



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS,
RUBRO HOTELES CATEGORÍA TRES ESTRELLAS,
DISTRITO DE IQUITOS, AÑO 2018**

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

AUTORA:

Bach. JUANA MARINA NOEMI AMASIFUÉN PIZANGO

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortiz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, y a todas esas personas que me apoyaron psicológicamente para seguir luchando hasta el final de mi carrera.

DEDICATORIA

A mi madre, por su amor y apoyo incondicional
para culminar mis estudios

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación ha sido determinar la Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, rubro Hoteles categoría tres estrellas, distrito de Iquitos, año 2018. La metodología de investigación fue del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y Correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas con la técnica de encuesta obteniéndose como resultados: Respecto al microempresario: 47,1% son emprendedores de “29 a 39 años de edad”; constituye ambos géneros: siendo en su mayoría el sexo masculino (79,2%) y femenino (20,8%); teniendo (83,3%) instrucción “técnica” y universitaria 16,7%. Respecto a calidad de gestión: el 58,3% de las mypes del sector servicios, rubro hoteles categorías tres estrellas tiene una trayectoria muy exitosa de 7 años a más; teniendo en cuenta de 9 a más colaboradores; 58,3% promueve y se siente comprometidos con la calidad; 70,8% cumple con su misión, vision y valores de su organización; Respecto a la Atención del Cliente: los microempresarios se involucran en ofrecer una experiencia agradable de atención (54,2%) y manifiestan que no vieron la necesidad de invertir para el uso aplicaciones informáticas; el 54,2% indica que en la mype existe procedimientos para llevar a cabo un buen servicio a sus clientes y que cuenta con un servicio de post venta; (83,3%) son la mayoría que llevan curso de capacitación antes de dirigirse a su cliente; esto es una ventaja que conlleva a la empresa a estar en un buen “posicionamiento” en el mercado; 37,5% hace uso de la medición de satisfacción al cliente “mensual”. Finalmente, la mayoría (62,5%) de los propietarios hacen uso de las “redes sociales” para llegar al cliente y ofrecer la calidad de servicio que brinda.

Palabras clave: Gestión de calidad, Atención al Cliente, Hoteles tres estrellas.

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the Management under the focus of customer service in the mypes of the Services Sector, category Hotels category three stars, district of Iquitos, year 2018. The research methodology was of the quantitative type, descriptive level, non-experimental, transversal, descriptive and correlational design. A structured questionnaire of 19 questions was applied with the survey technique, obtaining as results: Regarding the microentrepreneur: 47.1% are entrepreneurs of "29 to 39 years of age"; it constitutes both genders: the majority being male (79.2%) and female (20.8%); having (83.3%) "technical" and university instruction 16.7%. Respect for quality of management: 58.3% of the mypes in the service sector, category hotels, three-star categories, have a very successful trajectory of 7 years to more; taking into account 9 to more collaborators; 58.3% promote and feel committed to quality; 70.8% meet its mission, vision and values of your organization; Regarding Customer Service: microentrepreneurs are involved in offering a pleasant care experience (54.2%) and state that they did not see the need to invest in the use of computer applications; 54.2% indicate that in the mype there are procedures to carry out a good service to its customers and that it has a post-sale service; (83.3%) are the majority who have a training course before addressing their client; This is an advantage that leads the company to be in a good "position" in the market; 37.5% use the "monthly" customer satisfaction measure. Finally, the majority (62.5%) of the owners make use of the "social networks" to reach the client and offer the quality of service provided.

Keywords: Quality Management, Customer Service, Three Star Hotels.

ÍNDICE GENERAL

<i>TITULO DE LA TESIS</i>	<i>i</i>
<i>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i>	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>iv</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i>	<i>vii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>ix</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>xi</i>
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.1 Caracterización del Problema	2
1.1.2 Enunciado del Problema	2
1.2 Objetivos de la Investigación	3
1.2.1 Objetivo General	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 Justificación de la Investigación	3
CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1 Antecedentes de la investigación	4
2.1.1 Antecedentes Internacionales	4
2.1.2 Antecedente Nacional	4
2.1.3 Antecedente Regional	6
2.2 Bases Teóricas de la Investigación	6
2.2.1 Organización orientada hacia el cliente	6
2.2.2 Calidad	8
2.2.3 Evolución de la Calidad	9
2.2.4 Sistema de Gestión de Calidad	11
2.2.5 Micro y Pequeña Empresa	12
2.3 Marco Conceptual	13
2.3.1 Glosarios de Términos	13

CAPITULO III. HIPÓTESIS	17
3.1 Hipótesis General.....	17
3.2 Hipótesis Específicas.....	17
CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	18
4.1 Diseño de Investigación	18
4.1.1 Tipo de Investigación.....	18
4.1.2 Nivel de investigación	18
4.2 Universo y Muestra.....	19
4.2.1 Universo o Población	19
4.2.1 Muestra	19
4.3 Definición y Operacionalización de Variables	21
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	22
4.4.1 Técnicas.....	22
4.4.2 Instrumentos.....	22
4.5 Plan de Análisis	22
4.6 Matriz de Consistencia	23
4.7 Principios Éticos.....	26
CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
5.1 Resultados.....	27
A. Datos del Emprendedor.....	27
B. De la Gestión de Calidad	30
C. Atención al Cliente.....	37
5.2 Análisis de Resultados	46
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	52
6.1 Conclusiones de la investigación.....	52
6.2 Recomendaciones	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
ANEXOS.....	57
1. Presupuesto.....	57
2. Cronograma.....	58
3. Encuesta	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	21
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	23
Tabla 3: ¿Cuál es la edad del microempresario?.....	27
Tabla 4: ¿Cuál es el sexo del microempresario?.....	28
Tabla 5: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?.....	29
Tabla 6: ¿Cuántos años Tiene presencia su empresa en el mercado?.....	30
Tabla 7: ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?.....	31
Tabla 8: ¿La gerencia está comprometida con la calidad?.....	32
Tabla 9: ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?.....	33
Tabla 10: ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?.....	34
Tabla 11: ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?.....	35
Tabla 12: ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?.....	36
Tabla 13: ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?.....	37
Tabla 14: ¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?.....	38
Tabla 15: ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?.....	39
Tabla 16: ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?.....	40

Tabla 17: ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?.....	41
Tabla 18: ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?.....	42
Tabla 19: ¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa al cliente?.....	43
Tabla 20: ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?.....	44
Tabla 21: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?.....	45
Tabla 22: Presupuesto.....	57
Tabla 23: Cronograma de Actividades.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Cuál es la edad del microempresario?.....	27
Figura 2: ¿Cuál es el sexo del microempresario?.....	28
Figura 3: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?.....	29
Figura 4: ¿Cuántos años Tiene presencia su empresa en el mercado?.....	30
Figura 5: ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?.....	31
Figura 6: ¿La gerencia está comprometida con la calidad?.....	32
Figura 7: ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?.....	33
Figura 8: ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?.....	34
Figura 9: ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?.....	35
Figura 10: ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?.....	36
Figura 11: ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?.....	37
Figura 12: ¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?.....	38
Figura 13: ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?.....	39
Figura 14: ¿El restaurant cuenta con ambientes diseñados en función al cliente?.....	40
Figura 15: ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?.....	41
Figura 16: ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?.....	42

Figura 17: ¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa al cliente?.....	43
Figura 18: ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?.....	44
Figura 19: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?...	45

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

En los años setenta y a principios de los ochenta las empresas se estaban dando cuenta de que la calidad de producto no era suficiente como elemento de diferenciación, a todo esto, se imponía un cambio fundamental de que no estaban sirviendo a un mercado sino a clientes. De esta manera, las empresas están interesadas a la gestión de calidad y servicio al cliente.

Un buen servicio empieza y termina en las oficinas de la alta dirección de las mypes. Si la alta dirección no se compromete con la filosofía y las estrategias de la gestión de calidad al cliente, todo esfuerzo será vano, así mismo. Una de las estrategias del servicio requiere un conocimiento de las estrategias del servicio de la competencia; hay que conocerlas a profundidad.

Es necesario el diseño de sistemas y estrategias que permitan a las mypes llegar al cliente indicando las estrategias y los usos que pueda hacer del servicio que ponemos a su disposición para responder adecuadamente a sus necesidades y expectativas.

En este contexto, la investigación que deseamos presentar tiene el interés de conocer como se realiza la gestión en los hoteles de tres estrellas del distrito de Iquitos, ciudad con gran afluencia turística, en donde el servicio es constantemente evaluado por los clientes y esperan calidad desde la gestión como empresa hasta en el servicio, por lo que es necesario también conocer si existe un plan de atención al cliente.

1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1 Caracterización del Problema

En el mercado hotelero del distrito de Iquitos, la competencia es vivaz y para sobrevivir a esto es necesario aplicar políticas y medidas de atención y servicio al cliente, donde no solo es importante satisfacer a los clientes, sino superar sus expectativas de calidad con el fin de que vuelva a requerir el servicio, logrando una valoración positiva de la empresa y que al mismo tiempo los clientes hagan una buena referencia de sus experiencias y percepciones a otros.

Los hoteles de tres estrellas constituyen la mayoría en el distrito y son los de mayor frecuencia por los pasajeros, sea por su precio, servicios y ubicación. Año a año aumentan el número de estas mypes y la competencia es fuerte, situación que favorece al cliente por el precio final que puede lograr, pero que en otrora no garantiza el buen servicio que esperan al contratar sus servicios.

Si el servicio no es concebido en toda su dimensión por las mypes del sector servicios, hoteles categoría tres estrellas del distrito de Iquitos y tiene un margen superficial, entonces se está a merced del cliente, quien al final de hospedarse hace una evaluación, la que puede ser negativa si no se cumple la promesa de servicio de calidad y deviene en una mala recomendación que afecta por mucho tiempo la imagen de la empresa y su rentabilidad.

1.1.2 Enunciado del Problema

¿Una débil gestión de calidad y atención al cliente podría generar la pérdida de participación del mercado, de las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, en el distrito de Iquitos, año 2018?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Esta investigación tiene por objetivo analizar si las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y servicios a sus clientes a través de las diferentes áreas que lo conforman.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar si las Mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, se gestionan con calidad y mejora continua.
- Analizar si las Mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, dirigen sus operaciones enfocadas en el cliente.
- Conocer si las Mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, capacitan a su personal para una mejor disposición de servicio al cliente.

1.3 Justificación de la Investigación

Se justifica, porque aporta aspectos teóricos coherentes con la extensión y límites relacionados a la gestión de calidad y herramientas como el enfoque a la atención al cliente; generando reflexiones y debate académico sobre las experiencias, conocimientos existentes y asimismo, contrastar los resultados obtenidos de la investigación a las mypes del rubro hoteles categoría tres estrellas en el distrito Iquitos, con la teoría existente. También por el aporte a futuras investigaciones.

CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Wenzel, M. (2006). Tesis para optar al título de Administrador de Empresas de Turismo “Eco-gestión en el área habitaciones de hoteles cinco y tres estrellas de las ciudades de Villarrica y Pucón”. Tiene por objetivo, realizar una propuesta de eco gestión para el área de habitaciones de hoteles cinco y tres estrellas de las ciudades de Villarrica y Pucón, con la finalidad de proponer alternativas para su óptimo manejo, contribuyendo así al logro de un desarrollo sustentable con la adopción de buenas prácticas ambientales dentro de ella. Para realizar la investigación se aplicó un análisis descriptivo, realizando una previa revisión bibliográfica y de material in situ, previamente visitando algunos organismos públicos. Concluimos, que los hoteles que no protejan el medio ambiente y la cultura estarán contribuyendo a la destrucción de los verdaderos atractivos de los que depende su éxito, en particular una atmósfera limpia, agua saludable y un entorno sano y hermoso es lo que buscan los clientes. A todo esto podemos decir que existe poca educación medioambiental, no existe un compromiso de parte de los colaboradores con respecto al cuidado del medio ambiente

2.1.2 Antecedente Nacional

Gonzales, Z. (2016). Tesis para optar el título de licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos “Impacto del turismo en el Perú, como actividad económica, en el hotel tres estrellas Lucky Star de la ciudad de Chiclayo, durante el periodo 2009-2014”. La investigación tiene como objetivo diagnosticar el impacto del

turismo como actividad económica en el Perú, en el hotel tres estrellas Lucky Star de la ciudad de Chiclayo, durante el periodo 2009- 2014. El tipo de investigación fue mixta, dentro de este método podemos estudiar al diseño exploratorio secuencial; esto consiste en una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos. Gracias al estudio realizado se puede concluir que el hotel tres estrellas Lucky Star, no supo aprovechar las oportunidades de desarrollo que se presentaron en el país, en especial el crecimiento significativo que hubo por parte del turismo en el año 2011 y 2012.

Portocarrero, S. (2016). Informe final de tesis para obtener el título Licenciado en turismo “El servicio de calidad en los hoteles tres estrellas del centro histórico de Trujillo, región la Libertad”. Objetivos, determinar las características que presentan los hoteles tres estrellas del centro histórico de Trujillo, para brindar un servicio de calidad. La investigación se realizó bajo un análisis etnográfico del tipo deductivo-analítico; permitió recolectar datos primarios en el campo y aprovechar fuentes tanto primarias como secundarias, logrando de esta manera conocer de manera general el sector hotelero de la categoría tres estrellas del centro histórico. Se llega a las siguientes conclusiones: tres de los nueve hoteles de tres estrellas del centro histórico de Trujillo, no sólo cumplen con las normas básicas del reglamento del reglamento N°0029- MINCETUR; sino que han implementado servicios adicionales para la satisfacción de los clientes. El enfoque SERVQUAL es una herramienta importante para evaluar la calidad de los servicios, y específicamente en la hotelería, sus dimensiones pueden ser estándares a seguir, ya que si son estos puntos los que el huésped evaluará, entonces es importante tenerlos solucionados de antemano.

2.1.3 Antecedente Regional

Ramírez, S.; Requejo, M. (2006). Tesis para optar al título de Licenciado en Administración en Turismo “Baja calidad del servicio en atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de los distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo”. El proyecto tiene como objetivo, analizar la baja calidad del servicio en atención al cliente en los hoteles tres estrellas de los distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo. La investigación es del tipo básica, de nivel descriptiva, mediante el cual se recopilan datos e información para probar las hipótesis o responder a las preguntas concernientes; teniendo como herramientas, a las encuestas, entrevistas y a la observación directa. El resultado del estudio indica que la baja calidad del servicio de atención al cliente se basa en el inadecuado clima organizacional, la comunicación asertiva entre jefe y colaboradores, y la falta de capacitación de los trabajadores, teniendo como resultado una mala gestión en calidad de atención al cliente.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1 Organización orientada hacia el cliente

Según Albrecht K. en su libro la “Revolución del Servicio”, dice que una organización está impulsada por el servicio cuando tiene una estrategia clara de éste; dependientes que tienen contacto con el público orientados hacia el servicio y sistemas amables con el cliente para prestar sus servicios. Crear una nueva orientación del servicio en una organización, generalmente implica algunas de las siguientes etapas:

Paso 1: Auditoria del servicio.

- Es razonable empezar la auditoria analizando el ciclo o ciclos del servicio que tienen nuestros clientes; para realizar dicho fin es necesario valerse de herramientas, tales como: encuestas con los clientes,

entrevistas personales o telefónicas y entrevistas con grupos; esto permitirá saber que herramientas de gestión es la más adecuada.

- El paso 1 es fundamental ya nos permite tener una preliminar de la relación que tiene el negocio con el cliente, además de clasificar la información y organizarla en forma conveniente para el análisis y toma de decisión por parte de la gerencia.

Paso 2: Desarrollo de las estrategias.

- Contar con una gestión de servicio proporciona una base para una campaña de mercadeo que pueda exteriorizar un mensaje creíble, fácil de expresar y fácil de explicar al cliente.
- Con el desarrollo de estrategias y la aplicación de herramientas de gestión, van a diferenciar a la organización de manera significativa de sus competidores ante el cliente.

Paso 3: Predicar y enseñar el evangelio del servicio

- La gran mayoría de los empleados de servicios reciben poco o ningún entrenamiento para lograr mejor rendimiento formal y tienen que adquirir sus habilidades a través de la experiencia en el trabajo; teniendo un personal mejor capacitado, se podría lograr más eficiencia y productividad en su trabajo
- La imposición de normas de trabajo establecidas por la gerencia, con frecuencia no alcanzan a lograr la dedicación y el entusiasmo del personal que labora; regularmente se sienten presionados cuando los supervisores empiezan a hablar de medir su rendimiento y evaluarlos con base en las conductas en el servicio.

Paso 4: Ejecución

- Es preciso encontrar la manera de ayudar al personal que presta el servicio para que aplique su vivacidad y capacidad en beneficio del cliente y en consecuencia en beneficio de la organización.
- Debemos comprometer y estimular a los colaboradores para que por su propia cuenta descubran la manera de aplicarlos las técnicas de gestión de calidad para mejorar los productos, y la calidad de la experiencia del cliente.

Paso 5: Continuidad

- Es conveniente ratificar en los programas que brindan soporte a la organización que estén en armonía con el concepto de calidad de servicio al cliente lo que se quiere lograr es que en un momento no determinado el programa de gerencia del servicio deja de ser un programa y pasa a ser la orientación básica de la organización.
- Hacer del compromiso de servir un sistema de vida; llegar a este punto puede requerir una gran inversión de tiempo, energía, dinero y pensamiento creativo. Las organizaciones que realizan esta inversión con más efectividad son las que tienen éxito y crecen.

2.2.2 Calidad

La calidad significa llegar a un estándar más alto en lugar de estar satisfecho con alguno que se encuentre por debajo de lo que se espera cumpla con las expectativas. También podría definirse como cualidad innata, característica absoluta y universalmente reconocida, aunque, en pocas palabras calidad es hacer las cosas bien

a la primera, es decir, que el producto salga bien al menor costo posible. Es el resultado de una actitud enérgica y comprometida de esfuerzos sinceros de una ejecución talentosa (Naranjo, 2012).

2.2.3 Evolución de la Calidad

- **Etapa artesanal.** -Aquí es donde la calidad suponía hacer las cosas bien a cualquier costo los objetivos que persiguió el artesano eran su satisfacción personal y la satisfacción de su compra importaba el tiempo que le llevara.
- **Etapa de la industrialización.** - Aquí la calidad fue sustituida por el de producción, hacer muchas cosas y muy deprisa sin importar que calidad el objetivo era satisfacer la demanda de bienes y aumentar los beneficios la cantidad y el tiempo.
- **Etapa de control Final.**- En esta etapa lo importante ya era la cantidad de producto fabricado, sino que el cliente lo recibiera según sus especificaciones, la producción aumentado considerablemente con el establecimiento del trabajo en cadena, pero esto había producido un efecto secundario no deseado causado por el aburrimiento y la apatía de los trabajadores que originaba fallos en el producto y clientes descontentos, el cliente ya no se conforma con cualquier cosa y empieza a exigir que el producto que recibe cumpla con lo que ha especificado, lo origina el nacimiento del control de entendido como Control final, la calidad se convierte en una especie de servicio policial cuya principal tarea es garantizar que el producto es óptimo y que cumple con los requisitos establecidos en el pedido el % de producto defectuoso enviado al cliente dependía de lo fuerte que fuera la inspección final.

- **Etapa de control en proceso.** –Los defectuosos que se encontraban durante la inspección final, no solo se producían durante el proceso de fabricación, sino que también eran provocados por el más estado o la no conformidad de la materia prima utilizada esto llevo a establecer nuevos puntos de inspección. Para lo único que servían era para constatar el número defectuosos que se fabrican y para evitar que llegaran al cliente, se identificaban los defectos y el lugar donde se producían, lugar donde se producían pero no evitaban que se produjera, el producto seguía llevando un añadido causado por los defectos de fabricación, además del costo que suponía la propia inspección, el cliente está descontento y ya no quiere que le solo los productos buenos, lo que quiere es que los productos que se fabriquen se han buenos y que se le entreguen en el plazo pactado De esta forma surge el control en proceso que permite tomar acciones preventivas, ya no se trata solo de identificar y rechazar o repasar los productos defectuosos antes de su salida al mercado o se su envió al cliente, se trata de efectuar un control en cada fase del proceso que permita identificar los fallos y tomar acciones correctoras que eviten la aparición de los defectuosos.
- **Etapa de control.** –En diseño se tenía controlado proceso y se adoptaban acciones correctoras y preventivas, pero se seguían detectando problemas de calidad que aparecían durante la vida útil del producto y que no eran imputables ni a la materia prima, ni a las maquinas, ni a la mano de obra ni al proceso, el problema estaba en el propio diseño.

Esto hizo necesario abordar desde el principio la posibilidad de realizar un producto que se ajustara a los medios disponibles y que ofreciera garantía

de no fallo, la calidad empieza a programarse desde el propio proyecto para que el producto además de estar adaptado a un proceso productivo, tenga una vida útil y garantice la fiabilidad del producto, lo que además simplifica considerablemente las tareas de control a calidad ya no se centra exclusivamente en el producto, empieza a formar de todos los integrantes de la organización y/o empresa que intervienen, directa o indirectamente, en como salga el producto final por lo tanto hay que organizarse, programarse, fijar objetivos y delimitar responsabilidades esta es la mejor forma para asegurar que resultado de la actividad sea lo que se pretende tener.

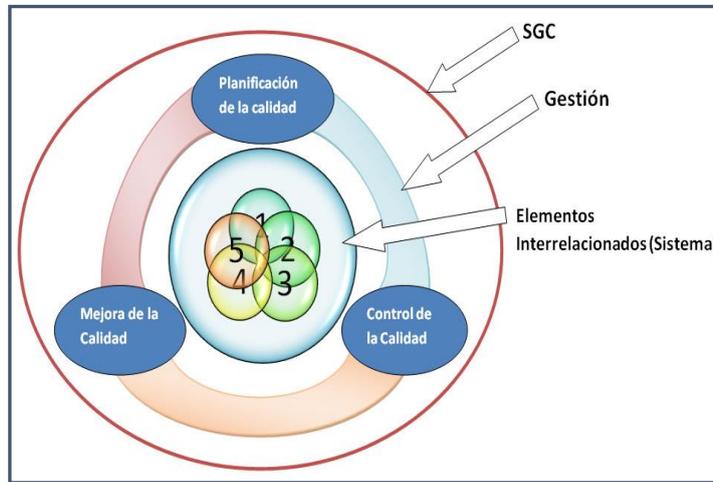
- **Etapa mejora continua.** - Muchos expertos concuerdan en que la satisfacción de los clientes es una medida a corto plazo. Sin embargo, la relación existente entre estos dos conceptos no está clara, pues hay quienes piensan que la satisfacción de los clientes produce calidad percibida en los servicios; otros consideran la calidad de los servicios como el vehículo para la satisfacción de los clientes. La satisfacción contribuye a los consumidores a formular sus percepciones acerca de la calidad de los servicios. la satisfacción compara las percepciones de los consumidores con lo que normalmente esperan del servicio (expectativas futuras), mientras que la calidad percibida de los servicios compara las percepciones de los consumidores con lo que deberían esperar de una organización que ofrece servicios de elevada calidad (Colmenares & Saavedra, 2007).

2.2.4 Sistema de Gestión de Calidad

Es una serie de actividades coordinadas sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios y para dar cumplimiento a los requisitos

del cliente y logro de la satisfacción del mismo.

Figura : Sistema de Gestión de Calidad



Fuente: <http://qualitytrends.squalitas.com/>

Elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad

1. Estructura Organizacional
2. Planificación (Estrategia)
3. Recursos
4. Procesos
5. Procedimientos

2.2.5 Micro y Pequeña Empresa

Según la **Ley N. ° 28015 (2003)**. 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.

Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Según la **Ley N. ° 30056 (2013)**. Las micro, pequeñas y medianas empresas

deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** Para ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** Para ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** Para ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Glosarios de Términos

- **Hotelería:** Es una actividad subsecuente del turismo; además de ser un punto de llegada con todas las facilidades y comodidades que requiere su actividad en situaciones de bienestar y seguridad, similares y mejores a las de su propio despacho profesional.
- **Hospedaje:** Servicio de estadía ofrecido a personas que buscan un lugar cómodo donde alojarse con el fin de poder descansar, relajarse o trabajar.
- **Zona social:** Es el servicio ofrecido en el cual los huéspedes pueden distraerse y relajarse: como bar, sauna, spa, gimnasio, terrazas, cafetín, piscina.

La Organización Mundial de Turismo es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuando a la clasificación hotelera, pero como este trabajo está en proceso, actualmente cada país decide las bases y requisitos que deben cumplir los

hoteles y hospedajes para alcanzar las estrellas que se pueden ver en casi todas las entradas de los hoteles.

La calificación clásica y más conocida para saber qué servicios tiene cada hotel está determinada por la cantidad de estrellas que tenga. Las estrellas pueden ir de una a cinco, aunque generalmente los sitios de una y dos estrellas no muestran su calificación, pero se sabe que son los más económicos y los que menos comodidades tienen.

Los Hoteles por Categorías:

- Hoteles de una estrella ★

Estos hoteles siempre son los más económicos y los que menos servicios tienen.

Los hoteles de una estrella son generalmente espacios pequeños y sin vistas espectaculares, pero donde podrás asegurarte un descanso. Los servicios como TV y teléfono se pueden compartir en la sala central del edificio. Gran parte de los hoteles de esta categoría están situados en residencias o pequeños edificios y no tienen una gran estructura para el ocio.

- Hoteles de dos estrellas ★★

Son de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero, mesas y sillas. Generalmente cuentan con servicio de alimentos y bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos.

Están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrecen no es de lo más atractivo.

Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno. También suelen ofrecer una de caja de seguridad para que guardes tus pertenencias y datos e

información turística de la región en la que te halles.

- **Hoteles de tres estrellas ★★★**

Estos hoteles tienen un costo medio. Cuentan con amplios espacios en cada habitación y un mobiliario completo con sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables.

Generalmente cuentan con servicio de comidas al estilo de bares, en los horarios de mañana, tarde y noche, además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría incluye el servicio de botones, servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en el espacio designado a la recepción de los huéspedes.

- **Hoteles de cuatro estrellas ★★★★**

Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como: secador de pelos, gel de baño y TV por Cable.

También ofrecen una serie de facilidades como: Servicio de lavandería, centro de reuniones empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas.

Cuentan con personal altamente capacitado que incluye chefs, botones y hasta guías que ofrecen recorridos y visitas por la región. Siempre poseen servicio de bar y comidas que se pueden recibir directamente en la habitación, e incluso algunos tienen su parte de restaurante abierta al público.

- **Hoteles de cinco estrellas ★★★★★**

Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecerte la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia

con profesores y animadores infantiles incluidos, hasta un servicio de guardería para niños, shows y eventos casi todas las noches. Tienen un espacio para las comidas y veladas con música en vivo, además de una carta desarrollada por varios chefs especializados en la gastronomía de la región.

Las habitaciones son las más cómodas de todas las que puedas encontrar, con espacios muy amplios y todas las comodidades que van desde TV por cable hasta servicio de limpieza y atención personalizada las 24 horas.

CAPITULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

La apertura que brinden los microempresarios de las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, a innovadoras prácticas de administración con la gestión de calidad y estrategias de atención al cliente, reflejan mejoras en el desempeño empresarial del sector y nueva cultura de servicio.

3.2 Hipótesis Específicas

- La administración basada en la práctica de la filosofía de la mejora continua en las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, permitirá un mejor desempeño gerencial de las mismas.
- La práctica como parte del protocolo de un plan de atención al cliente determinará que las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, mejoren su nivel de servicio y la percepción positiva del cliente como propósito del negocio.
- El valor agregado a los servicios como estrategias de diferenciación respecto a la competencia, contribuyen a mejorar el posicionamiento de las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, año 2018.

CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de Investigación

El diseño está compuesto por las siguientes características para un mejor tratamiento de la investigación:

- **No experimental:** Porque el investigador no realizó ninguna acción intencional sobre las variables.
- **Transversal:** Es cuando la información del objeto de estudio (población) se obtiene una única vez en un momento dado.
- **Descriptiva:** Según Salkind (1998). “Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.”
- **Correlacional:** Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Tiene como fuentes de información las bases de datos.

4.1.1 Tipo de Investigación

Es del tipo cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición

4.1.2 Nivel de investigación

Es nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizo comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado

4.2 Universo y Muestra

4.2.1 Universo o Población

Está constituida por todas las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, año 2018.

Como fuentes de consulta, se ha considerado a:

- Municipalidad Provincial de Maynas
- Intendencia Regional de la SUNAT
- Dirección Regional de Turismo y Comercio Exterior de Loreto.

Como resultado se determinó que son 26 mypes hoteles categoría tres estrellas, activas.

4.2.1 Muestra

Se determinó luego de conocerse el tamaño de la población.

Por ser necesario para la investigación se aplicó el siguiente instrumento de selección estadística:

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

Donde:

N= Población (26 mypes del rubro)

Z = 95% (1.96) Nivel de confianza

E= 5% (0.05) Margen de error

P= 0.5 probabilidad de éxito

Q= 0.5 probabilidad de fracaso

$\epsilon = 1 - \alpha$; $\epsilon = 1 - 0.95 = 0.05$ P = 0.5

Q = 0.5; Z= 1.96

Como resultado se obtuvo la muestra de 24 mypes, las mismas que están activas y participan en el mercado del distrito de Iquitos. Entre ellas destacan:

Hotel & Suites la Posada del Lobo ★★★	Jr. Cabo Pantoja 417, Iquitos, Perú
Hotel Golden Star ★★★	Jr. Bermúdez 567, Iquitos, Perú
Hotel Ventura Isabel ★★★	Ricardo Palma 166, Iquitos, Perú
Hostal Huayruru ★★★	Calle Loreto 347, Iquitos, Perú
Palau Amazonas Hotel ★★★	Calle Huallaga 346
Hotel Sol del Oriente Iquitos ★★★	Av. Abelardo Quiñonez km. 2.5
Hotel Daylu ★★★	Av. Iquitos Mz 3 Lt. 11 urb. Los próceres
Bora Hotel ★★★	Calle Raymondi 363
Hotel Oro Verde & Suites ★★★	Calle Ucayali 315
Stylus Hotel ★★★	Av. Grau 1042, Iquitos, Perú
Hotel Copoazu ★★★	Jr. Prospero 644, Iquitos, Perú
Victoria Regia Hotel ★★★	Ricardo Palma 252
Hotel Europa ★★★	Jr. Prospero 494
El Dorado Hotel ★★★	Jr. Napo 362
El Cauchero Hotel ★★★	Raymondi 499
El Dorado Express Hotel ★★★	Jr. Napo 480
Hotel Garden House ★★★	Calle Pevas 133
Hotel Gran Marañon ★★★	Calle Loreto 446
Hotel Palacio de los Lirios ★★★	379 Calle Arica
Hotel Acosta ★★★	Huallaga 254
Hostal Terra Bella ★★★	Jr. Putumayo 442
Fitzcarrald Hotel ★★★	Fitzcarrald # 367
Hostal Juliana ★★★	Jr. Putumayo 521
Hotel Parthemon ★★★	Av. Guardia Civil 283-San Juan Bautista

Fuente: Elaboración Juana Amasifuen

4.3 Definición y Operacionalización de Variables

Tabla 1. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES		Definición Conceptual	Definición Operacional	Ítems del Cuestionario
	Gestión de Calidad	Son una serie de estándares Internacionales que especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y valoración de un sistema de gestión que asegure que los productos satisfagan los requerimientos especificados.	Opinión del microempresario respecto a Gestión de Calidad.	¿Aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos?
			Percepción del microempresario respecto a la capacitación al personal.	¿Cuántas veces al año capacita a su personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?
			Análisis del microempresario respecto a los procesos claves de la empresa.	¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?
	Enfoque en el cliente	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Concepto del microempresario respecto a la vocación de servicio del personal.	¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?
Expectativa del microempresario respecto a la satisfacción del cliente			¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	

Fuente: Elaboración Juana Amasifuen

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.4.1 Técnicas

Para la investigación, se utilizaron las siguientes técnicas:

- Trabajo de campo,
- Observación,
- Entrevistas
- Encuesta.

4.4.2 Instrumentos

Se elaboró un cuestionario estructurado de 19 preguntas para conocer el comportamiento de las variables y nos permita conocer la gestión sobre Mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, año 2018.

4.5 Plan de Análisis

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 24 exclusivo para estadística e investigación.

4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de Consistencia de la Investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
¿La ausencia de una gestión dirigida en la atención al cliente devendrá la pérdida de participación del mercado, en las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, en el distrito de Iquitos, año 2018?	<p>Objetivo General</p> <p>Esta investigación tiene por objetivo analizar si las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y servicios a sus clientes a través de las diferentes áreas que lo conforman</p>	<p>Variable Dependiente</p> <p>Atención al Cliente</p> <p>Variable Independiente</p> <p>Gestión de Calidad</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La apertura que brinden los microempresarios de las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, a innovadoras prácticas de administración con la gestión de calidad y estrategias de atención al cliente, reflejan mejoras en el desempeño empresarial del sector y nueva cultura de servicio.</p>	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Descriptiva.</p> <p>Diseño de la Investigación:</p> <p>-No experimental, transversal y Descriptivo, y correlacional.</p>	<p>Revisión documentaria</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo de Campo - Observación - Entrevista - Encuesta <p>Fuentes:</p> <p>Dirección Regional de Turismo y Comercio Exterior de Loreto. SUNAT Municipalidad Provincial de Maynas</p>

	<p style="text-align: center;">Objetivos Específicos</p> <p>✓ Diagnosticar si las Mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, se gestionan con calidad y mejora continua.</p> <p>✓ Analizar si las Mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, dirigen sus operaciones enfocadas en el cliente.</p>		<p style="text-align: center;">Hipótesis Específicas</p> <p>-La administración basada en la práctica de la filosofía de la mejora continua en las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, permitirá un mejor desempeño gerencial de las mismas.</p> <p>-La práctica como parte del protocolo de un plan de atención al cliente determinará que las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, mejoren su nivel de servicio y la percepción positiva del</p>		<p style="text-align: center;">Instrumento:</p> <p>Cuestionario 19 preguntas.</p> <p style="text-align: center;">Población</p> <p>26 mypes hoteles de categoría tres estrellas.</p> <p style="text-align: center;">Muestra</p> <p>24 mypes activas de hoteles de categoría de tres estrellas del distrito de Iquitos.</p>
--	--	--	---	--	--

	<p>✓ Conocer si las Mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, capacitan a su personal para una mejor disposición de servicio al cliente.</p>		<p>cliente como propósito del negocio.</p> <p>-El valor agregado a los servicios como estrategias de diferenciación respecto a la competencia, contribuyen a mejorar el posicionamiento de las mypes en el sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, año 2018.</p>		
--	---	--	---	--	--

Fuente: Elaboración Juana Amasifuen

4.7 Principios Éticos

Los principios que orientaron nuestra investigación son:

- **Lealtad:** relacionado a la fidelidad, congruencia en la misión, filosofía y valores de investigación.
- **Profesionalismo:** Cumplir con los compromisos enfocados en la mejora de conocimientos y habilidades personales.
- **Responsabilidad social:** Asume la responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente en el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

A. Datos del Emprendedor

TABLA 3

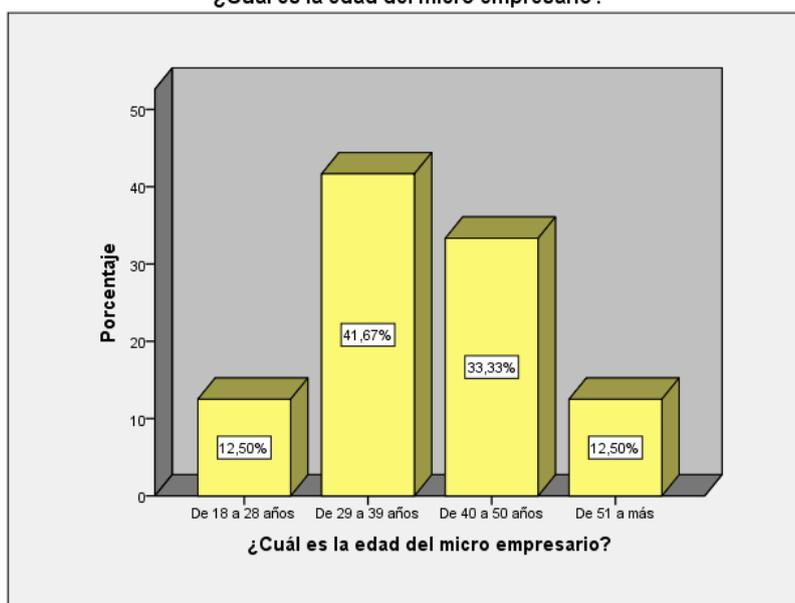
¿Cuál es la edad del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 28 años	3	12,5	12,5	12,5
	De 29 a 39 años	10	41,7	41,7	54,2
	De 40 a 50 años	8	33,3	33,3	87,5
	De 51 a más	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 1

¿Cuál es la edad del micro empresario?



Fuente: Tabla 3

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las mypes encuestadas, en su mayoría (41,7%) se encuentra en el rango de “29 a 39 años”, 33,3% de “40 a 50” años; de “18 a 28” años y de 51 años a mas tiene un 12,5% respectivamente.

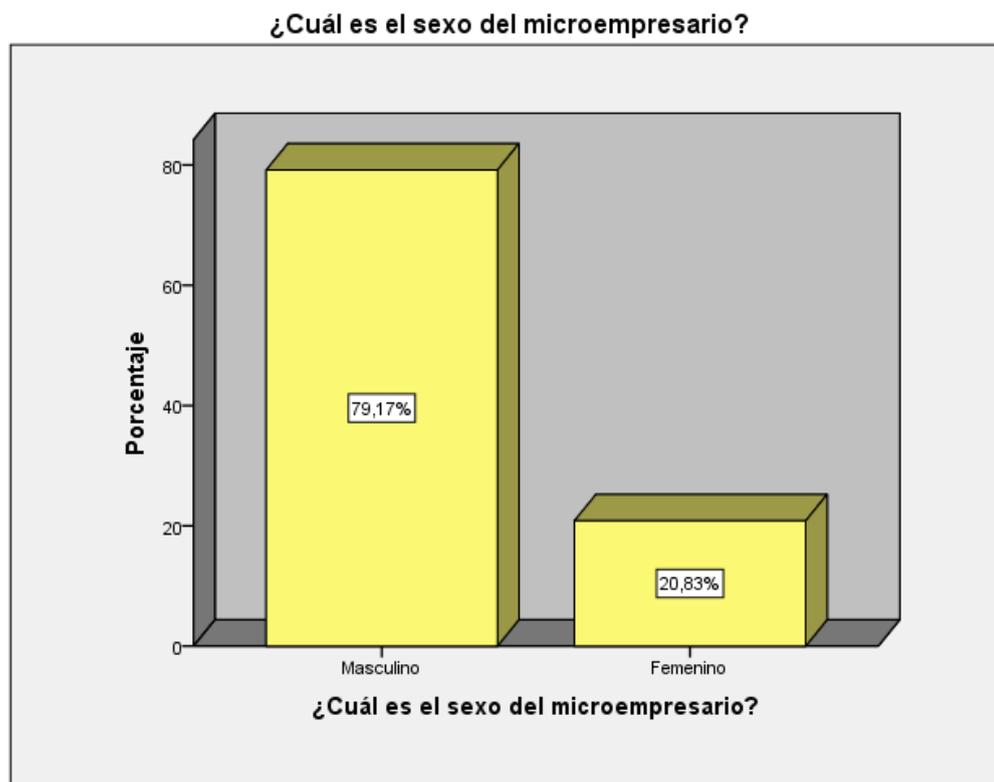
TABLA 4

¿Cuál es el sexo del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	19	79,2	79,2	79,2
	Femenino	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 2



Fuente: Tabla 4

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la información adquirida, las mypes son dirigidas por ambos sexos: masculino 79,2% y femenino 20,8%.

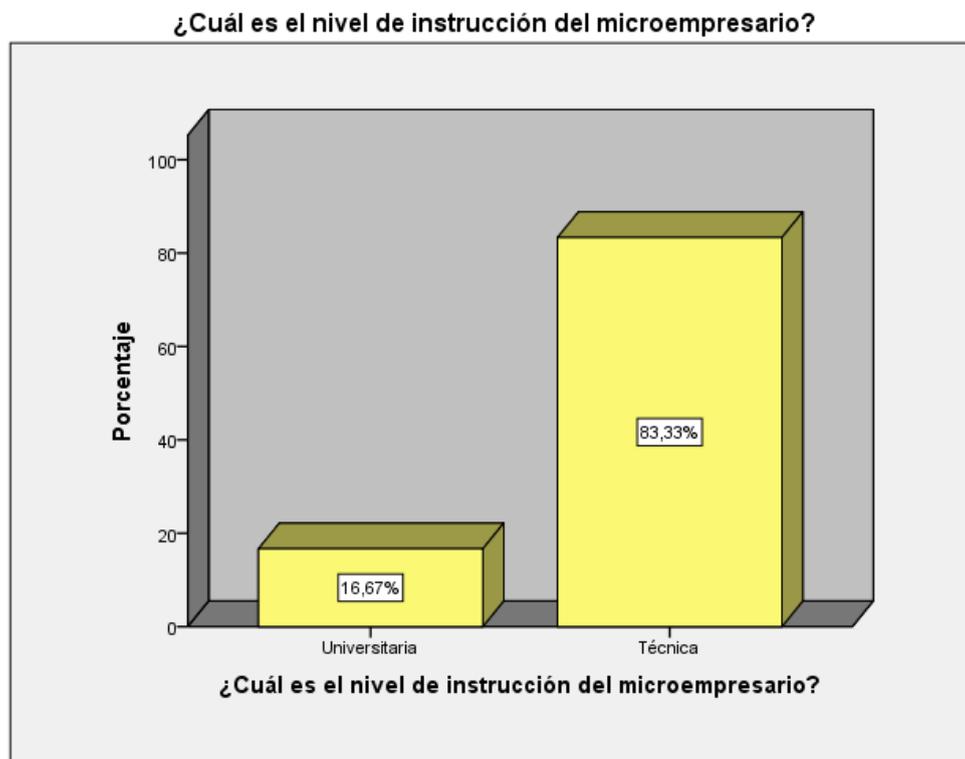
TABLA 5

¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Universitaria	4	16,7	16,7	16,7
	Técnica	20	83,3	83,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 3



Fuente: Tabla 5

INTERPRETACIÓN:

Según la investigación; los microempresarios destacan en nivel de instrucción “técnico” 83,3% y nivel “universitario” 16,7%.

B. De la Gestión de Calidad

TABLA 6

¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 3 años	4	16,7	16,7	16,7
	De 4 a 6 años	6	25,0	25,0	41,7
	De 7 a más.	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 4



Fuente: Tabla 6

INTERPRETACIÓN:

El 58.3% de las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas tienen de “7 a más años” de presencia el mercado; y un 25,0% de “4 a 6 años”.

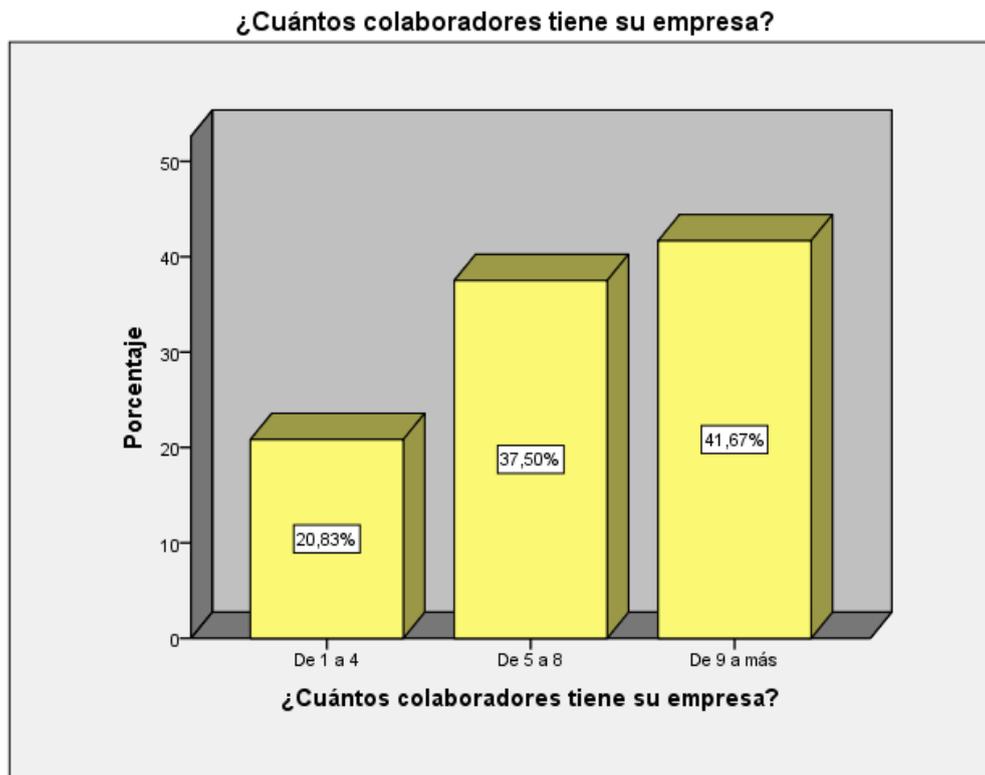
TABLA 7

¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 4	5	20,8	20,8	20,8
	De 5 a 8	9	37,5	37,5	58,3
	De 9 a más	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 5



Fuente: Tabla 7

INTERPRETACIÓN:

De los datos adquiridos de la investigación, el 41,7% de las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas tienen de 9 a más colaboradores bajo su administración.

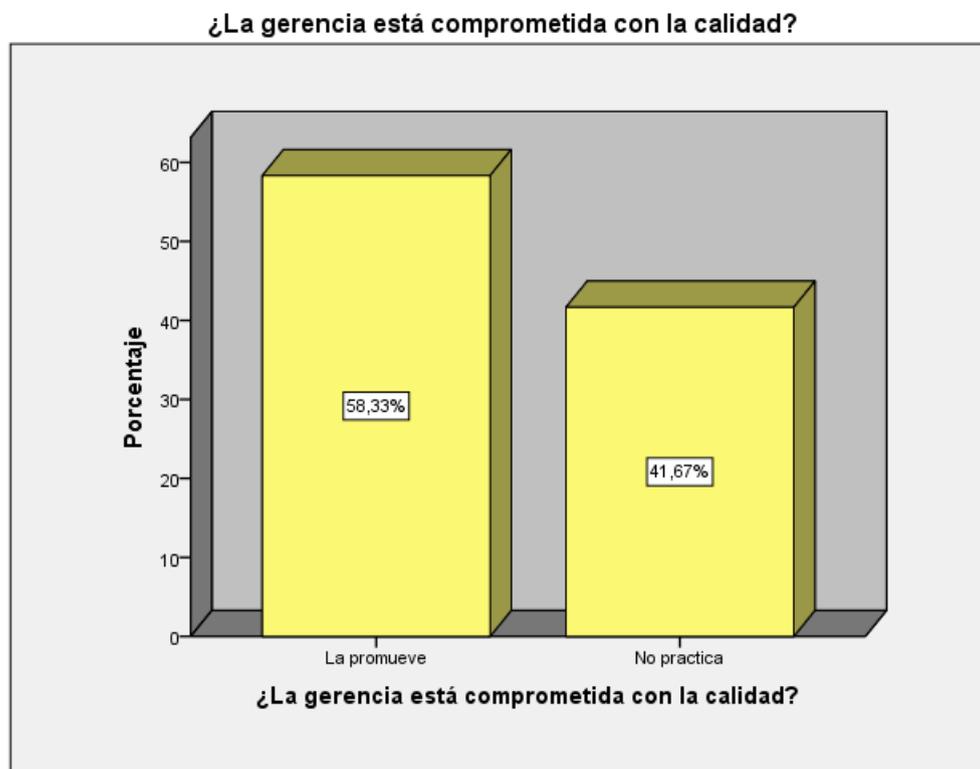
TABLA 8

¿La gerencia está comprometida con la calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La promueve	14	58,3	58,3	58,3
	No practica	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 6



Fuente: Tabla 8

INTERPRETACIÓN:

Según la investigación; en su mayoría (58,3%) están comprometidos con una gestión de calidad, siendo una filosofía que enmarca un conjunto de factores y principios.

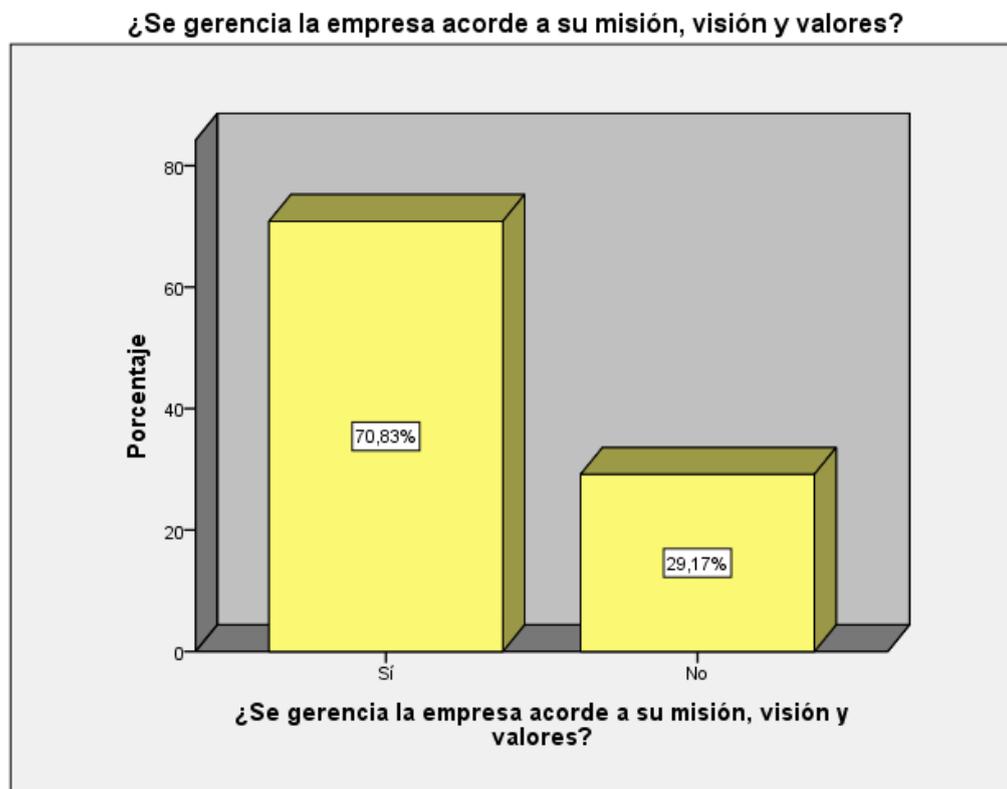
TABLA 9

¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	17	70,8	70,8	70,8
	No	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 7



Fuente: Tabla 9

INTERPRETACIÓN:

El 70,8% de los emprendedores del sector servicios, gerencia teniendo en cuenta la misión, visión y valores, y un 29,2 indica que no lo toma en cuenta.

TABLA 10

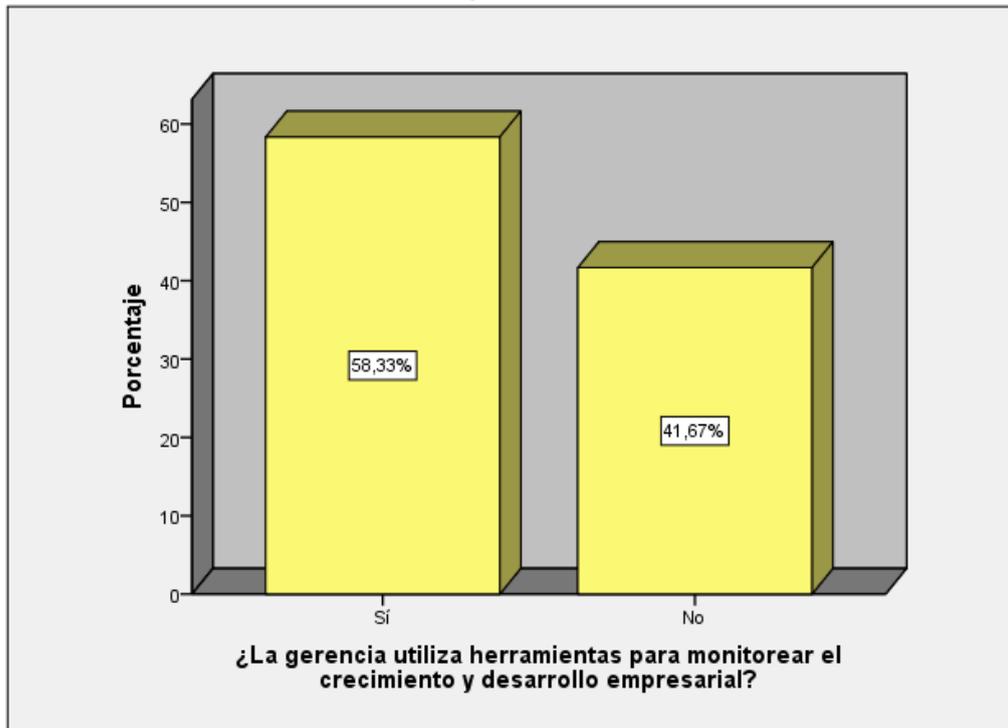
¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	14	58,3	58,3	58,3
	No	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 8

¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?



Fuente: Tabla 10

INTERPRETACIÓN:

Según las mypes encuestadas, el 58,3% utilizan sus herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial; y un 41,7 no lo cree necesario.

TABLA 11

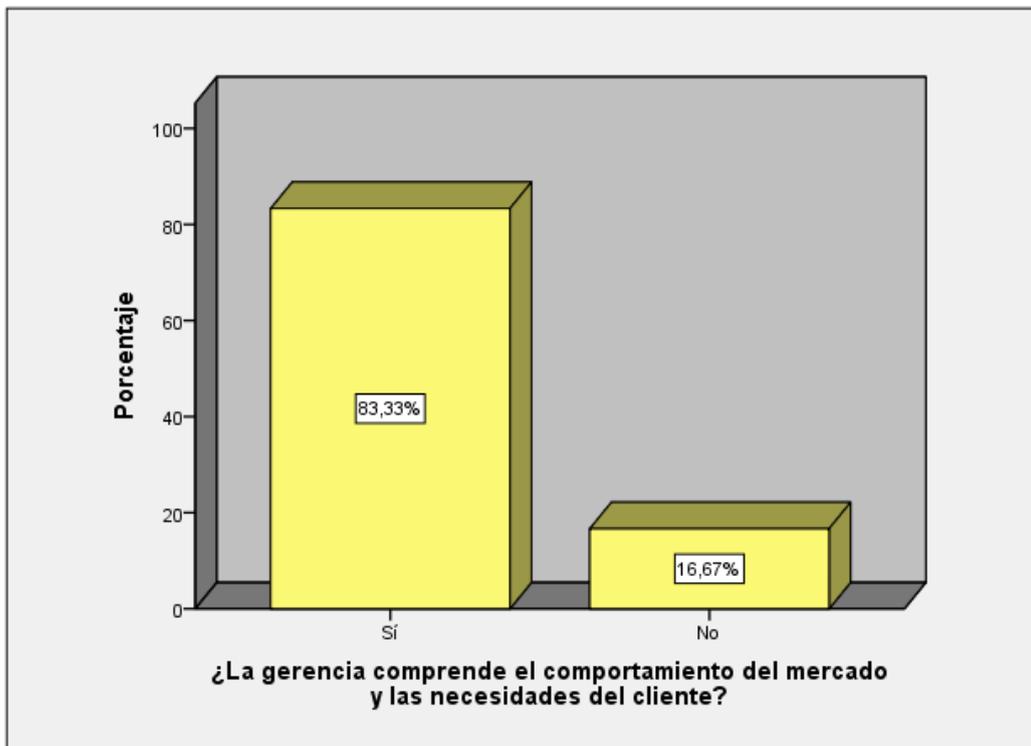
¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	20	83,3	83,3	83,3
	No	4	16,7	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 9

¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?



Fuente: Tabla 11

INTERPRETACIÓN:

El 83,3% de los representantes legales de las mypes del sector en estudio, comprenden el comportamiento del mercado y conocen las necesidades del cliente. Por otro lado 16,7% no les interesa.

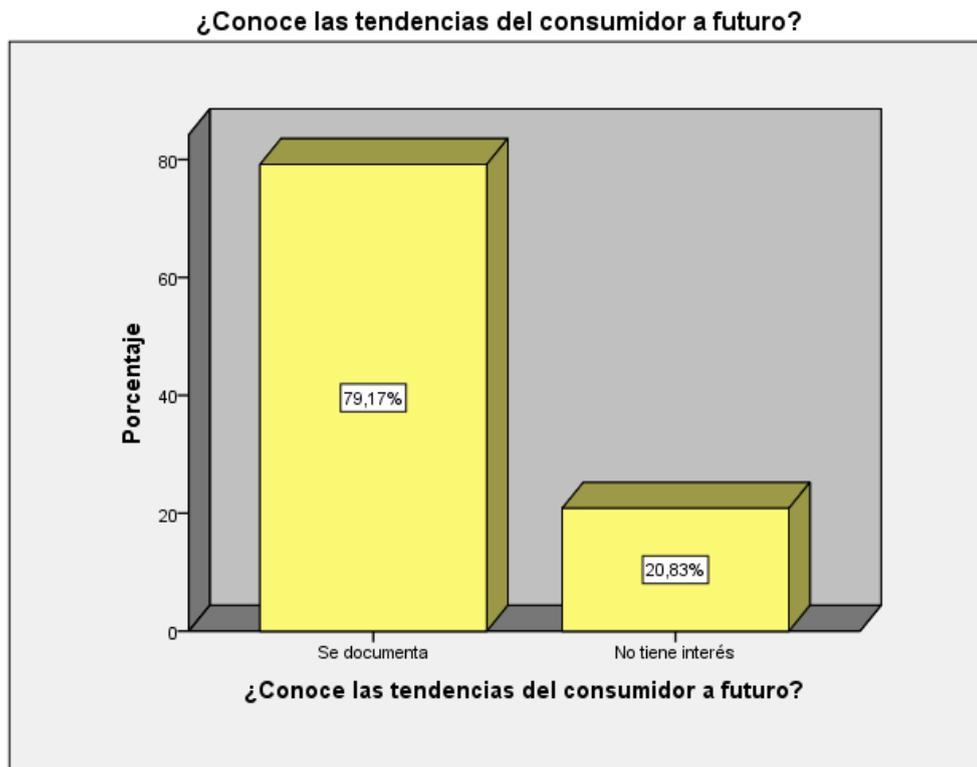
TABLA 12

¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se documenta	19	79,2	79,2	79,2
	No tiene interés	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 10



Fuente: Tabla 12

INTERPRETACIÓN:

De los datos recogidos de la investigación; 79,2% hace uso de la documentación para conocer las tendencias del consumidor a futuro, ya que esto les permitiría tener estrategias frente a las nuevas exigencias.

C. Atención al Cliente

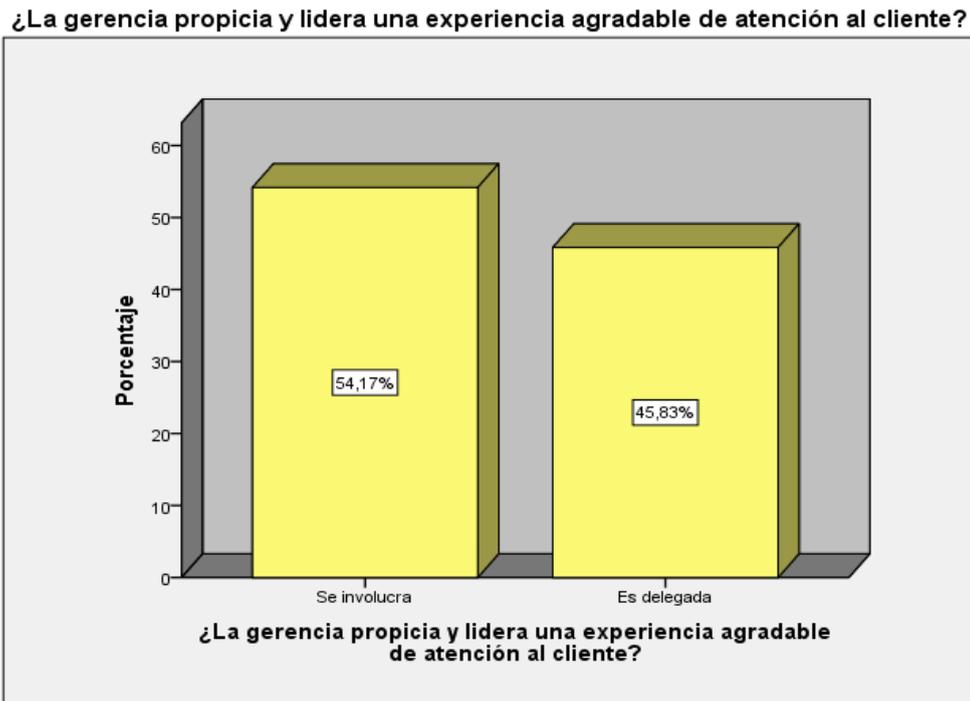
TABLA 13

¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se involucra	13	54,2	54,2	54,2
	Es delegada	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 11



Fuente: Tabla 13

INTERPRETACIÓN:

De las mypes encuestadas, 54,2% se involucran juntamente con los colaboradores para brindar una experiencia agradable y satisfactoria a los clientes. Mientras un 45,8% prefiere delegar estos servicios.

TABLA 14

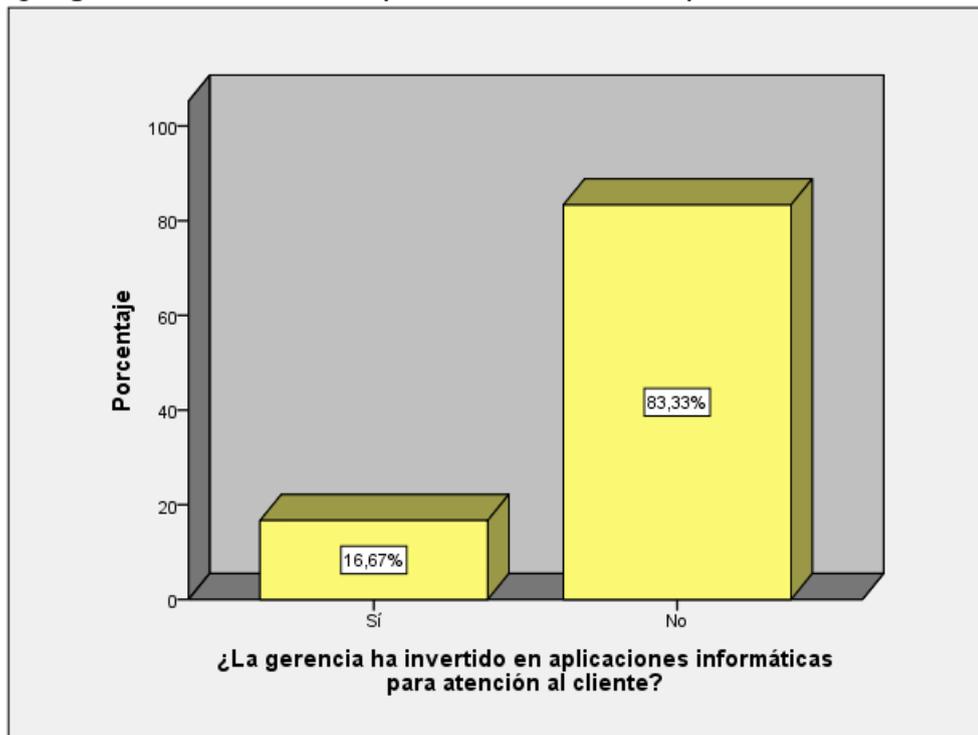
¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	16,7	16,7	16,7
	No	20	83,3	83,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 12

¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?



Fuente: Tabla 14

INTERPRETACIÓN:

Los emprendedores del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, indican no haber realizado ningún tipo de inversión en aplicaciones informáticas en la atención al cliente; pero un 16,7% indica que realizó inversiones informáticas para bienestar de sus clientes.

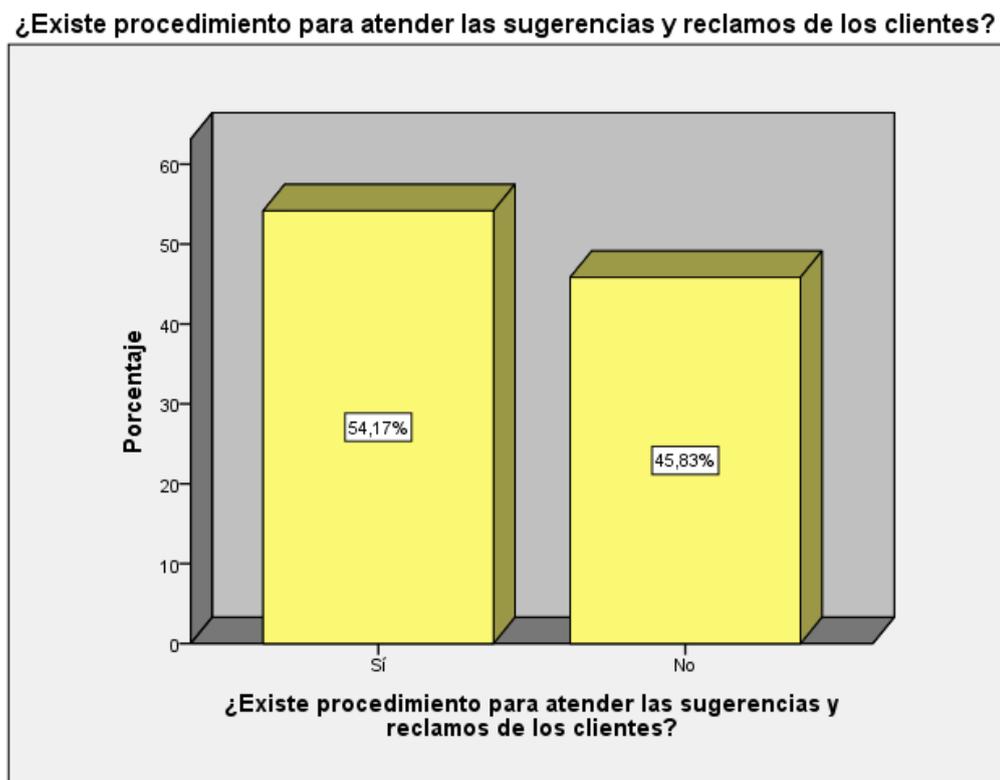
TABLA 15

¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	13	54,2	54,2	54,2
	No	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 13



Fuente: Tabla 15

INTERPRETACIÓN:

Los microempresarios del sector en estudio, muestra que un 54,2% realiza procedimientos para atender las sugerencias y reclamos de los clientes. Sin embargo un 45,8% no existe.

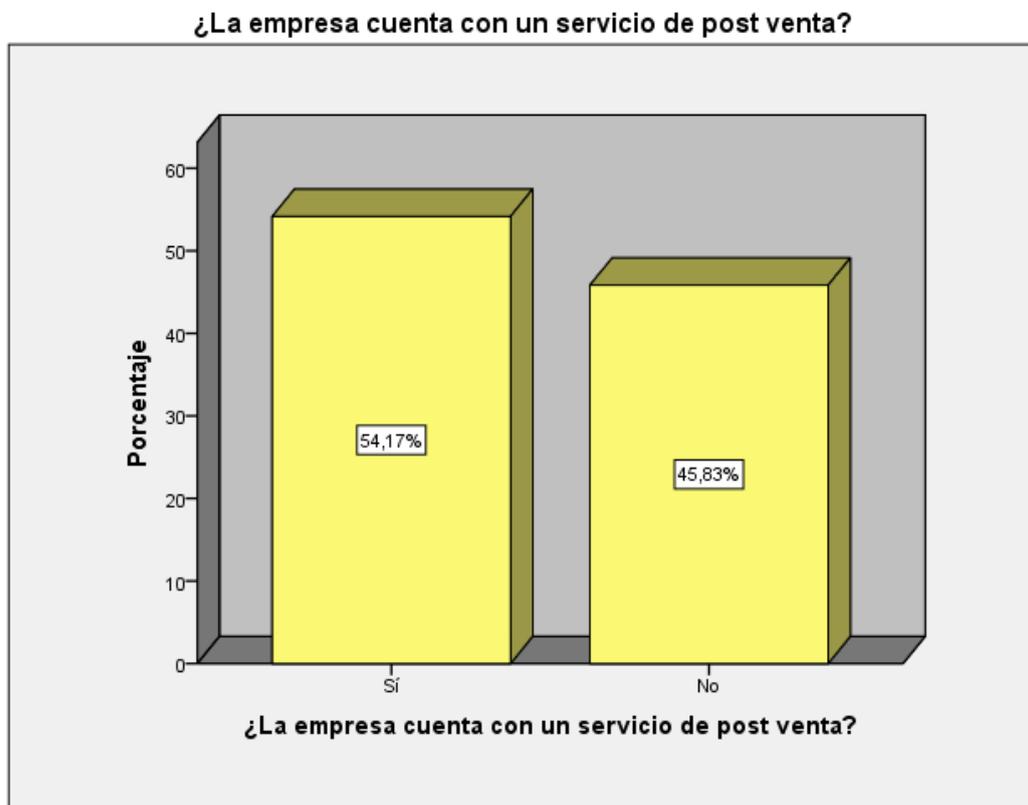
TABLA 16

¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	13	54,2	54,2	54,2
	No	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 14



Fuente: Tabla 16

INTERPRETACIÓN:

Según las mypes encuestadas; los propietarios nos muestra que el 54,2% cuentan con un servicio post venta, garantizando la fidelización y posicionamiento en el mercado.

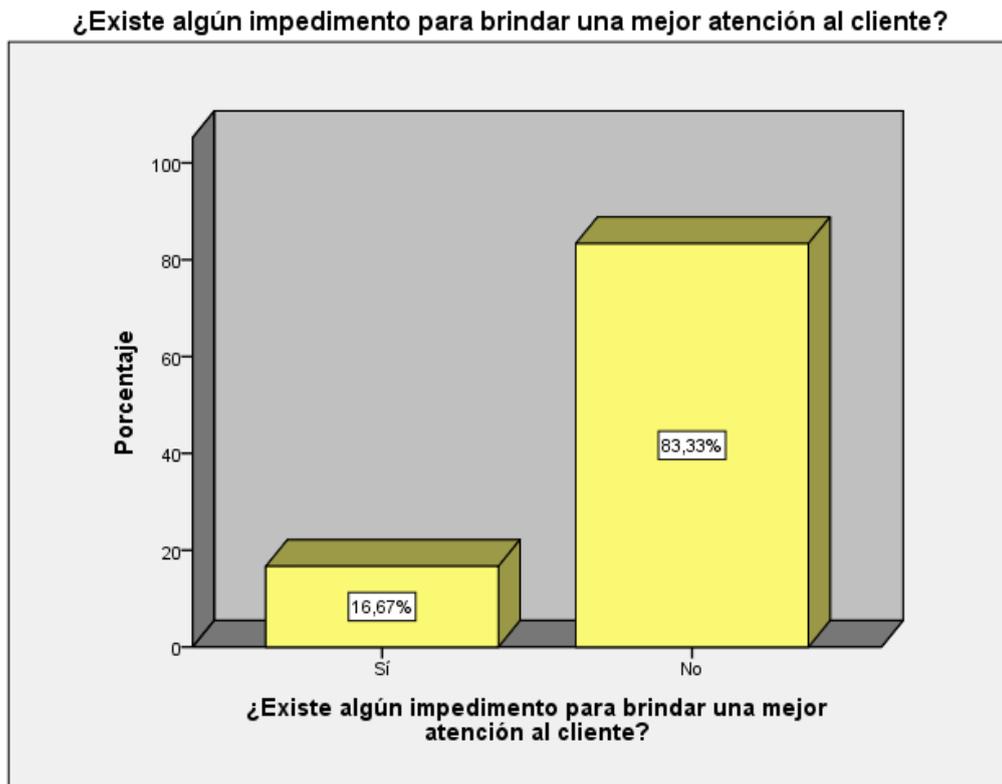
TABLA 17

¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	16,7	16,7	16,7
	No	20	83,3	83,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 15



Fuente: Tabla 17

INTERPRETACIÓN:

En su mayoría (83,3%) de los representantes legales de las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, indican que no existe ningún impedimento para dar un servicio de atención bajo una gestión de calidad.

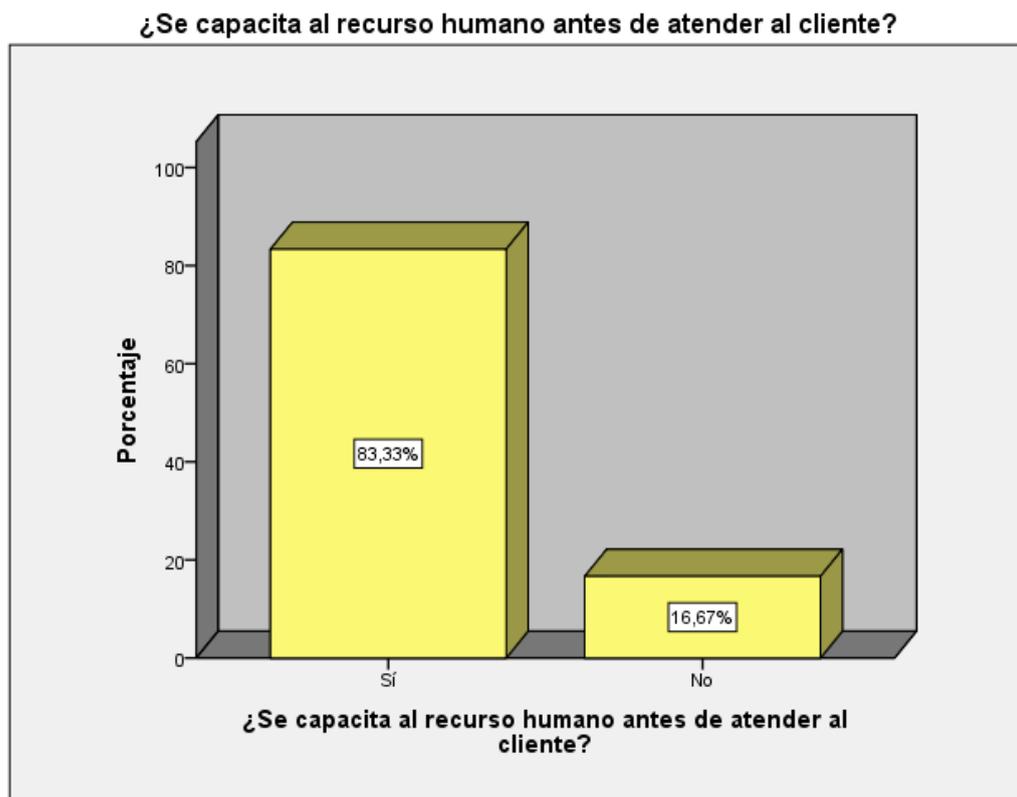
TABLA 18

¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	20	83,3	83,3	83,3
	No	4	16,7	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 16



Fuente: Tabla 18

INTERPRETACIÓN:

Como se puede ver en la figura 16, representan un 83.3%.la gerencia de las mypes del sector en estudio, capacitan y adiestran al capital humano.

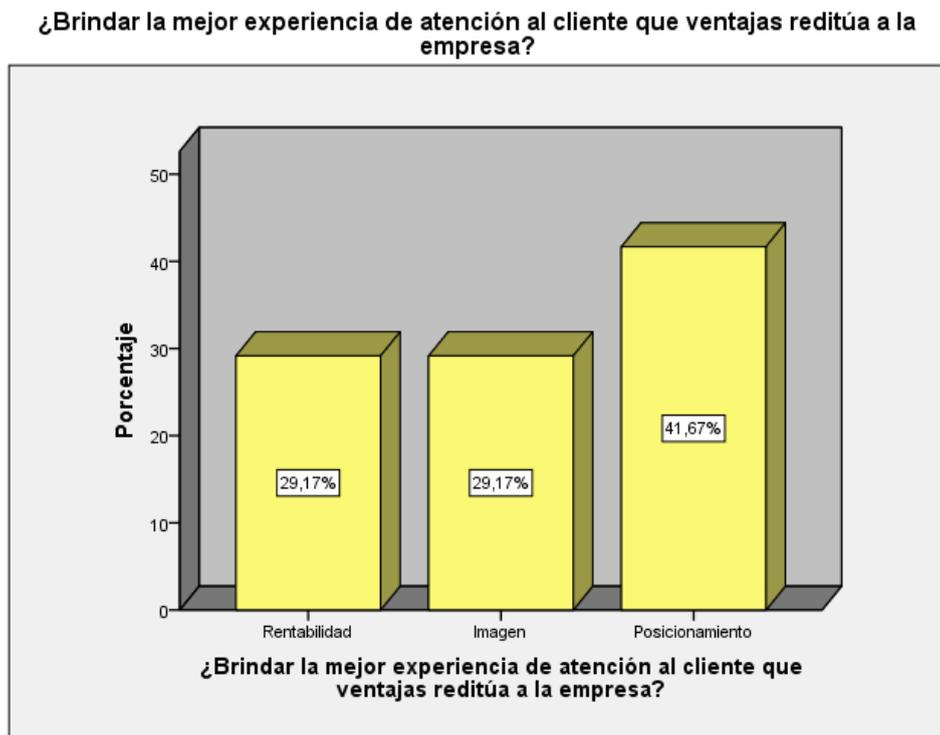
TABLA 19

¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rentabilidad	7	29,2	29,2	29,2
	Imagen	7	29,2	29,2	58,3
	Posicionamiento	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 17



Fuente: Tabla 19

INTERPRETACIÓN:

Como se puede ver en la figura 17, representan un 41.7% las mypes del sector en estudio que obtienen como ventaja el posicionamiento de su marca en el mercado, como resultado de un cliente satisfecho y feliz.

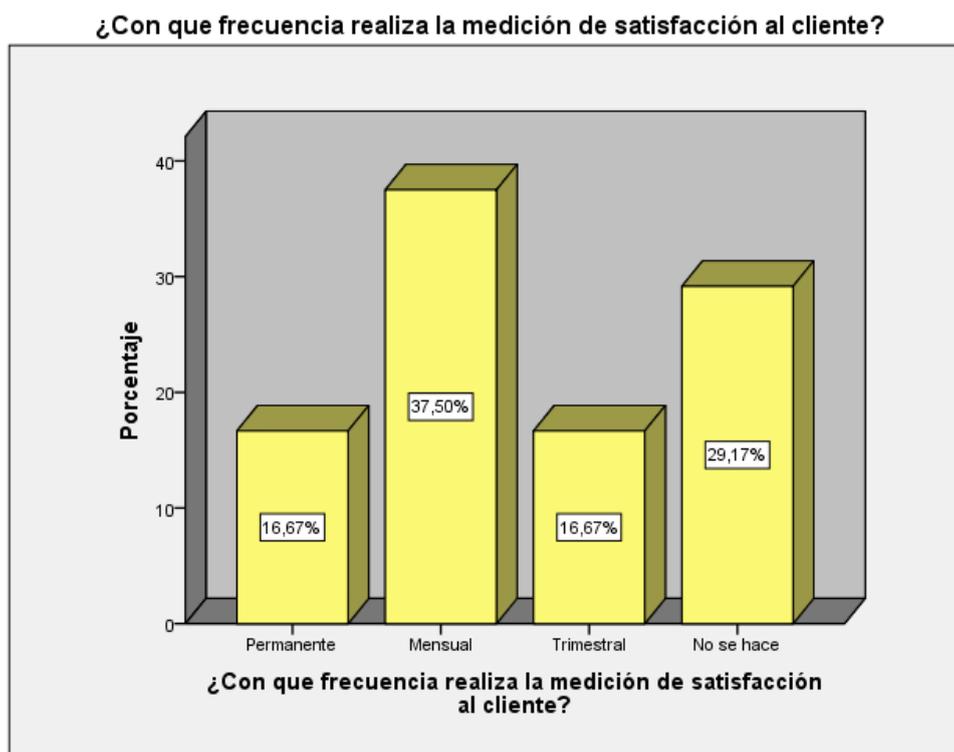
TABLA 20

¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Permanente	4	16,7	16,7	16,7
	Mensual	9	37,5	37,5	54,2
	Trimestral	4	16,7	16,7	70,8
	No se hace	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 18



Fuente: Tabla 20

INTERPRETACIÓN:

Entre la población encuestada se encontró que el 29.2% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrella, indican no realizar la medición de satisfacción al cliente dentro de su empresa.

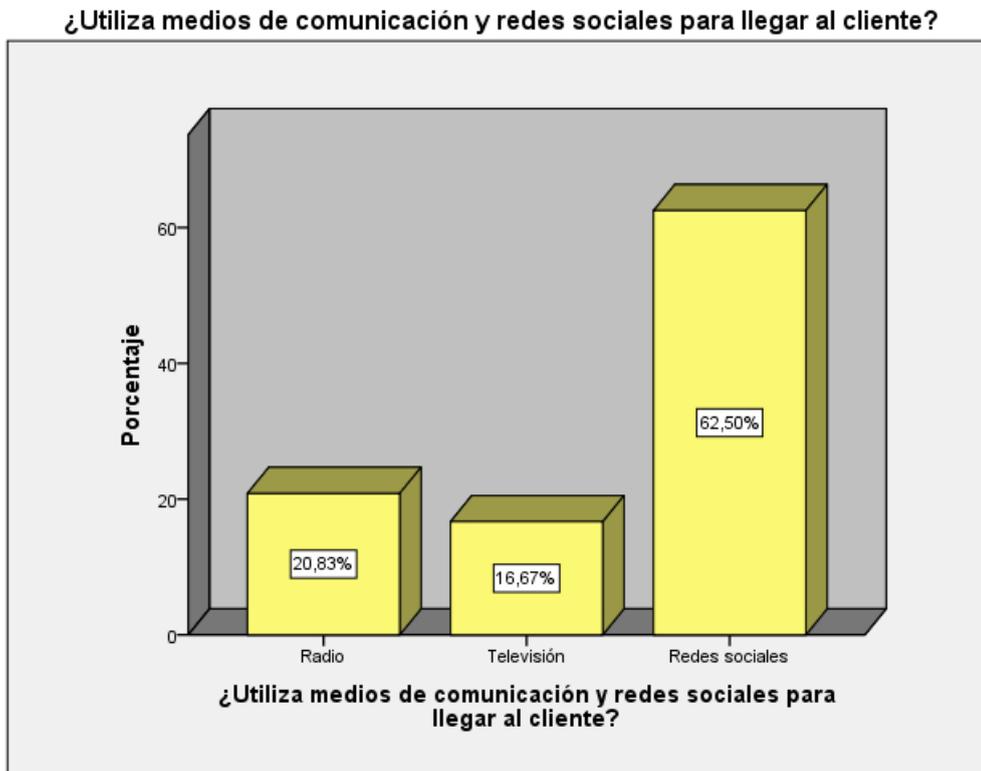
TABLA 21

¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Radio	5	20,8	20,8	20,8
	Televisión	4	16,7	16,7	37,5
	Redes sociales	15	62,5	62,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la investigación

FIGURA 19



Fuente: Tabla 21

INTERPRETACIÓN:

En base a la encuesta y como podemos observar en la figura 19, las mypes en estudio tienen a las redes sociales como medio de publicidad para llegar a sus clientes.

5.2 Análisis de Resultados

Relacionaremos los resultados obtenidos en la investigación, con los objetivos, Hipótesis y revisión de literatura citada en la presente tesis.

A: Datos del Emprendedor

TABLA 3 ¿Cuál es la edad del microempresario?

Entre la población encuestada se encontró que el 75% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas están dentro de los 29 a 50 años, considerándoles adultos mayores.

TABLA 4 ¿Cuál es el Sexo del microempresario?

En base a la encuesta y como podemos observar en la figura 2, son los varones los que predominan en la mypes del rubro en estudio.

TABLA 5 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Microempresario?

Como se puede ver en la figura 3, el nivel de instrucción del microempresario, según la información de los representantes legales del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, son técnicos lo que representan un 83.3%.

B: De la Empresa

TABLA 6 ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

El 58.3% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas tienen de 7 a más años de experiencia y rentabilidad en el mercado.

TABLA 7 ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?

Entre la población encuestada se encontró que el 41.7% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas tienen de 9 a más colaboradores bajo su administración.

TABLA 8 ¿La gerencia está comprometida con la calidad?

Como se puede ver en la figura 6, representan un 58.3%. la gerencia está comprometida con una gestión de calidad total, siendo una filosofía que enmarca un conjunto de factores y principios.

TABLA 9 ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?

El 70.8% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas administran teniendo en cuenta la misión, visión y valores con la cual se fundó la empresa, sin perder de vista el objetivo que persiguen

TABLA 10 ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?

Entre la población encuestada se encontró que el 58.3% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas utilizan herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial.

TABLA 11 ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?

El 83.3% de los representantes legales de las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, indican que comprenden el comportamiento del mercado y conocen las necesidades del cliente.

Citando la bibliografía de **Gonzales, Z. (2016)**, en su tesis tesis *“Impacto del turismo en el Perú, como actividad económica, en el hotel tres estrellas Lucky Star de la ciudad de Chiclayo, durante el periodo 2009-2014”*, cuya investigación tuvo como objetivo diagnosticar el impacto del turismo como actividad económica en el Perú, en el hotel tres estrellas Lucky Star de la ciudad de Chiclayo, durante el periodo 2009-

2014, indica que “*Gracias al estudio realizado se puede concluir que el hotel tres estrellas Lucky Star, no supo aprovechar las oportunidades de desarrollo que se presentaron en el país, en especial el crecimiento significativo que hubo por parte del turismo en el año 2011 y 2012*”, que es lo contrario a no comprender el comportamiento del mercado.

TABLA 12 ¿Conoces las tendencias del consumidor a futuro?

El 79.2% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, los administradores conocen las tendencias a futuro del consumidor, esto les permite tener estrategias frente a las nuevas exigencias.

C: De Atención al Cliente

TABLA 13 ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?

Como se puede ver en la figura 13, representan un 54.2%.la gerencia está comprometida con una gestión de calidad total, que además de dirigir se involucran juntamente con los colaboradores para brindar una experiencia agradable y satisfactoria a los clientes.

TABLA 14 ¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?

Entre la población encuestada se encontró que el 83.3% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, indican no haber realizado ningún tipo de inversión en aplicaciones informáticas en la atención al cliente.

TABLA 15 ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?

Como se puede ver en la figura 13, representan un 54.2% de los microempresarios del sector en estudio, afirman tener un área para atender las sugerencias y reclamos de los clientes.

TABLA 16 ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?

Entre la población encuestada se encontró que el 54.2% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas utilizan cuentan con un servicio post venta, garantizando la fidelización y posicionamiento en el mercado.

TABLA 17 ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?

El 83.3% de los representantes legales de las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, indican que no existe ningún impedimento para dar un servicio de atención bajo una gestión de calidad.

TABLA 18 ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?

Representa un 83.3% que las gerencias de las mypes del sector en estudio, capacitan y adiestran al capital humano.

Las mypes de hoteles de categoría tres estrellas, no pueden dar paso por descuido el promover la capacitación, en la tesis de **Ramírez, S.; Requejo, M. (2006)**. *“Baja calidad del servicio en atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de los distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo”*. Se enfatiza en las consecuencias de la falta de capacitación. Así en su investigación que tuvo por objetivo, analizar la baja calidad del servicio en atención al cliente en los hoteles tres estrellas de los distritos de

Tarapoto y la Banda de Shilcayo. Concluye que *“El resultado del estudio indica que la baja calidad del servicio de atención al cliente se basa en el inadecuado clima organizacional, la comunicación asertiva entre jefe y colaboradores, y la falta de capacitación de los trabajadores, teniendo como resultado una mala gestión en calidad de atención al cliente.”*

TABLA 19 ¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?

Como se puede ver en la figura 17, representan un 41.7% las mypes del sector en estudio que obtienen como ventaja el posicionamiento de su marca en el mercado, como resultado de un cliente satisfecho y feliz.

TABLA 20 ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción del cliente?

Entre la población encuestada se encontró que el 29.2% de los microempresarios del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, indican no realizar la medición de satisfacción al cliente dentro de su empresa.

La importancia de conocer el nivel de percepción del cliente, queda demostrada en la tesis de **Portocarrero, S. (2016)**, *“El servicio de calidad en los hoteles tres estrellas del centro histórico de Trujillo, región la Libertad”*. El objetivo fue determinar las características que presentan los hoteles tres estrellas del centro histórico de Trujillo, para brindar un servicio de calidad. Se llega a las siguientes conclusiones: *tres de los nueve hoteles de tres estrellas del centro histórico de Trujillo, no sólo cumplen con las normas básicas del reglamento del reglamento N°0029-MINCETUR; sino que han implementado servicios adicionales para la satisfacción de los clientes. El enfoque SERVQUAL es una herramienta importante para evaluar la calidad de los servicios, y específicamente en la hotelería, sus dimensiones pueden ser*

estándares a seguir, ya que si son estos puntos los que el huésped evaluará, entonces es importante tenerlos solucionados de antemano.

TABLA 21 ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?

En base a la encuesta y como podemos observar en la figura 19, las mypes en estudio tienen a las redes sociales como medio de publicidad para llegar a sus clientes. Para finalizar nuestro análisis,

Finalmente, respecto al **Objetivo General:** *“Esta investigación tiene por objetivo analizar si las mypes del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y servicios a sus clientes a través de las diferentes áreas que lo conforman.”*, podemos concluir que parte de las mypes (mayor a 50,0%) si se gestionan adecuadamente bajo un enfoque de calidad y atención al cliente, sin embargo aún no es una fortaleza y se tiene que iniciar con el involucramiento de los microempresarios del sector.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones de la investigación

- Se concluye que solo el 58,3%, de los que dirigen las microempresas del sector servicios, rubro hoteles categoría tres estrellas, practica la calidad en sus operaciones y también se usan herramientas para monitorear la gestión y desarrollo empresarial.
- Los propietarios de los hoteles categoría tres estrellas indican conocer las tendencias del consumidor a futuro, se involucran juntamente con sus colaboradores para brindar una experiencia agradable de atención.
- El uso de TIC aún no es común. Solo la usa el 16,7%.
- Es una práctica común la capacitación del recurso humano (83,3%). Se garantiza un buen nivel de servicio.

6.2 Recomendaciones

- La gerencia debe tomar la iniciativa para practicar la gestión basada en la mejora continua. Crear su política de calidad.
- Todas las mypes deben definir la misión, visión y valores. Aun es una carencia en 29,2% de las mypes del sector servicios, hoteles categorías tres estrellas.
- Apertura y establecer procedimiento para atender las sugerencias y reclamos del cliente.
- Realizar encuestas a los clientes de satisfacción del servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andries, Darcy (2008). *The secret of Success is Not a Secret: Stories Of Famous People Who Persevered*. Portland: Sellers Publishing Inc.

Ávila, C.; Aguilar, P. (2016). “*Hoteles cuatro estrellas con centro de convenciones en la Av. Víctor Larco*”. Trujillo. Universidad Antenor Orrego. Recuperado de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/RE_ARQUI_CRIS.AVILA_PAUL.AGUILAR_HOTEL.4.ESTRELLAS_DATOS.pdf

Baumeister, Roy, F.; Vohs, Kathleen D. y Tice, Dianne M. (2007). “*The Strength Model of Self-control*”. *Current Directions in Psychological Science*, 16, 6,351-355.

Bernal, César Augusto (2006). *Metodología de la Investigación*. Santa Fe de Bogotá. Ed. Uniandes.

Blatterberg, Robert C.; Getz, Gary y Thomas, Jacquelyn S. (2001). *Customer Equity*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press

Drach-ZAHAVY, Anat y Erez, Miriam (2002). “Challengue versus threat effects on the Goal-Performance Relationship” *organizational Behavior and Human Decision Processes*, 88, 2, 667-682.

Francés, Antonio (2006). *Estrategia y planes para la empresa*. Caracas, Venezuela: Pearson Prentice Hall-IESA.

Gil, V. & Romero, F. (2008). *Crossumer: Claves para entender al consumidor español de nueva generación*. Barcelona: Gestión 2000.

Habirson, John R., Peter Pekar, Jr., Albert Viscio y David Maloney. *The Allied Enterprise: Breakout Strategy for the New Millennium*. Los Ángeles: Booz-

Allen & Hamilton, 2000.

www.smartalliancepartners.com/Images/Allianced%20Enterprise.pdf.

Hisieh, Tony. *Delivering Happiness: ¿Cómo hacer felices a tus empleados y duplicar tus beneficios?* Barcelona: Profit, 2013.

Jinkook, Lee (2002). Clave para el mercadeo de servicios financieros: la combinación correcta de productos y servicios, canales, clientes.

Mckenzie, Ray (2001). *The Relationship-Based Enterprise Powering Business Success Through Customer Relationship Management*. Boston, Mass.: McGraw-Hill Ryerson.

Peters, Thomas J. Y Robert H. Waterman, JR. *In Search of Excellence*. New York: Harper & Rowe, 1982.

Portocarrero, S. (2016). “*El servicio de calidad en los hoteles tres estrellas del centro histórico de Trujillo, región la Libertad*”. Trujillo, La Libertad: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8368/PORTOCARRERO%20YBA%C3%91EZ%20STHEFANN%20GIANNI%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Prieto H. Jorge (2008). *Gestión Estrategia Organizacional*. Bogotá Ecoe Ediciones.

Ramírez, S.; Requejo, M. (2006). “*Baja calidad del servicio en atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de los distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo*”. Lamas- San Martín: Universidad Nacional de San Martín recuperado de http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2239/TP_TUR_00005_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Restrepo, N. (2007). *Estrategia de Precios: un enfoque de mercadeo para los negocios*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Serna Gómez, Humberto (2004). *Servicio al Cliente. Métodos de Auditoria y medición*. Tercera edición, Bogotá, Colombia: 3R Editores.
- Smith, Harold T. *The Office Revolution*. Willow Grove, Penn. Administrative Management Society Fundation, 1983.
- Wenzel, M. (2006) “*Eco-gestión en el área habitaciones de hoteles cinco y tres estrellas de las ciudades de Villarrica y Pucón*”. Valdivia- Chile. Universidad Austral de Chile. Recuperado de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/few482e/doc/few482e.pdf>

ANEXOS

1. Presupuesto

Para el presente informe de investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/. 6,239.00

Tabla 22

Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	PRECIO UNIT.	TOTAL
Materiales y útiles de Oficina				
Papel Bond A4	1	Millar	24.00	24.00
Cuaderno A4	1	unidad	5.00	5.00
Agenda	1	unidad	15.00	15.00
Folder Manila A4	1	File	6.50	6.50
Lapiceros	2	unidad	2.00	4.00
Lápiz	1	unidad	1.00	1.00
Borrador	1	unidad	1.00	1.00
Perforador	1	unidad	6.00	6.00
Engrapador	1	unidad	8.00	8.00
Grapas	1	Caja	3.00	3.00
			Total	73.50
Maquinaria y Equipo				
Laptop Hp	1	unidad	1,299.00	1,299.00
USB 8 gigas	1	unidad	25.00	25.00
			Total	1324.00
Servicios				
Servicio de Internet	52	horas	1.50	78.00
Servicio de Anillado	4	unidad	7.50	30.00
Fotocopias	320	hojas	0.10	32.00
Impresiones	320	hojas	0.50	160.00
			Total	300.00
Asesoramiento	1	Asesor	2,000.00	2,000.00
Taller de Titulación	1		1,650.00	1,650.00
Movilidad, Alimentación y Alojamiento				
Movilidad aéreo ida y vuelta		2 pasajes	253.05	507.50
Desayuno y Almuerzo		4 días	6.00	24.00
Alojamiento		4 días	60.00	240.00
			Total	771.50
Blusa y Pantalón de Vestir para la exposición				120.00
			TOTAL S/.	6,239.00

Fuente: Elaboración Juana Amasifuen

2. Cronograma

Para llevar adelante la realización de la investigación, se sigue el cronograma que se presenta a continuación:

Tabla 23

CRONOGRAMA DE AVANCE	Actividades	2018															
		Mayo		Junio				Julio				Agosto				Setiembre	
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
	Se recibió asesoramiento del Docente para la realización del Proyecto de Investigación	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Identificación de las Variables	/	/														
	Determinación del sector y rubro a estudiar	/	/														
	Título del Proyecto de Investigación	/	/														
	Elaboración de Planteamiento de la Investigación			/													
	Elaboración del Marco Teórico y Conceptual			/	/	/	/										
	Elaboración de Metodología de la Investigación					/	/	/									
	Presentación de Proyecto de Investigación						/	/	/	/							
	Elaboración de Encuestas, Tabulación, Gráficos						/	/	/	/	/	/					
	Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones											/	/	/	/		
	Revisión de referencias bibliográficas, APA.													/	/	/	
	Presentación del informe final de investigación.														/	/	
	Revisión turnitin.														/	/	/
	Elaboración de artículo científico y diapositivas.																/
	Prebanca y sustentación del informe final.																/

Fuente: Elaboración Juana Amasifuen

3. Encuesta



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

ENCUESTA

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del sector Servicios, rubro hoteles categorías tres estrellas, distrito de Iquitos, año 2018”.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20.....

A. PERFIL DEL PROPIETARIO:

1. ¿Cuál es la edad del microempresario?

De 18 a 28 años () De 29 a 39 años () De 40 a 50 años () De 51 a más ()

2. ¿Cuál es el sexo del microempresario?

a) Masculino.....b) Femenino.....

3. ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?:

a) técnico () b) profesional () c) sin estudios

B. DE LA EMPRESA

4. ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

De 1 a 3 () De 4 a 6 () de 7 a más ()

5. ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?

De 1 a 4 () De 5 a 8 () de 9 a más ()

6. ¿La gerencia está comprometida con la calidad?

a) Promueve () b) No es prioridad ()

7. ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?

Si () No ()

8. ¿La empresa utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?

a) Si b) No

9. ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?

a) Si () b) No ()

10. ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?

a) Se documenta () b) No es prioridad ()

C. DE ATENCIÓN AL CLIENTE

11. ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?

a) Se involucra () b) Es delegada ()

- 12. ¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?**
- a) Si () b) Próximamente ()
- 13. ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?**
- a) Si () b) No ()
- 14. ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?**
- a) Si () b) No ()
- 15. ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?**
- a) Si () b) No ()
- 16. ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?**
- a) Si () b) No ()
- 17. ¿Brinda la mejor experiencia de atención al cliente y que ventajas reditúa a la empresa?**
- a) Rentabilidad ()
- b) Posicionamiento ()
- c) Nuevos Clientes ()
- d) Sin Cambios ()
- 18. ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción del cliente?**
- a) Permanente ()
- b) Eventual ()
- c) No se hace ()

19. ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?

a) Revistas

b) Redes Sociales

c) Prensa

Iquitos, julio 2018