada de servicio.....	43
FIGURA 21. La atencion que brinda es.....	44
FIGURA 22. Consideración.....	44
FIGURA 23. Resultados logrados.....	45

## **I. INTRODUCCIÓN**

Actualmente las Mypes son vitales para la economía. Según información del Ministerio de Trabajo, tienen una gran transcendencia por lo que aportan en el PBI al 40%, y en un 80% sobre la oferta laboral, sin incluir en las actividades económicas de auto sostenimiento y autoempleo que se generará; sin embargo, las empresas se encuentran paralizadas primordialmente por la falta de un sistema tributario honesto aplicado a la realidad peruana, que permita que se pueda superar los problemas de formalidad y que a la vez produzcan su progreso. (Sánchez, 2014)

La gestión de calidad viene a ser el grupo de acciones, planeadas y ordenadas, que se necesitan para proveer la confianza apropiada de que lo que ofrecen (productos o servicios) van a satisfacer la insuficiencia sobre la calidad. (Iso 9001 calidad. sistemas de gestión de calidad según iso 9000, 2013)

El trabajo de investigación será cuantitativo, nivel descriptivo, y se aplicará un cuestionario a los representantes de las mypes para obtener información y encontrar soluciones de mejora.

Se plantea determinar la Gestión de Calidad como herramienta en la Atención al Cliente en el sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019 ya que estos negocios son muy empleados usualmente por la prestación de los servicios en hospedaje y alimentación que ofrecen.

En MÉXICO las mypes poseen un papel significativo para la parte económica, hay alrededor de 4 millones de empresas dentro del país, y el 99% las conforman Mypes (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) que originan el 72% del impulso laboral de este país y el 52% del PBI; por desgracia el riesgo de éxito o que persista en el mercado una empresa de estas características es menor a la de otros los países. (Magazine, 2015)

En CHILE existe aumento de 1,5 millones de mypes, que conforman el 95,5 por ciento de las organizaciones que pertenecen al sector formal y contribuyen con el 49,3 por ciento del trabajo en Chile.

En Chile hay aumento de 1,5 millones de mypes. Las que son formales con los impuestos internos alcanzan las 803 mil unidades, y aquellas que son informales alcanzan a las 710 mil. Ambos datos son contados hasta el 2012.

Una noticia importante es que, unidas las mypes constituyen empresas que pertenecen al sector formal y, también, otorgan ocupación total en el sector privado. (MiPymes, 2014)

GUATEMALA las mypes representan el 40% del PIB y el 85% representa a la potencia laboral del país. Según el Banco Mundial, existen alrededor de 445 millones de mypes, de las cuales solo 89 millones (20%) se encuentran en dentro del mercado formal. (República, 2018)

En PERÚ según a la Asociación de Emprendedores del Perú, las mypes generan cerca de, el 40% del PBI, por ello, vienen a ser aquellas que más impulsan el impulso monetario de nuestro país.

Y generan ocupaciones, introducción de competencia y lucha hacia la pobreza. De hecho, las mypes forman el 47% del trabajo en América Latina. En nuestro país el 96,5 por ciento de las empresas están dentro del sector de las Mypes. (Portal PQS La Voz de los Emprendedores, 2018)

En TINGO MARÍA la mypes enfrentan restricciones internas que le ocasionan una menor rentabilidad, ocasionado por la falta de conocimiento de sus responsables, mientras tanto al otro lado está la informalidad, pues la mayoría no pueden cubrir los costos de la formalidad, afectando seriamente a los que cumplen todas las normas que demanda. (Campos, 2014)

La investigación es de metodología cuantitativa, nivel de investigación descriptivo, diseño no experimental -transversal, porque será realizada sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente en las mypes del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa.

De igual modo, estos resultados de la presente investigación servirán para realizar una comparativa con los antecedentes, se plantea el siguiente enunciado de problema de investigación.

¿Cuáles son las principales 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?

Para dar solución a este problema de investigación se planteó el siguiente 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.

Y para alcanzar el objetivo general se ha planteado los siguientes específicos:

- Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.
- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.
- Determinar las características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

Finalmente, la investigación se justifica ya que nos va permitir conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas y las características de la

gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa.

La presente investigación, se justifica también porque permitirá a los microempresarios tener conocimiento acerca de lo importante que es la Gestión de Calidad, y en fundamento a esto puedan tomar decisiones para invertir con confianza porque el negocio a emprender va ser rentable siempre y cuando tengan conocimiento de cómo aplicar un proceso administrativo y de cómo conservar a los clientes, ya que esto es importante en el desarrollo empresarial.

El 42% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, el 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del género masculino, la mitad (50%) de los encuestados tiene grado de instrucción superior universitario, el 58% de los representantes son dueños de su propio negocio, el 58% de los encuestados tienen una permanencia en el mercado de 7 a más años desempeñando el cargo. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, la totalidad de los encuestados tienen de 1 a 5 trabajadores, la mayoría (75%) de las personas que trabajan en las mypes del sector hotelería son familiares, la totalidad de los encuestados creó su micro y pequeña empresa con el objetivo de generar ganancia. El 75% de los encuestados tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, la mayoría 75% de los representantes utiliza la técnica moderna de atención al cliente, el 67% de los trabajadores tienen poca iniciativa para implementar la gestión de calidad en la mype, la mayoría 83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, la totalidad de los encuestados consideran que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la totalidad de los representantes consideran que la gestión

de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término de atención al cliente, el 83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención al cliente es fundamental para que regrese al negocio, la mayoría 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan como herramienta para brindar un servicio de calidad la comunicación, el 67% de los representantes consideran que los principales factores que brinda la calidad de servicio es la atención personalizada, la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención a sus clientes, el 58% de los representantes de las micro y pequeñas empresas considera que, si están brindando una buena atención al cliente, la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que brindando una buena atención al cliente se obtiene clientes satisfechos.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

Joubert (2014) en su tesis titulada: “Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero”: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la Ciudad de Neuquén”, establece como objetivo general: Indagar sobre la potencialidad y la factibilidad de aplicar el sistema de gestión de calidad en los hoteles que se encuentran en la ciudad de Neuquén y, a partir del análisis, sugerir propuestas que permitan a los gerentes y/o dueños involucrarse paulatinamente en el proceso de implementación de estos; y como objetivos específicos: Diagnosticar el contexto del mercado hotelero de Neuquén e identificar aquellos hoteles que no están implementando un SGC a fin de conocer cuáles son los motivos que los llevan a tomar esta decisión. Conocer cuál es la experiencia y el método de trabajo de los organismos acreditados para implementar y/o certificar normas en el sector hotelero, Analizar las percepciones de los gerentes o dueños de hoteles sobre los bienes de la implementación de un SGC, a fin de detectar cual es el nivel de conocimiento e involucramiento que poseen, Conocer el grado de importancia que los gerentes o dueños les otorgan a sus clientes internos para lograr sus objetivos organizacionales y la mejora continua, Analizar los procesos e instrumentos que utilizan los gerentes o dueños para evaluar el grado de calidad en el servicio percibido por los clientes externos de cada hotel.

Esta investigación fue realizada con ayuda del método cualitativo de carácter descriptivo. Se obtuvieron los siguientes resultados: Todos los que están al frente de la gerencia poseen estudios universitarios, el 40% de los hoteles tiene de 6 a 15 años, el 100% de los hoteles encuestados han realizado reformas en las instalaciones en los últimos cinco años, la ocupación anual promedio de los hoteles encuestados orillan el 70%, señalan que las dificultades que se presentan a la hora de llevar a cabo un proceso

de implementación fue la escasez de recursos y de tiempo asignados por el responsable, el 100% de los representantes señalaron que han escuchado hablar de los SGC. Debido a la información se obtuvo la conclusión de que la mayor parte de los encargados de dirigir las empresas hoteleras no tiene un conocimiento certero de los SGC e inclusive no poseen las bases suficientes como para poder formar un proceso de implementación, ya que están orientados principalmente a resolver situaciones del momento y adaptarse a lo que el entorno les va solicitando. Así, cabe pensar que los SGC se implementarían efectivamente si surgen como un requisito más dentro de las exigencias para poder permanecer en el mercado. Con respecto al nivel de conocimiento de los SGC por parte del sector hotelero, definitivamente se confirma que existe poca información suministrada por el sector público, el sector privado y los actores intervinientes, ya que hay un amplio desconocimiento acerca de los beneficios que ofrece su implementación y certificación, y esto constituye el motivo principal para no implementar un SGC.

Debido a la información se obtuvo la conclusión de que la mayor parte de los encargados de dirigir las empresas hoteleras no tiene un conocimiento certero de los SGC e inclusive no poseen las bases suficientes como para poder formar un proceso de implementación, ya que están orientados principalmente a resolver situaciones del momento y adaptarse a lo que el entorno les va solicitando. Así, cabe pensar que los SGC se implementarían efectivamente si surgen como un requisito más dentro de las exigencias para poder permanecer en el mercado. Con respecto al nivel de conocimiento de los SGC por parte del sector hotelero, definitivamente se confirma que existe poca información suministrada por el sector público, el sector privado y los actores intervinientes, ya que hay un amplio desconocimiento acerca de los beneficios que ofrece su implementación y certificación, y esto constituye el motivo principal para no implementar un SGC.



Quiróa (2014) en su tesis titulada: “Servicio al Cliente en Hoteles de la Ciudad de San Marcos”, establece como objetivo general: Analizar el servicio a los clientes en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos, y como objetivos específicos: establecer el grado de conocimiento del tema atención al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos, determinar el nivel de satisfacción del comprador externo en las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos, establecer los métodos de servicio al cliente, que utilizan en las organizaciones hoteleras de la ciudad de San Marcos, Conocer la eficacia del servicio al cliente, en las organizaciones hoteleras de la ciudad de San Marcos, Plantear una guía de servicio a los cliente, en las organizaciones hoteleras de la ciudad de San Marcos.

Esta investigación fue realizada con ayuda de la metodología descriptiva, se obtuvieron los siguientes resultados: el 49% de los gerentes, consideran el desempeño de los colaboradores regular, el 66% de satisfacción del cliente es anual y el restante 34%, el 66% centran su atención en aplicar la técnica de amabilidad y cortesía, un 60% indica que atiende un promedio de 80 clientes mensuales, el 40% de los usuarios ha determinado que el servicio recibido es excelente, el 58% de los clientes opinan que esta buena la atención. Debido a la información se alcanzó la conclusión de que el servicio al cliente es un tema innovador y por tanto el grado de conocimiento del mismo es aún bajo y en ocasiones nulo. A su vez es un tema del cual muchos empresarios han escuchado, pero al no estar bien informados, no le han dado la atención respectiva es este tema. Debido a la información se alcanzó la conclusión de que el servicio al cliente es un tema innovador y por tanto el grado de conocimiento del mismo es aún bajo y en ocasiones nulo. A su vez es un tema del cual muchos empresarios han escuchado, pero al no estar bien informados, no le han dado la atención respectiva es este tema. Se concluyó que en los hoteles no existe calidad de

servicio, ya que los clientes se quejan que no hay comodidad en las habitaciones y no cuentan con medidas de seguridad.

Angulo (2018) en su tesis titulada: “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios hoteles, distrito de Iquitos, Año 2018”, su objetivo general es: Investigar si las Mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y tienen difundido un plan de atención al cliente como estrategia de servicio; y sus objetivos específicos son: Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con uso de herramientas de administración y calidad, Investigar si las Mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, tienen como estrategia de servicio un plan de atención al cliente.

Esta investigación fue realizada con ayuda de la metodología cuantitativa, se obtuvieron los siguientes resultados: La edad del propietario, se caracteriza por estar en el rango 40 a 50 años 36,4%, el género de los representantes es masculino 63,6%, el 36,4%, la instrucción técnica 45,5%, el 27,27% representan hoteles de 1 a 3 años, el 81,8% de las emplea de 5 a 8 colaboradores, el 81,8%, monitorean su gestión y desarrollo empresarial haciendo uso de técnicas y herramientas, atender y satisfacer al cliente, les representa “rentabilidad” 45,45%, el 63,6% se involucran dirigiendo planes de mejora de atención al cliente. Debido a la investigación se obtuvo la conclusión de que los hoteles ejecutan buenas prácticas de gestión al haber identificado y estandarizados sus procesos, solucionar problemas de gestión por medio del uso de técnicas o planes de mejora y lo más importante seguir un plan de gestión que los acompaña en la administración, guiada por la misión y visión estratégicamente diseñadas.

En sus propietarios y/o gerentes, existe el compromiso y el interés de satisfacer a sus clientes, como evidencia se han difundido procedimientos, protocolos o planes de acción en su organización, que les permite accionar de manera eficaz ante eventualidades que se presenten, además de poseer una buena infraestructura que constituye en un factor diferencial; en consecuencia, se garantiza el cumplimiento de la promesa de servicio que esperan sus clientes, el mismo que se traduce en rentabilidad.

Realizan mediciones de satisfacción del cliente, que es una fortaleza y permite aplicar de manera oportuna planes de mejora y garantizar la satisfacción del cliente.

Del Aguila (2017) en su tesis titulada: “Gestión bajo el Enfoque de Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles ecológicos. Ciudad de Pucallpa, año 2017”, su objetivo general es: demostrar que la correcta aplicación de gestión de calidad en las mypes, rubro hoteles ecológicos, dará como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente de parte de los trabajadores; y sus objetivos específicos son: determinar los beneficios que brinda un buen manejo de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, conocer si la 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 correcta atención al cliente en las mypes, del rubro hoteles ecológicos.

La investigación fue descriptiva y se obtuvieron los siguientes resultados: el 66.67% manifiestan tener entre 36 a 50 años, el 50% es de género femenino, el 50% de los representantes de las empresas tienen estudios técnicos, el 67% de son administradores, el 67% de las empresas tienen de 5 años a más de permanencia en la actividad y rubro al que se dedican, el 50% de los representantes tiene de 6 a más colaboradores permanentes, las técnicas de gestión empresarial el 67% de los

representantes conoce pocos, el 50% conocen como técnica de gestión empresarial la mejora continua, el 100% de los percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos, el 67% obtuvieron clientes satisfechos aplicando la gestión de calidad, el 100% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos han implementado las redes sociales para ofrecer los servicios que brindan. Debido a esta investigación se llegó a la conclusión de que las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 si capacita a su personal, pero no cada año, hecho que trae cierta disminución en la actualización de los conocimientos adquiridos por los colaboradores de las empresas, sin embargo, existe un alto porcentaje en los resultados que se obtuvieron respecto a los clientes satisfechos.

Las mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 no cumplen adecuadamente con la Gestión de Calidad ya que conocen poco al respecto, haciéndose complicada la aplicación de la misma en la empresa, cabe recalcar que esto sucede porque el alto porcentaje de los representantes no tienen como profesión las carreras profesional aptas para cumplir el rol de administrador.

González (2017) en su tesis titulada: “Gestión de la Calidad en la Capacitación, de las Mypes del Sector Servicio-Rubro Hospedajes en Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, Año 2017”, su objetivo general es: Determinar las características de Gestión de Calidad en la capacitación, aplicadas en el sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, año 2017 y sus objetivos específicos son: Describir las características de los gerentes y/o representantes legales de las mypes del sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, establecer las características de las mypes del sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, determinar las características de

gestión de calidad en la capacitación, en las mypes del sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, año 2017.

El tipo de investigación utilizado es cuantitativo, nivel descriptivo no experimental transversal, se obtuvieron los siguientes resultados: El 53% tiene de 36 años a 50 años, el 73 % son de sexo masculino, el 40% tiene secundaria completa, el 53% son dueños de las empresas, el 53% tiene de 0 a 3 años de permanencia, el 100% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 100% se creó para generar ganancias, el 73% conoce el termino de gestión de calidad y el 66.7 % utilizan el empowerment y otros como técnicas administrativas. Debido a esta investigación se alcanzó la conclusión de que la mayor parte de los representantes de las mypes del sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, tiene como representantes a su administrador, siendo la mayoría dirigidos por el sexo masculino, que desempeñan el cargo de 0 a 3 años, así mismo la mayoría son personas adultas que tienen de 36 a 50 años y tienen secundaria.

La mayoría de las mypes del sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María, provincia Leoncio Prado, año 2017. Se crearon con el objetivo principal de generar ganancias, tienen en su mayoría relativa de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, esto gracias a que cuentan en su gran mayoría con uno a cinco trabajadores que son familiares de los dueños.

La gran parte de los representantes de las mypes del sector servicio, rubro hospedajes en Tingo María. Si conocen el término gestión de calidad, pero la mayoría manifestaron que las técnicas que utilizan son otras diferentes a las mencionadas en la encuesta, de igual manera la mayoría miden el rendimiento de su empresa mediante la evaluación, así mismo una minoría de representantes manifestaron que los primordiales problemas para implementar un método de gestión de calidad en su empresa se deben a que hay poca iniciativa de parte de su personal.

Celestino (2017) en sus tesis titulada: “Gestión de Calidad con el uso del marketing, en las micros y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de computadoras en la ciudad de Tingo María, 2017”, su objetivo general es: determinar las características de la gestión de calidad con el uso del Marketing en las mypes del sector comercio-rubro venta de computadoras, en la ciudad de Tingo María-2017 y sus objetivos específicos son: establecer las características de los representantes de las mypes del sector comercio-rubro venta de computadoras, determinar las características de las mypes del sector comercio-rubro venta de computadoras, determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del marketing en las mypes del sector comercio-rubro venta de computadoras, Tingo María-2017.

La investigación fue cuantitativa, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, se obtuvieron los siguientes resultados: El 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 50 años, el 62,5% son del género masculino, el 62,5% tiene estudio superior universitario, siendo el 75,0% dueños y administradores de su empresa, 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen 6 a más años, el 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas crearon sus negocios para subsistir, el 75,0% no conoce el término gestión de Calidad, el 62,5% de los representantes desconocen las técnicas modernas de gestión de calidad, el 75,0% tienen dificultades de implementar la gestión de calidad por desconocimiento, El 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas creen que esta variable es positiva, el término marketing conoce el 75,0%, el 62,5% no utiliza ninguna herramientas de marketing. Debido a esta investigación se consiguió la conclusión de que la totalidad de los representantes de las mypes del sector comercio-rubro venta de computadoras, tiene como representantes a los propios dueños y la mayoría absoluta son dirigidas por el género masculino, quienes desempeñan el cargo por más de 6 años

así mismo la mayoría son personas adultas que tienen de 30 a 50 años, y tienen estudios superiores universitarios.

La totalidad, características de las mypes del sector comercio-rubro venta de computadoras, más de la mitad permanece en el rubro por más de 6 años, la mayoría creó su empresa para trabajar y obtener ganancias para subsistir.

De la totalidad, variable gestión de calidad con el uso de marketing de las mypes del sector comercio-rubro venta de computadoras, la mayor parte de los representantes no conocen el término gestión de calidad menos las técnicas modernas gestión de calidad, la cual les dificulta implementar a la gestión de calidad. A pesar de todo ello consideran que la gestión de calidad sí contribuye a la mejora del rendimiento de su negocio.

## **2.2.Bases Teóricas de la Investigación**

### **Gestión de Calidad**

Philip B. Crosby (2002) “Desarrolló el contenido sobre calidad hace unos años. Se desea que el consumidor obtenga satisfacción al momento de cumplir ciertas exigencias a partir de la primera vez y todas aquellas veces que el cliente efectúe actividades comerciales con la organización. Philip Associates razona una excelente empresa en consultorías acerca de la calidad.

Ellos se basaban en la afirmación que la calidad se puede utilizar para optimizar los resultados de las empresas, gracias a ello se le reflexiona como un instrumento ventajoso para la competencia que se da en el mercado globalizado.” (Escalante, 2018)

### **Teoría de Gestión de Calidad**

Mateo, R (2010) La técnica de gestión de calidad, es una sucesión de acciones coordinadas que se realizan sobre un grupo de elementos para que se pueda obtener la eficacia en el mercado, mejor dicho, proyectar, registrar y optimizar los elementos de

una empresa que intercede en la ocupación de las obligaciones del comprador y en el beneficio del gozo del propio.

La ejecución de un método sobre la gestión de calidad puede traer enormes beneficios dentro de una empresa, en el momento que ésta tenga un buen nivel de responsabilidad con las altas direcciones, por ejemplo:

- Acrecentar el nivel de satisfacción de los clientes: ayudan a que las empresas planeen de manera correcta sus actividades según los compradores y no simplemente en base a las exigencias que establezca la empresa, por ello la calidad se compone en los servicios o los productos desde la proyección, hasta que se tengan un mercado lleno de clientes satisfechos.
- Reducir la variabilidad en los métodos: esto se da a través de un (SGC) y podemos igualar los conocimientos de una empresa oprimiendo la variabilidad que se representan en ellos, para que aumenten nuestras capacidades de producir productos permanentes.
- Reducir valores y desperdicios: los (SGC) ayudan a establecer conocimiento proactivo y de observación de fundamentos, por lo que las empresas se enfocan en descubrir circunstancias de mejora y poder corregir problemas, lo que sobrelleva a que tenga muchos ahorros en los recursos.
- Más rentabilidad: el (SGC) ayuda a las empresas a obtener la satisfacción de sus clientes y reducir valores y desperdicios, rentabilidad aumenta, originando así muchos más ingresos, así como un mejor posicionamiento en los mercados y a tener clientes no solo satisfechos, sino leales.
- Por ultimo hay que descartar que en una ejecución (SGC) muchas veces se requiere que haya cambios en algunos elementos culturales en la empresa. (Del Aguila, 2017)



## **Calidad de Servicio**

Actualmente los clientes buscamos calidad, queriendo productos que nos satisfagan las necesidades, a precios bajos y que sean durables en gran diversidad en el mercado, etc. También esperamos que los servicios se hallen situados a la satisfacción de nuestras necesidades, en donde nos concedan una muy buena atención en términos de gentileza e información.

Con una enorme suma de exigencias que están variando durante todo el tiempo. Actualmente las compañías deben luchar con los clientes, manipulando mayores cantidades de informaciones respecto a sus preferencias, son rigurosos en correlación con lo que esperan conseguir.

La calidad en el servicio viene a ser uno de los puntos más significativos para afirmar la estabilidad de las organizaciones en el mercado. (Media Partner Logistec Supply Chain & Fullfilment, 2016)

## **Satisfacción del Cliente**

Hoy para lograr la plena “satisfacción del cliente”, hay que “ganarse” lugar en la “mente” de los compradores y en el mercado. Por esto, el principal objetivo de conservar satisfecho a los clientes ha traspasado los límites de la mercadotecnia para formar objetivos de los mercados eficaces de una compañía triunfante.

## **Beneficios de la Satisfacción del Cliente**

Se pueden enumerar muchos, para facilidad de nuestra investigación, se resumirá en tres beneficios que dan una idea clara de lograr la “satisfacción del cliente”.

Primer beneficio: los “clientes satisfechos, por lo general, retornan a comprar y la compañía obtiene como beneficio su lealtad, y la eventualidad de vender el mismo u otro producto adicional en el futuro.”

Segundo beneficio: El “cliente orgulloso comunica a otras personas sus experiencias reales con los productos o servicios. Por tanto, la organización logra beneficios de difusión que el cliente orgulloso ejecuta a su familia, amistades y conocidos.”

Tercer beneficio: El “cliente cuando está satisfecho deja a un lado a la competencia, por tanto, la organización logra como beneficios un definitivo lugar en el mercado.”

Las organizaciones que logren el bienestar del cliente obtendrán como beneficios:

- La honestidad del cliente (futuras).
- Difusión gratuita (nuevos clientes).
- Una definitiva participación en el mercado. (Angulo, 2018)

## **Mypes**

Las mypes son la unidad económica formada por personas naturales o jurídicas (empresas), bajo cualquier perfil de empresa que tiene como objetivo el desarrollar actividades de extracciones, transformaciones, producciones y comercializaciones de bienes o prestación de servicios. (Emprender, 2019)

## **Hotelería (Rubro)**

La hostelería u hostelería viene a ser el calificativo genérico de las actividades económicas dedicadas a la prestación de servicios referidos al alojamiento y a la alimentación esporádica. (Wikipedia, 2019)

## **2.3. Marco Conceptual**

### **Mype**

Las mypes son unidades de negocios que ofrecen productos y servicios a sus clientes, constituidas por una persona natural o jurídica.

### **Gestión de Calidad**

Es la capacidad que tienen cada empresa para establecer el éxito de su negocio dirigiendo y controlando las actividades relacionadas con la calidad y de esta manera puedan aumentar los beneficios de los mismos.

### **Atención al Cliente**

La atención al cliente viene a ser el servicio al cliente que brindan las empresas para relacionarse con ellos de manera positiva, mediante un conjunto de actividades que ofrecen las empresas con el propósito de que el comprador logre el producto en el tiempo y lugar adecuado.

### **Sector Servicio**

El sector servicio es aquel sector económico que abarca actividades relacionadas con servicios no fabricantes o transformadores de bienes materiales, estos se ofrecen con para satisfacer a los clientes en cualquier empresa.

### **III. Hipótesis**

En la presente investigación denominada “Gestión de Calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019, no se elaborará hipótesis porque la investigación será descriptiva, ya que solo describirá las características de las Mypes, de los representantes, y de la variable gestión de calidad.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación

El tipo de la investigación que se utilizará será cuantitativo porque se utilizará instrumentos de medición y evaluación, el nivel de investigación será descriptivo ya que solo se describirá las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente, en la realidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa.

El diseño de investigación para el presente trabajo será no experimental -transversal, porque será realizada sin manipular la variable Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas, será transversal ya que el estudio de investigación, 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 se realizará en un tiempo determinado, el cual será el año 2019.



Donde:

M = Representa la muestra

O = Representa lo que observamos

### 4.2. Población y Muestra

Población: es el conjunto o totalidad de individuos que tienen características similares los cuales se utilizarán en la investigación.

La población pertenece a 30 micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

La muestra viene a ser una parte de la población con la que se llevará a cabo el trabajo de investigación. Se utilizará una muestra, la cual está dirigida a las 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa.

#### 4.3. Definición y Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Personas que asumen compromisos y toman decisiones en representación de la mype.	Edad	18 a 30 años 31 a 50 años 51 a más años	Ordinal numérico
		Género	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin instrucción Educación básica Superior no universitaria Superior universitaria	Nominal
		Cargo	Dueño Administrador	Nominal
		Tiempo	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y Pequeñas empresas	Unidades de negocios que ofrecen productos o servicios.	Tiempo	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón
		N° de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Razón
		Trabajadores	Familiares Personas no familiares	Nominal
		Objetivo	Generar ganancia subsistencia	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de Calidad	Es el servicio que se ofrece a los clientes cuya razón es la base del éxito de los negocios	Conocimiento en Gestión de Calidad	Si No Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Benchmarking Atención al cliente Empowerment Las 5 c Outsourcing Otros Ninguno	Nominal
		Dificultades en la implantación de gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
		Técnicas de medición de rendimiento del personal	La observación La evaluación Escala de puntuaciones Evaluación de 360° Otros	Nominal
		Gestión de calidad para el rendimiento del negocio	Si No	Nominal
		Gestión de calidad para alcanzar objetivos y metas	Si No A veces	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Técnicas administrativas en atención al cliente	Métodos para incentivar a empresas a satisfacer a sus clientes	Termino en atención al cliente	Si No Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Si No	Nominal

		La atención al cliente es fundamental	Si No	Nominal
		Herramientas que usa para un servicio de calidad	Comunicación Confianza Retroalimentación Ninguno	Nominal
		Principales factores para la calidad al servicio que brinda	Atención personalizada Rapidez en entrega Las instalaciones Ninguna	Nominal
		La atención que brinda a los clientes es	Buena Mala Regular	Nominal
		Considera que se está dando una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal Mala organización de trabajadores Si brindan una buena atención al cliente	Nominal
		Qué resultados ha logrado una buena atención al cliente	Clientes satisfechos Fidelización de clientes Posicionamiento de la empresa Incremento en las ventas	Nominal

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

La técnica que se utilizará para recolectar información en el presente trabajo de investigación será la encuesta y para registrar la información el instrumento que se utilizará será un cuestionario estructurado con preguntas que serán dirigidas a los representantes de la micro y pequeñas empresas, y a la variable en estudio: Gestión de Calidad en Atención al Cliente.

#### 4.5. Plan de análisis



Para el análisis del trabajo de investigación se utilizará para la tabulación y elaboración de las tablas y figuras de los datos, el programa Excel y Word, como también el programa PDF para presentar el trabajo de investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION	TECNICAS E INSTRUMENTOS
¿Cuáles son las principales 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, 2019?	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>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, 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro Hotelería en el Distrito de Rupa-Rupa, 2019.</li> <li>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro Hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, 2019.</li> <li>Determinar las características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro Hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, 2019.</li> </ol>	Gestión de Calidad en Atención al Cliente	<p><b>Población</b></p> <p>Pertenece a los hoteles del distrito de Rupa-Rupa.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Se utilizará una muestra de 12 micro y pequeñas empresas.</p>	<p><b>Tipo:</b></p> <p>Cuantitativa</p> <p><b>Nivel:</b></p> <p>Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental - transversal</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>Cuestionario</p>

#### **4.7.Principios éticos**

En el presente trabajo se hará realce a los principios éticos para proteger a los autores de las investigaciones como: protección a las personas, consentimiento informado y expreso, confiabilidad.

- **Protección a las personas:** En la investigación, las personas que nos brindaron información merecen respeto, confidencialidad y privacidad.
- **Consentimiento Informado y Expreso:** En la investigación las personas titulares de la información aceptan el uso de la información para los fines fijados en el proyecto.
- **Confiabilidad:** La información presentada en el siguiente trabajo es elaborada con total confiabilidad, en la cual se incluyen bibliografías y consultas de autores.

## V. RESULTADOS

### 5.1.Resultados

**Tabla 1**

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio-  
rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

<b>Datos Generales</b>	<b>Nº de Mypes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	3	25
31 a 50 años	5	42
De 51 a más años	4	33
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Género</b>		
Masculino	8	67
Femenino	4	33
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Instrucción</b>		
Sin Instrucción	0	0
Primaria	0	0
Secundaria	1	8
Superior no universitario	5	42
Superior universitario	6	50
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Cargo</b>		
Dueño	7	58
Administrador	5	42
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Permanencia</b>		
0 a 3 años	0	0
4 a 6 años	5	42
7 a más años	7	58
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas del sector servicio-  
rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

**Tabla 2**

Características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

<b>Datos generales</b>	<b>N° de Mypes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Antigüedad</b>		
0 a 3 años	2	17
4 a 6 años	4	33
7 a más años	6	50
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>N° Trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	12	100
6 a 10 trabajadores	0	0
11 a más trabajadores	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Trabajadores</b>		
Familiares	9	75
Personas no familiares	3	25
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancia	12	100
Subsistencia	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio- rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

**Tabla 3**

Características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

<b>Datos generales</b>	<b>N° de Mypes</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Conocimiento</b>		
Sí	9	75
No	0	0
Tengo cierto conocimiento	3	25
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Técnicas</b>		
Benchmarking	0	0

Atención al cliente	9	75
Empowerment	0	0
Las 5 s	0	0
Outsourcing	0	0
Otros	0	0
Ninguno	3	25
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Dificultades</b>		
Poca iniciativa	8	67
Aprendizaje lento	3	25
No se adapta a los cambios	1	8
Desconocimiento del puesto	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Medición del rendimiento</b>		
Observación	10	83
Evaluación	2	17
Escala de puntuaciones	0	0
Evaluación de 360°	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Contribuye al rendimiento</b>		
Si	12	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Alcanzar objetivos</b>		
Si	12	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Atención al cliente</b>		
Si	9	75
No	3	25
Tengo conocimiento	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Aplica calidad</b>		
si	10	83
No	0	0
A veces	2	17
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Atención al cliente</b>		
Si	12	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

<b>Herramientas</b>		
Comunicación	9	75
Confianza	3	25
Retroalimentación	0	0
Ninguno	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Factores</b>		
Atención personalizada	8	67
Las instalaciones	4	33
Rapidez de entrega	0	0
Ninguna	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Atención</b>		
Buena	12	100
Regular	0	0
Malo	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Consideración</b>		
No tiene suficiente personal	5	42
Mala organización	0	0
Sí brinda una buena atención	7	58
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Resultado</b>		
clientes satisfechos	12	100
fidelización de los clientes	0	0
posicionamiento	0	0
incremento en las ventas	0	0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio- rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

## 5.2. Análisis de resultados

**Respecto al Objetivo N°1:** Determinar Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio- rubro hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

- El 42% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, esto coincide con Angúlo (2017) que muestra que el 66,7% de los representantes tienen

un rango de edad de 31 a 40 años, esto indica que la mayoría de los representantes tienen una edad en la cual expresan experiencia para dirigir su negocio.

- El 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del género masculino, esto coincide con Celestino (2017) que manifiesta que el 62,5% de los representantes son del sexo masculino, esto demuestra que la mayor parte de las personas que toman decisiones en las mypes hoteleras son varones.
- La mitad (50%) de los encuestados tiene grado de instrucción superior universitario, lo que coincide ligeramente con Ángulo (2017) quien indica que el 33% tienen estudios universitarios, esto muestra que la mayoría de los representantes a cargo de las mypes tienen un grado de estudio de nivel universitario.
- El 58% de los representantes son dueños de su propio negocio, lo que coincide con Celestino (2017) quien indica que el 75,0% son dueños y administradores de su empresa, esto nos indica que gran parte de los representantes de las mypes son los dueños de su propio negocio.
- El 58% de los encuestados tienen una permanencia en el mercado de 7 a más años desempeñando el cargo, lo que difiere con González (2017), que manifiesta que el 53% tiene una duración en el mercado de 0 a 3 años en el cargo, esto demuestra que los representantes de estos negocios tienen regular tiempo desempeñándose en el mercado.

**Respecto al Objetivo N°2:** Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro Hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

- El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, lo que difiere parcialmente con Del Águila (2017) quien manifiesta que el 67% de las empresas tienen de 5 años a más de permanencia en la actividad y rubro, esto demuestra que la mayoría de estos negocios tienen bastante tiempo de antigüedad en el mercado.

- La totalidad de los encuestados tienen de 1 a 5 trabajadores, lo que es semejante a la información de Gonzáles (2017) quien indica que el 100% de las empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, esto nos da entender que las mypes hoteleras tienen como máximo 5 trabajadores a su cargo.
- La mayoría (75%) de las personas que trabajan en las mypes del sector hotelería son familiares, lo que nos demuestra que son personas emprendedoras que salen adelante trabajando en familia.
- La totalidad de los encuestados creó su micro y pequeña empresa con el objetivo de generar ganancia, lo que difiere con Celestino (2017) quien indica que respecto al objetivo de creación el 75% de los representantes crearon sus negocios para subsistir, esto demuestra que la mayor parte de las personas tienen interés de generar ganancia.

**Respecto al Objetivo N°3:** Determinar las características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro Hotelería en el distrito de Rupa-Rupa, Leoncio Prado 2019.

- El 75% de los encuestados tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, lo que coincide ligeramente con Gonzáles (2017) quien refiere que el 73% de los representantes conocen el término, esto indica que los encuestados si son conscientes de lo importante que es la gestión de calidad en sus negocios.
- La mayoría 75% de los representantes utiliza la técnica moderna de atención al cliente, lo que difiere con Quiroa (2014) quien establece que el 17% de los representantes de las micro y pequeñas empresas implementan de amabilidad y cortesía en el hotel, esto demuestra que gran parte de los representantes si utilizan técnicas modernas de gestión de calidad.
- El 67% de los trabajadores tienen poca iniciativa para implementar la gestión de calidad en la mype, lo que difiere con Celestino (2017) quien señala que el 75% de los



representantes de las micro y pequeñas tienen dificultades de implementar la gestión de calidad por desconocimiento, esto nos demuestra que en las mypes del rubro hotelería hay problemas para implementar una correcta gestión de calidad.

- La mayoría 83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, lo que difiere con Gonzales (2017) quien señala que el 66.7% utilizan el empowerment como técnica administrativa, esto indica que el rendimiento del personal si está siendo medido por los dueños.
- La totalidad de los encuestados consideran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio lo que es semejante a la información de Del Águila (2017) quien señala también que la totalidad de los representantes de los hoteles perciben que aplicar gestión de calidad en su negocio si ayuda al rendimiento de la mype, esto indica que les proporcionara resultados positivos para el crecimiento de la mype.
- La totalidad de los representantes consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, lo que coincide ligeramente con Del Águila (2017) quien señala que el 33% alcanzo sus objetivos logrando el aumento de venta de sus servicios, entonces aquí podemos ver lo importante que es la gestión de calidad para alcanzar las metas propuestas en la organización y generar beneficios.
- El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término de atención al cliente, lo que coincide con Del Águila (2017) que manifiesta que el 67% de los representantes conoce poco sobre atención cliente, quiere decir que los encuestados si tienen conocimiento sobre la atención al cliente y lo importante que es enfocarse en el cliente en la organización.

- El 83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, lo que coincide con Del Águila (2017) quien señala que el 100% de los encuestados aplica la gestión de calidad en su negocio, en base a estos resultados se puede deducir que los representantes son conscientes de lo positivo que es aplicar hoy en día la gestión de calidad en las mypes para su crecimiento.
- La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención al cliente es fundamental para que regrese al negocio, lo que coincide con Angulo (2017) quien señala que el (75%) piensan que la atención al cliente es importante para los hoteles, de acuerdo a este resultado se puede deducir que para ellos la atención al cliente es un punto importante para relacionarse y fidelizar con cada una de las personas que ingresan a su negocio.
- La mayoría 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan como herramienta para brindar un servicio de calidad la comunicación, lo que coincide con Del Águila (2017) quien señala (50%) que utilizan la mejora continua para brindar un servicio de calidad, esto quiere decir que ellos en base a estrategias comunican a sus clientes sobre algún tema que quieren dar conocer para que puedan conseguir sus objetivos.
- El 67% de los representantes consideran que los principales factores que brinda la calidad de servicio es la atención personalizada lo que coincide con Ángulo (2017) quien indica en que el 62% utiliza la atención al cliente de manera personalizada, lo que esto quiere decir que la atención que se brinda a los clientes es importante sobre todo si se personaliza la atención con cada uno de ellos y se les ofrece calidad en los servicios.

- La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención a sus clientes, lo que coincide con Quiroa (2014) quien indica que en un 40% brindan un buen servicio al cliente, esto quiere decir que los representantes están enfocados en brindar servicios de calidad a sus clientes porque conocen del tema, esto demuestra que en los hoteles si está ofreciendo calidad en los servicios que brindan, todo esto para lograr la fidelización.
- El 58% de los representantes de las micro y pequeñas empresas considera que, si están brindando una buena atención al cliente, lo que coincide con Quiroa (2014) quien indica que en un 40% brindan un buen servicio al cliente, esto quiere decir que los representantes están enfocados en brindar servicios de calidad a sus clientes porque conocen del tema.
- La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que brindando una buena atención al cliente se obtiene clientes satisfechos, lo que difiere con la información de Angulo (2017) quien indica que el 62% obtiene rentabilidad brindando buena atención al cliente, esto demuestra que la buena atención contribuye al negocio y hace notar su presencia a través de los servicios que ofrece.

## VI. CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- En su mayoría significativa (42%) los representantes de las micro y pequeñas empresas 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, se manifiesta que la mayoría de ellos tienen una edad en la cual expresa que ya tienen experiencia dirigiendo negocios. 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 trabajadores, por lo general integrado por familias con el objetivo de generar ganancia, se indica que la mayor parte de las mypes tienen un tiempo ya establecido en el mercado situándose en una etapa de madurez empresarial. Los beneficios que brindan a sus clientes 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. La atención al cliente es conocido por los microempresarios y consideran que es fundamental para que este regrese al negocio. Se refiere entonces que la mayor parte de los representantes conocen acerca de los términos gestión de calidad y atención al cliente y considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar las metas propuestas y a tener clientes satisfechos. Los beneficios que brindan los hoteles a sus clientes son: ubicación en zona céntrica de la ciudad, precios cómodos, reserva de habitaciones vía web, familiarización con los huéspedes.

## **Aspectos complementarios**

### **Recomendaciones**

- Respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas se recomienda que se capaciten sobre el manejo de personal para que puedan ayudar a mejorar la iniciativa de sus trabajadores, y dado el caso de emplear trabajadores externos puedan lograr la unidad para tener un buen ambiente laboral.
- Respecto a las micro y pequeñas empresas se recomienda que creen una visión y misión la cual les permita identificar como se encuentran como empresa y hacia dónde quieren llegar, esto con el propósito de plantear estrategias para brindar un servicio de calidad.
- Respecto a la gestión de calidad en atención al cliente se recomienda que los representantes de las micro y pequeñas empresas realicen una capacitación a sus trabajadores con motivo de aumentar sus conocimientos, también se recomienda a los representantes aplicar encuestas a sus clientes en relación a la atención al cliente que les brindan.

## Referencias Bibliográficas

- Angulo, C. A. (2018). *Gestión Bajo el Enfoque de Atención al Cliente en la Mypes del Sector Servicios, Hoteles, Distrito de Iquitos, Año 2018*. Iquitos: Uladech.
- Angulo, C. A. (2018). *Gestión bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Servicios, Hoteles Dstrito de Iquitos, año 2018*. Iquitos: Uladech.
- Campos, N. T. (22 de Abril de 2014). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/219724888/Mypes-en-Tingo>
- Celestino, V. M. (2017). *Gestión de Calidad con el uso del Marketing, en las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Computadoras en la Ciudad de Tingo María, 2017*. Tingo María: Uladech.
- Del Aguila, R. M. (2017). *Gestión Bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Hoteles Ecológicos, Ciudad de Pucallpa, Año 2017*. Pucallpa: Uladech.
- Emprender*. (3 de Febrero de 2019). Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Escalante, L. B. (2018). *Gestión Bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Servicio, Hoteles en el Distrito de Iquitos, Año 2018*. Iquitos: Uladech.
- Gozáles, M. X. (2017). *Gestión de Calidad en la Capacitación, de las Mypes del Sector Servicio-Rubro Hospedajes en Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, Año 2017*. Tingo María: Uladech.
- Iso 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según Iso 9000. (5 de Marzo de 2013). Obtenido de Iso 9001 calidad. Sistemas de Gestión de Calidad según Iso 9000: <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>
- Joubert, E. G. (2014). *Los Sistemas de Gestión de Calidad en el Sector Hotelero: Perspectivas y Desafíos para su Implementación en la Ciudad de Neuquén*. Neuquén: universidad Nacional de Quilmes.
- Laura, J. X. (2015). *Los Sistemas de Gestión Hotelera en los Hoteles de la Ciudad de Puno 2015*. Puno: UNA-Puno.
- Magazine. (5 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://universitariosmagazine.com/site/index.php/eventos/situacion-de-las-mipymes-en-mexico>
- Media Partner Logistec Supply Chain & Fullfilment. (4 de Abril de 2016). *Media Partner Logistec Supply Chain & Fullfilment*. Obtenido de <https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>
- MiPymes. (28 de Febrero de 2014). *MiPymes*. Obtenido de [http://www.mipymes.cl/2014/sercotec\\_chile-presento-la-situacion-de-la-micro-y-pequena-empresa-en-chile/](http://www.mipymes.cl/2014/sercotec_chile-presento-la-situacion-de-la-micro-y-pequena-empresa-en-chile/)

- Portal PQS La Voz de los Emprendedores. (10 de Abril de 2018). Obtenido de Portal PQS La Voz de los Emprendedores: <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Quiróa, M. D. (2014). *Servicio al Cliente en Hoteles en la Ciudad de San Marcos*. Quetzaltenango: Universidad de Landívar.
- República. (28 de Junio de 2018). Obtenido de República: <https://republica.gt/2018/06/28/mipymes-motores-del-desarrollo-mundial-y-local/>
- Sánchez, B. B. (2014). *Las Mypes en Perú. Su importancia y Propuesta Tributaria*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Wikipedia. (25 de Marzo de 2019). *Wikipedia*. recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Hosteler%C3%ADa>

## Anexos

### Anexos 01: Cronograma de actividades

DESCRIPCIÓN	FECHA
Título de investigación	08 de abril – 14 de abril
Revisión de la literatura	15 de abril – 21 de abril
Revisión de la literatura	22 de abril – 28 de abril
Metodología	29 de abril – 05 de mayo
Metodología	06 de mayo – 12 de mayo
Resultados de la investigación	13 de mayo – 19 de mayo
Resultados de la investigación	20 de mayo – 26 de mayo
Redacción del informe final	27 de junio – 02 de junio
Evaluación del informe final y elaboración del acta de aprobación	03 de junio – 09 de junio
Entrega del artículo y la ponencia	10 de junio – 16 de junio
2da revisión del informe final	17 de junio – 23 de junio
Elaboración del acta sustentación	24 de junio – 30 de junio
Sustentación del informe final	1 de julio – 07 de julio
Publicación de promedios	08 de julio – 14 de julio

**Fuente:** elaboración propia



## Anexo 02: Presupuesto

<b>N°</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>
1	FOLDER MANILA	01 UNIDAD	0.70
2	LAPICEROS	02 UNIDADES	4.00
3	FOTOCOPIAS	50 HOJAS	7.00
4	CORRECTOR	01	4.00
5	USB	UNIDAD	25.00
6	PASAJES	4 MESES	90.00
	<b>TOTAL</b>		<b>130.70</b>

**Fuente:** elaboración propia

**Anexo 03; Tabla de Sondeo**

<b>Nombre del Hotel</b>	<b>Ubicación</b>
Hostal “Encanto de la Selva”	Av. Alameda Perú cdra. 2
Hospedaje “Salazar”	Av. Alameda Perú N°352
Hotel “Yuriko”	Jr. Callao N°238
Hotel “Villanueva”	Jr. Mozón N°402
Hospedaje “Kan Cun”	Av. Alameda Perú N°386
Hotel “Internacional Plaza”	Av. Alameda Perú cdra. 5
Hotel “Sol de Oro”	Av. Raimondi N°719
Hotel “Green Paradise”	Av. Raimondi N°687
Hotel “Wassiki”	Av. Alameda Perú N°154
Hotel “Chota”	Av. Raimondi N°703
Hotel “León”	Av. Alameda Perú N°154
“Palacio Hotel”	Av. Alameda Perú N°164

**Fuente:** elaboración propia

## Anexo 04: Gráficos

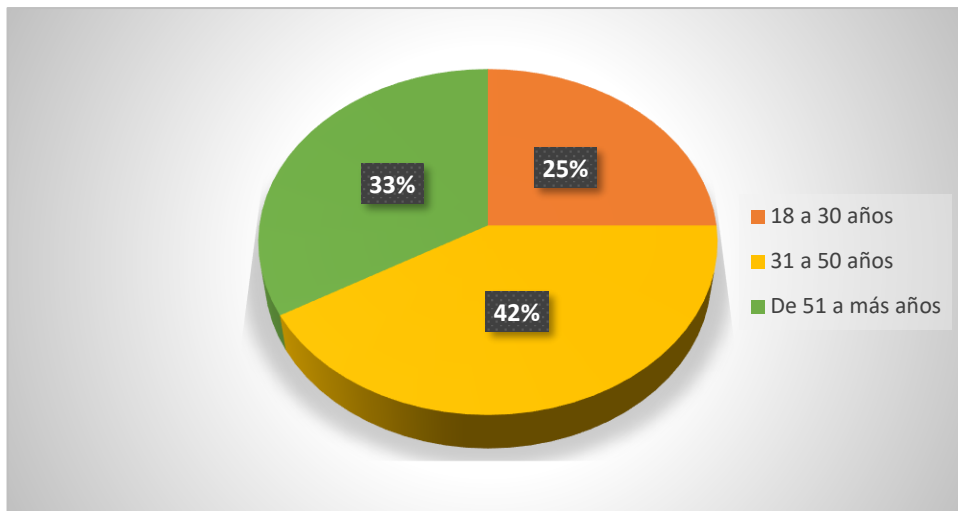


Figura 1: Edad de los representantes

Fuente: Tabla 1

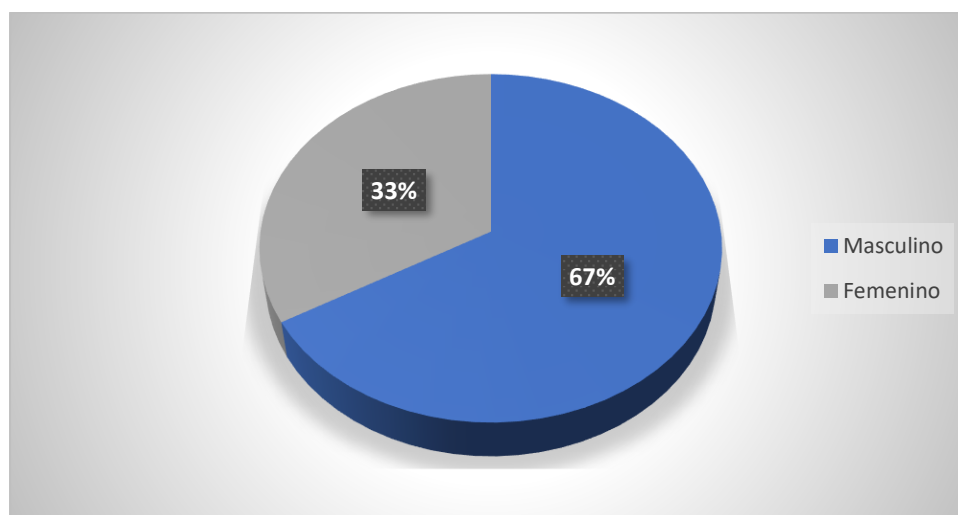


Figura 2: Género de los representantes

Fuente: Tabla 1

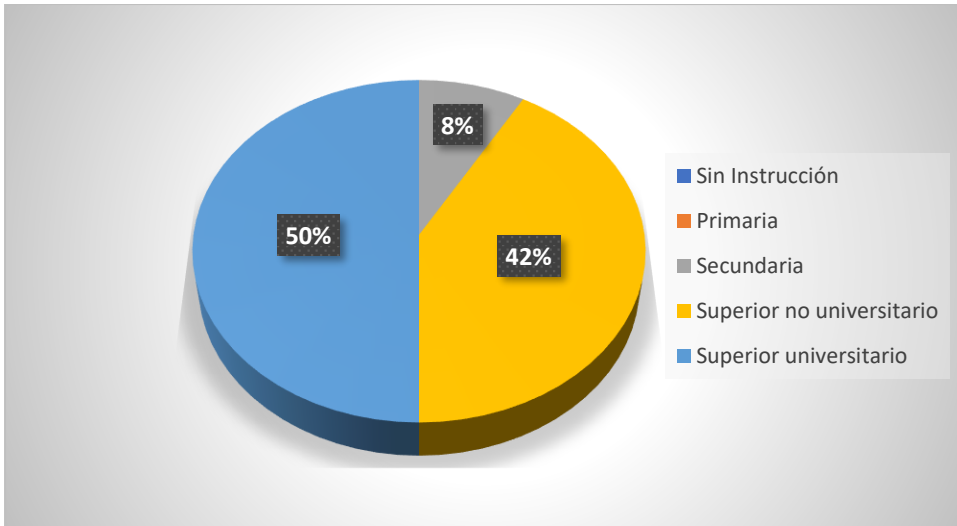


Figura 3: Grado de instrucción de los representantes

Fuente: Tabla 1

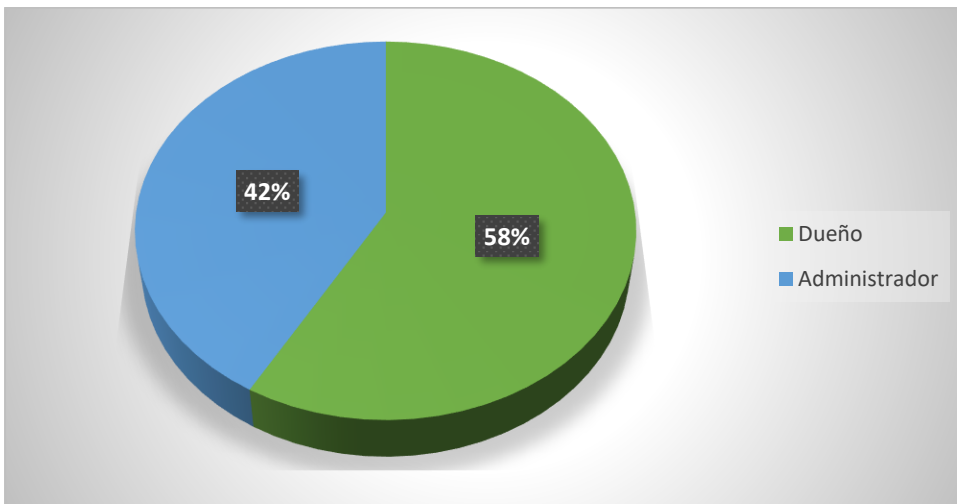


Figura 4: Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

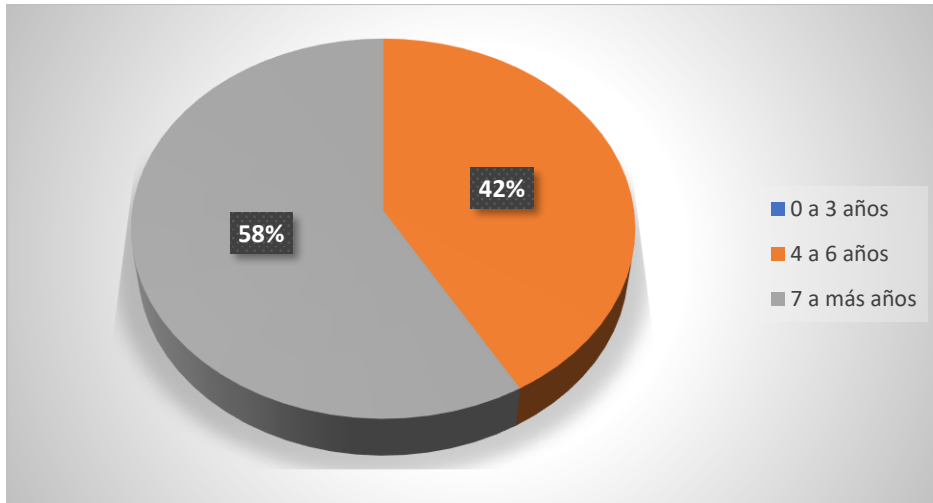


Figura 5: Tiempo de permanencia en el cargo

Fuente: Tabla 1

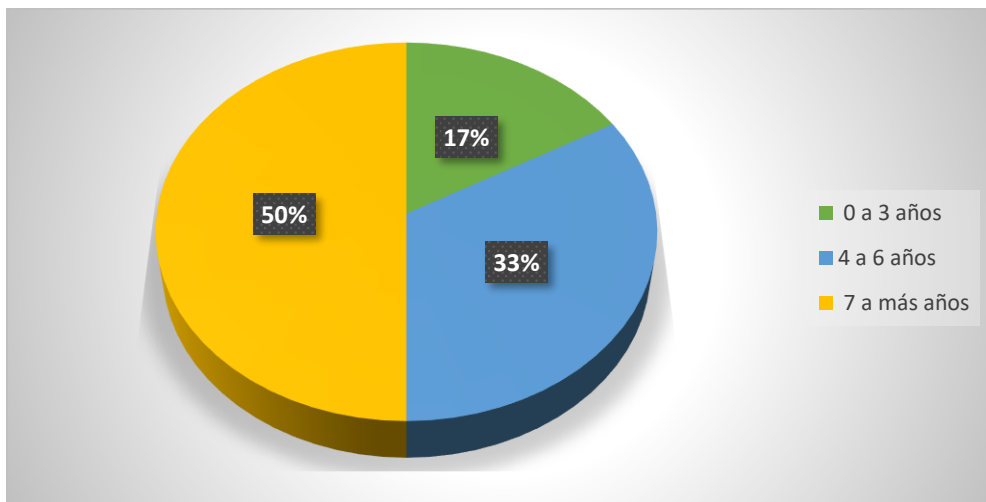


Figura 6: Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente: Tabla 2

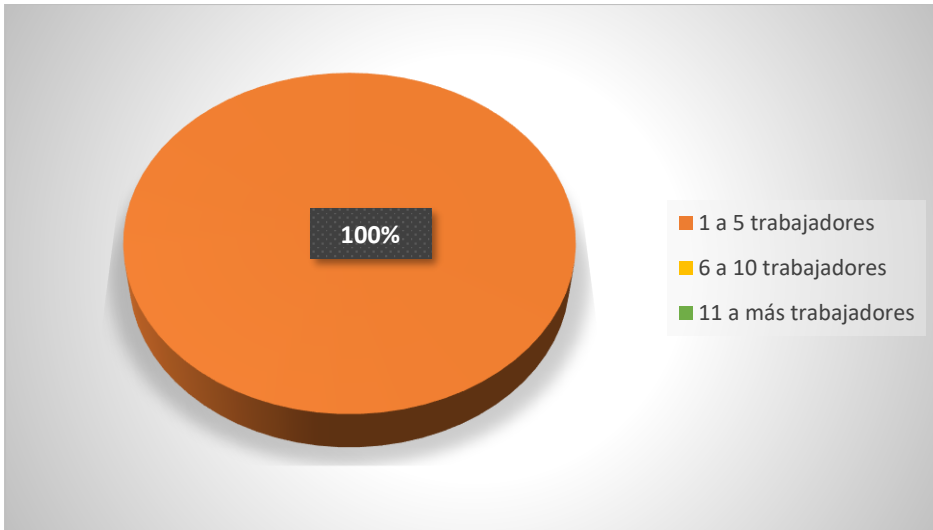


Figura 7: Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

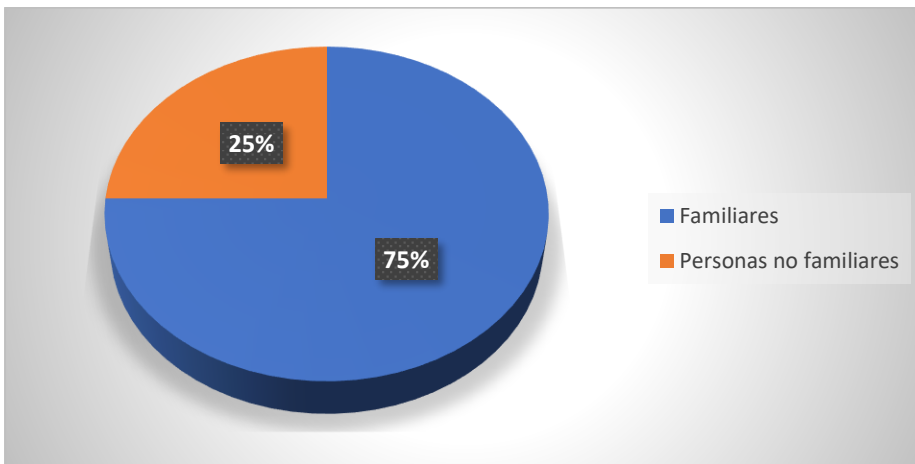


Figura 8: Trabajadores

Fuente: Tabla 2

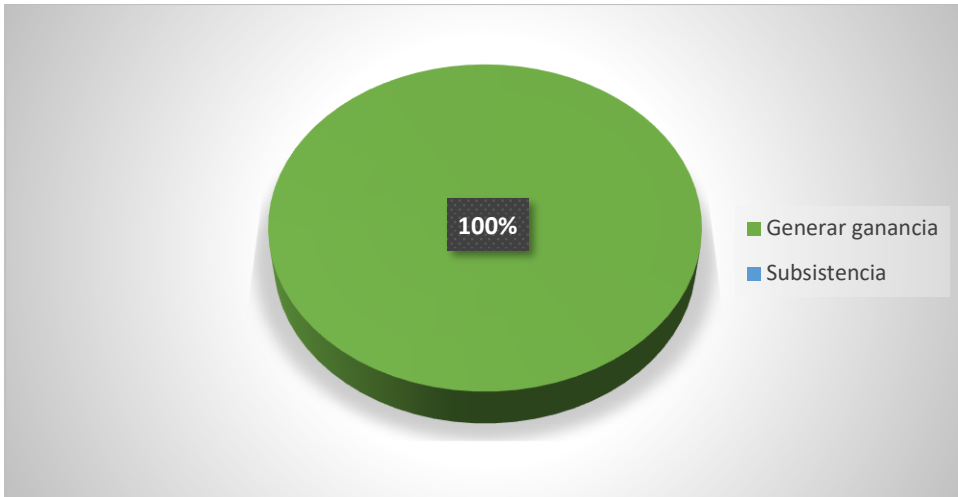


Figura 9: Objetivo de creación

Fuente: Tabla 2

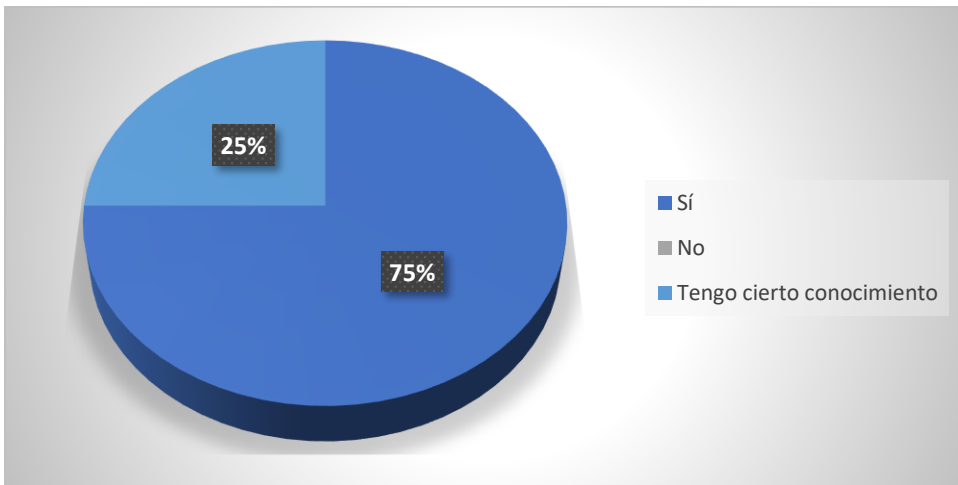


Figura 10: Conocimiento de Gestión de Calidad

Fuente: Tabla 3

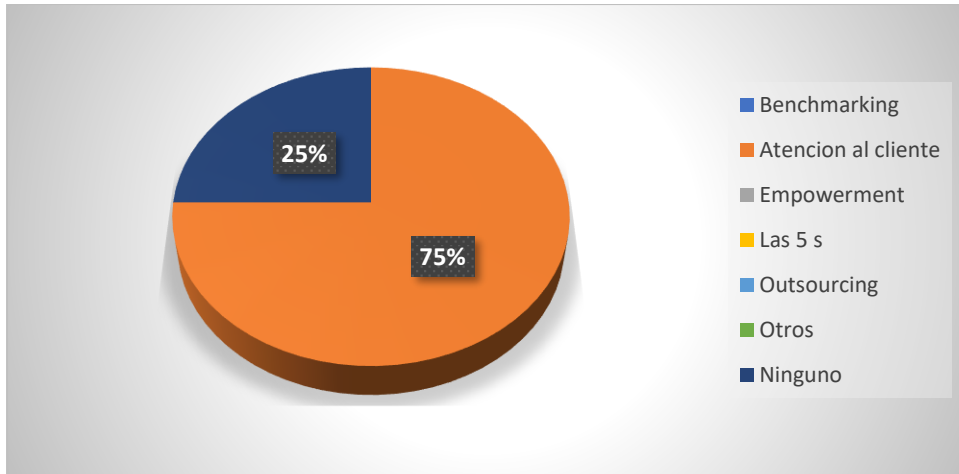


Figura 11: Técnicas

Fuente: Tabla 3

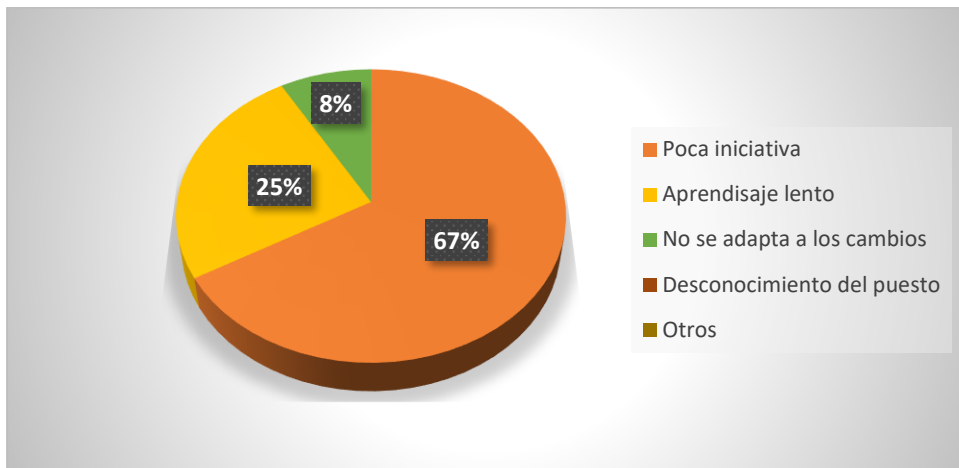


Figura 12: Dificultades

Fuente: Tabla 3



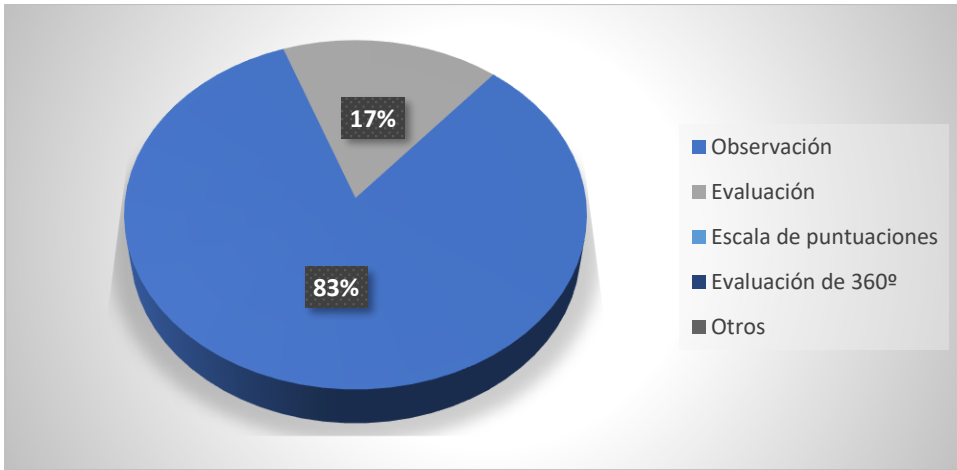


Figura 13: Medición del rendimiento

Fuente: Tabla 3

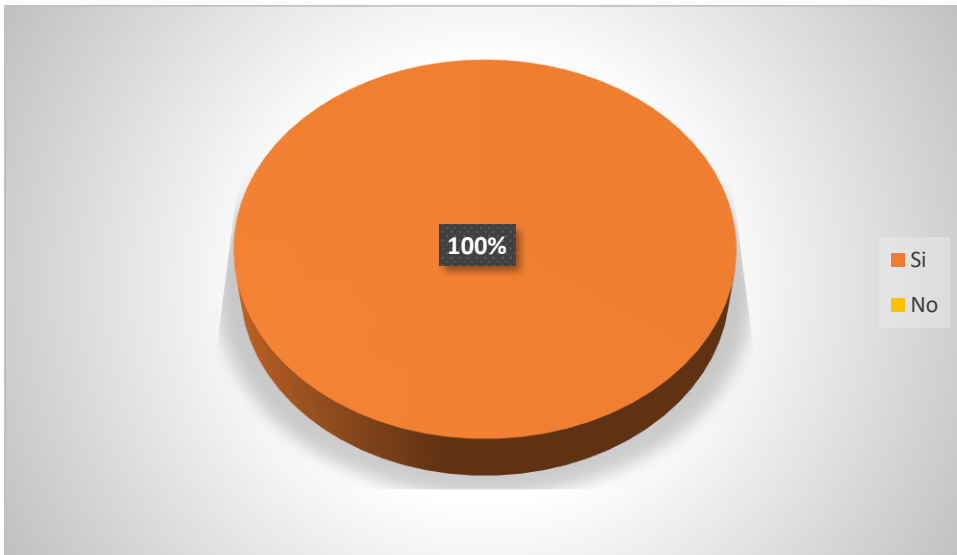


Figura 14: Gestión de Calidad contribuye al rendimiento

Fuente: Tabla 3

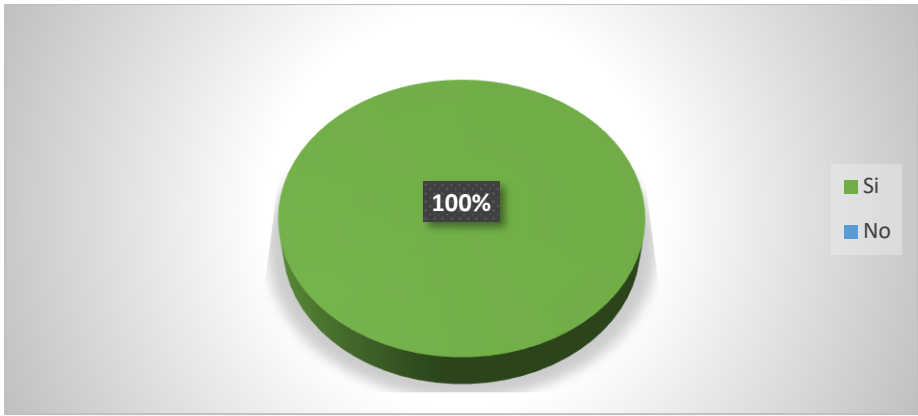


Figura 15: Gestión de Calidad para alcanzar objetivos

Fuente: Tabla 3

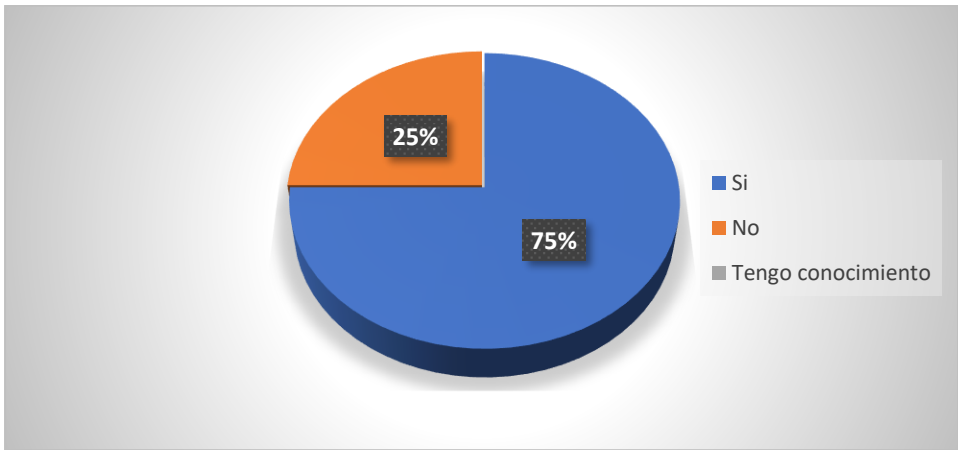


Figura 16: Conocimiento de Atención al Cliente

Fuente: Tabla 3

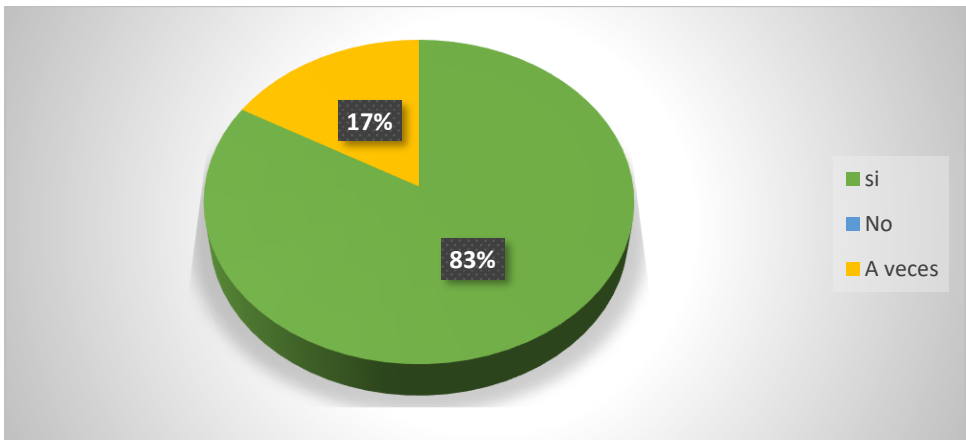


Figura 17: Aplica la Gestión de Calidad

Fuente: Tabla 3

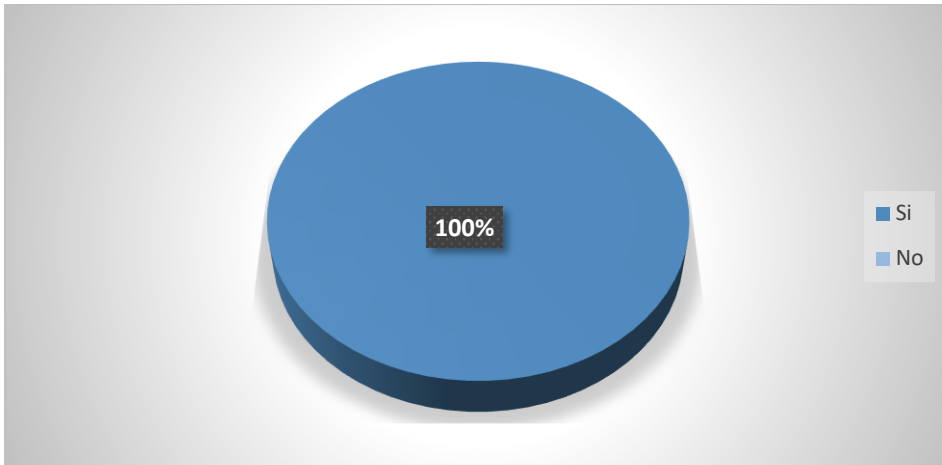


Figura 18: La Atención al Cliente es importante

Fuente: Tabla 3

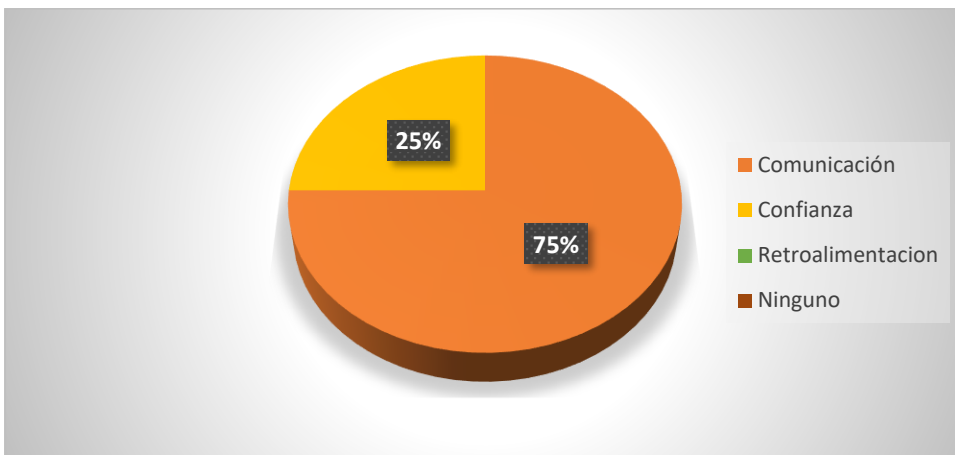


Tabla 19: Herramientas

Fuente; Tabla 3

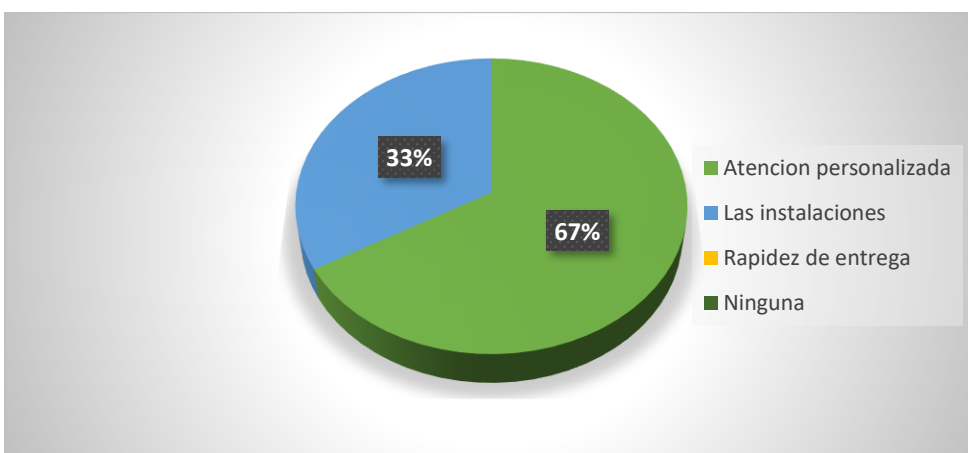


Tabla 20: Factores que brinda la Calidad de Servicio

Fuente: Tabla 3

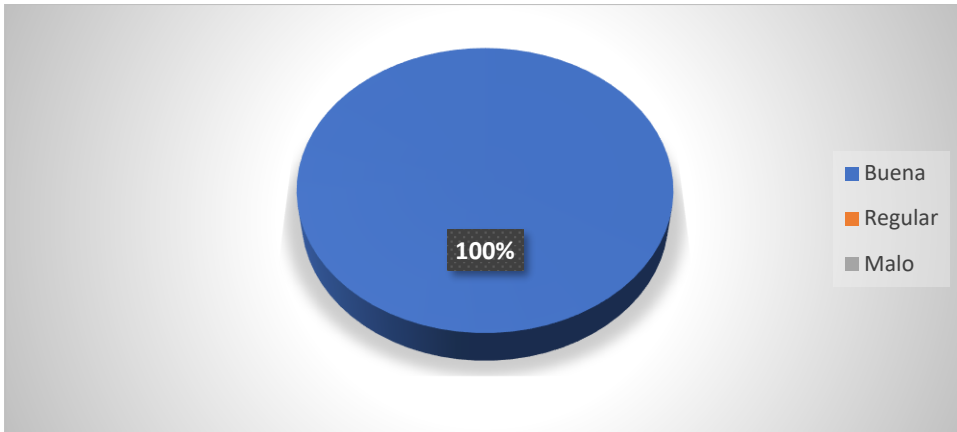


Tabla 21: La Atención que brinda es

Fuente: Tabla 3

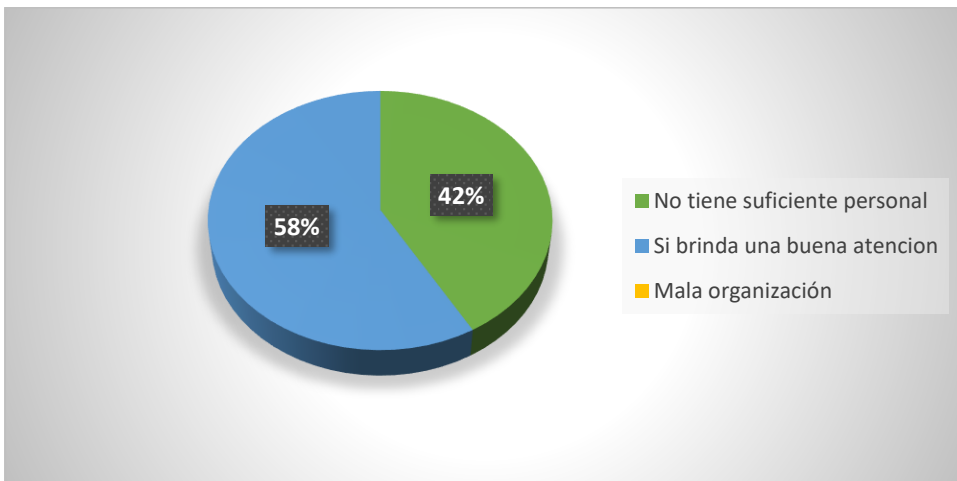


Tabla 22: Consideración

Fuente: Tabla 3

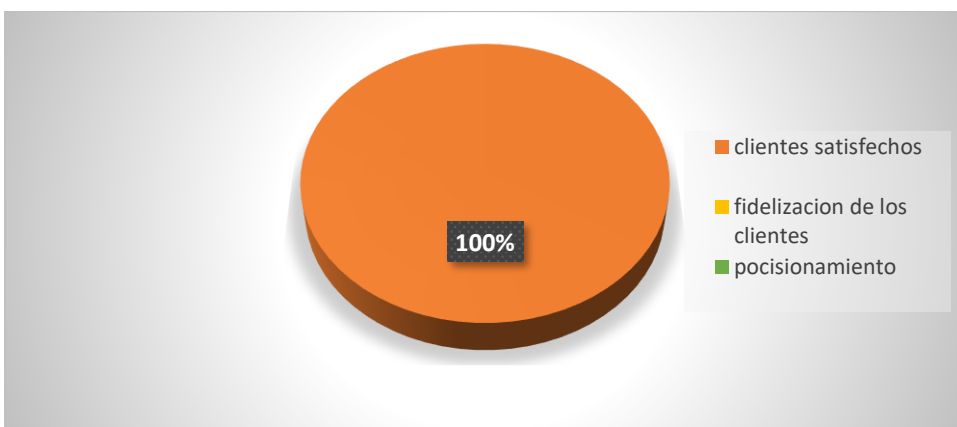
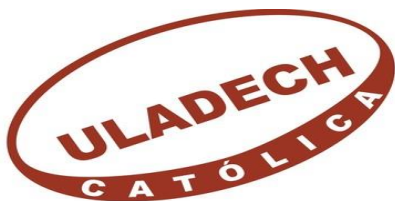


Tabla 23: Resultados logrados

Fuente: Tabla 3

## **Anexo 5: Cuestionario**



---

# **UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE**

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

### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

#### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO HOTELERÍA DEL DISTRITO DE RUPA-RUPA 2019**. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **1. GENERALIDADES**

**1.1 REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

##### **1. Edad**

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

## **2. Género**

- a) Masculino
- b) Femenino

## **3. Grado de instrucción**

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

## **4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

## **5. Tiempo que desempeña en el cargo**

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

## **1.2 REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

## **6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

**7. Número de trabajadores**

a) 1 a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

a) Familiares

b) Personas no familiares

**9. Objetivo de creación**

a) Generar ganancia

b) Subsistencia

**2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD**

**2.1 GESTION DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el término gestión de calidad?**

a) Si

b) No

c) Tengo cierto conocimiento

**11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:**

a) Benchmarking

b) Atención al cliente

c) Empowerment

d) Las 5 s

e) Outsourcing

f) Otros

g) Ninguno

**12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad?**

a) Poca iniciativa

b) Aprendizaje lento

c) No se adapta a los cambios

d) Desconocimiento del puesto

e) Otros

**13. Que técnicas para medir el rendimiento personal conoce:**

a) La observación

b) La evaluación

c) Escala de puntuaciones

d) Evaluación de 360°

e) Otros

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

a) Si



b) No

**15. ¿la gestión de calidad de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?**

a) Si

b) No

c) A veces

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

**16. Conoce el término de atención al cliente**

a) Si

b) No

c) Tengo cierto conocimiento

**17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?**

a) Si

b) No

c) A veces

**18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?**

a) Si

b) No

**19. Herramientas que utilizas para un servicio de calidad**

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

**20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda**

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

**21. La atención que brinda a los clientes es:**

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

**22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente**

- a) No tiene suficiente personal
- b) Por una mala organización de los trabajadores
- c) Si brindan una buena atención al cliente

**23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.**

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes

c) Posicionamiento de la empresa

d) Incremento en las ventas