



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR
RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE
MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIOS, RUBRO COMBUSTIBLES
LÍQUIDOS, DEL DISTRITO DE TOCACHE, REGIÓN SAN
MARTÍN, 2020

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

AUTOR:

SAAVEDRA VELÁSQUEZ, GLADYS LUZ

Orcid: 0000 – 0002 – 0689 - 0505

ASESOR:

GARCÍA APAC, JULIAN SPENCER

Orcid: 0000 – 0002 – 3321 - 5820

LIMA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

SAAVEDRA VELÁSQUEZ, Gladys Luz

Cod. ORCID: 0000 – 0002 – 0689 - 0505

ASESOR

GARCIA APAC, Julián Spencer

Cód. ORCID: 0000 – 0002 – 3321 – 5820

JURADO

MEZA DE LOS SANTOS, Juan Pablo

Cód. ORCID: 0000 – 0001 – 8852 – 1342

Presidente

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda

Cód. ORCID: 0000 – 0002 – 5746 – 9374

Miembro

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo

Cód. ORCID: 0000 – 0002 – 7260 – 5581

Miembro

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MEZA DE LOS SANTOS, Juan Pablo

Presidente

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda

Miembro

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo

Miembro

GARCIA APAC, Julián Spencer

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser el guía de mi vida, por brindarme salud, vida y las fuerzas necesarias para continuar mi camino y cumplir todos mis sueños y metas.

A mi familia por su apoyo moral e incondicional.

A mis profesores, por compartirme sus conocimientos y experiencias, a mi asesor de Tesis el Mag. Julián García Apac, por su dedicación, paciencia y enseñanzas en el desarrollo de mi trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A mi madre, María Rogelia Velásquez
Castro, quien desde la eternidad ha sido
mi mayor motivación para continuar
superándome día con día.

A mi padre Gilberto, y a mis hermanos,
Elver, Percy y David, por ser los pilares
más fuertes de mi vida, a los que les
estoy eternamente agradecida por su
amor infinito.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo Establecer las características principales en la atención al cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020. El diseño de investigación fue no experimental, transversal, descriptivo, la población y muestra estuvo conformada por 09 representantes de las Micro y pequeñas empresas, a los cuales, mediante la técnica de la encuesta se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 66.67% de los representantes tenían entre 31-50 años de edad. El 55.56% eran de género masculino. Un 33.33% cuentan con instrucción primaria y otro 33% con secundaria. El 77.78% son dueños. El 44.44% de las micro y pequeñas permanecen en el rubro de 0 a 4 años, mientras otro 44.44% de 8 a más años. El 77.78% poseen de 1 a 7 trabajadores. El 55.56% pocas veces presentaban equipos nuevos. El 77.78% afirmaban que los clientes aceptan con agrado los servicios. El 55.56% practican políticas empresariales y planifican sus objetivos. El 44.44% no supervisa los procesos de atención al cliente. El 55.56% no capacita sobre atención al cliente. El 44.44% pocas veces realiza control de calidad. Se concluye que las micro y pequeñas empresas deben generar nuevas estrategias de gestión para lograr el éxito en el mercado.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y pequeña empresa.

ABSTRACT

The present research work had the objective of establishing the main characteristics in the customer service as a relevant factor of the Quality Management and improvement plan in the micro and small companies of the Service Sector, of the liquid fuel area in the district of Tocache, San Martin Region, 2020. The research design was non-experimental, transversal, descriptive, and the population and sample was made up of 09 representatives of the micro and small enterprises, to which, through the survey technique, a 20-question questionnaire was applied, obtaining the following results: 66.67% of the representatives were between 31-50 years of age. 55.56% were male. 33.33% had primary education and another 33.33% had secondary education. 77.78% are owners. 44.44% of the micro and small enterprises remain in the category of 0-4 years, while another 44.44% are 8 years old or older. 77.78% have 1 to 7 workers. 55.56% rarely presented new equipment. 77.78% stated that clients are happy to accept the services. 55.56% practice company policies and plan their goals. 44.44% do not monitor customer service processes. 55.56% do not provide customer service training. 44.44% rarely perform quality control. It is concluded that micro and small enterprises must generate new management strategies to achieve success in the market.

Keywords: Customer service, Quality management, Micro and small enterprises.

CONTENIDO	
<i>EQUIPO DE TRABAJO</i>	<i>ii</i>
<i>HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i>	<i>iii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iv</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>v</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>vi</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vii</i>
<i>CONTENIDO</i>	<i>viii</i>
<i>INDICE TABLAS</i>	<i>xi</i>
<i>INDICE DE FIGURA</i>	<i>xiii</i>
<i>I. INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
<i>II. REVISION DE LITERATURA</i>	<i>6</i>
2.1 Antecedentes	<i>6</i>
a) Antecedentes Internacionales	<i>6</i>
b) Antecedentes Nacionales	<i>11</i>
c) Antecedentes Locales	<i>16</i>
2.2. Bases teóricas de la Investigación	<i>21</i>
MYPE	<i>21</i>
Importancia de las MYPES	<i>22</i>
Gaseocentros o Estaciones de servicios.	<i>22</i>
Atención al cliente.	<i>23</i>
Atención Asertiva al Cliente	<i>24</i>
Importancia del Cliente.	<i>24</i>
Tipos de cliente	<i>25</i>
Estrategias de calidad de atención al cliente.	<i>27</i>
Gestión	<i>28</i>
Calidad	<i>29</i>

Gestión de calidad	29
Principios de Gestión de Calidad	29
Importancia de la Gestión de Calidad	30
Plan de mejora	31
<i>III. HIPOTESIS</i>	32
<i>IV. METODOLOGÍA</i>	33
4.1. Diseño de la investigación.	33
4.2. . El universo y muestra.	33
4.2.1 Población	33
4.2.2. Muestra	33
4.3. Definición y operacionalización de variables	34
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
4.5. Plan de análisis.	36
4.6. Matriz de consistencia	37
4.7. Principios éticos	39
<i>V. RESULTADOS</i>	40
5.1. Resultados.	40
5.2. Análisis de Resultados	59
<i>VI. CONCLUSIONES</i>	67
<i>RECOMENDACIONES</i>	69
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	70
<i>ANEXOS</i>	76
Anexo 1 Plan de Mejora en atención al cliente.	76
Diagnostico General	76
Objetivos del plan de mejora.	77
Indicadores de gestión	77

Problemas	78
Establecer acciones de mejora	79
Estrategias (que desean implementar)	80
Recursos para la implementación de estrategias	81
Cronograma de actividades	81
Anexo 2. Instrumentos de Recolección	82
Anexo 3. Cuadro de Sondeo	86
Anexo 4. Hoja de trabajo	87

INDICE TABLAS

Tabla 1. Edad del representante	40
Tabla 2. Género del representante.....	41
Tabla 3. Grado de Instrucción.....	41
Tabla 4. Cargo que se desempeña.....	42
Tabla 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	43
Tabla 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	44
Tabla 7. Número Trabajadores.....	45
Tabla 8. Las personas que trabajan en su empresa son.....	45
Tabla 9. Objetivo de creación.....	46
Tabla 10. Tipo de constitución de la empresa.....	47
Tabla 11. Presenta equipos e inmuebles modernos en su Empresa	48
Tabla 12. Los servicios que ofrece son fiables.....	49
Tabla 13. Interactúa con el personal y los clientes.....	49
Tabla 14. Resuelve los problemas de los clientes inmediatamente.....	50
Tabla 15. Practica Políticas empresariales.....	51
Tabla 16. Planifica sus objetivos en bien de su empresa.....	52

Tabla 17. Supervisa los procesos de atención al cliente.....	53
Tabla 18. Realiza capacitaciones para mejorar la atención de los clientes.....	54
Tabla 19. Controla la gestión del servicio que oferta.....	55
Tabla 20. Presenta un valor agregado al servicio que ofrece en su estación de servicios o Gaseocentros.....	56
Tabla 21. Plan de mejora de la gestión de calidad con atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubros combustibles líquidos, del distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.....	57

INDICE DE FIGURA

Figura 1. Edad del representante	40
Figura 2. Género del representante.....	41
Figura 3. Grado de Instrucción.....	42
Figura 4. Cargo que se desempeña.....	42
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	43
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	44
Figura 7. Número Trabajadores.....	45
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son.....	46
Figura 9. Objetivo de creación.....	46
Figura 10. Tipo de constitución de la empresa.....	47
Figura 11. Presenta equipos e inmuebles modernos en su Empresa	48
Figura 12. Los servicios que ofrece son fiables.....	49
Figura 13. Interactúa con el personal y los clientes.....	50
Figura 14. Resuelve los problemas de los clientes inmediatamente.....	50
Figura 15. Practica Políticas empresariales.....	51
Figura 16. Planifica sus objetivos en bien de su empresa.....	52

Figura 17. Supervisa los procesos de atención al cliente.....	53
Figura 18. Realiza capacitaciones para mejorar la atención de los clientes.....	55
Figura 19. Controla la gestión del servicio que oferta.....	55
Figura 20. Presenta un valor agregado al servicio que ofrece en su estación de servicios o Gaseocentros.....	56

I. INTRODUCCIÓN

Si bien es cierto, las grandes empresas multinacionales, ejercen un rol casi indispensable en la economía mundial, básicamente debido a la constante búsqueda de estrategias de comercialización y a que sus productos son muy cotizados en los mercados internacionales; sin embargo, las Micro y pequeñas empresas, representan en el mundo, una de las principales fuentes desarrollo económico, no solo por la diversificación de actividad comercial y el ingreso que se genera por este, sino también a que contribuyen enormemente al crecimiento de las tasas de empleo, por el uso de la mano de obra y personal no necesariamente calificada o con experiencia en el rubro.

Con el deseo de generar mayores ingresos propios y el sueño del emprendimiento, en América latina, las micro y pequeñas empresas se han incrementado, al mismo tiempo que las exigencias de calidad del consumidor, así como el nivel de competencia entre empresas, en esta parte del mundo, las micro y pequeñas empresas, están orientadas necesariamente a la demanda y su principio generalmente es de subsistencia.

En el Perú, las micro y pequeñas empresas, más conocidas como MYPES, al igual que en otras partes del mundo, contribuyen grandemente al crecimiento económico, así como del desarrollo social ya que son responsables de la generación de empleos e ingresos importantes para la subsistencia de muchos hogares, siendo de este modo uno de los aliados clave de los gobiernos, para la lucha en la reducción de la pobreza, ya que por lo general este grupo de empresas se encargan de emplear una gran proporción de trabajadores pertenecientes a los sectores más vulnerables de nuestra sociedad, en la que encontramos a mujeres, jóvenes y personas de hogares desfavorecidos.

En nuestro país, las MYPES son fabricantes, proveedoras de servicios y minoristas, y constituyen parte integral de la economía, ya que ellos son compradores y vendedores

de productos y servicios; asimismo encontramos variedad de rubros, ya que la mayoría de las micro y pequeñas empresas abarcan o priorizan una sola actividad.

En el presente trabajo tomaremos como parte del estudio a las Micro y pequeñas empresas del rubro combustibles líquidos en el Distrito de Tocache, Región San Martín-2020, más conocidos como estaciones de servicios, gaseocentros o grifos.

Es bien sabido que, el petróleo y los combustibles derivados de este, son de suma importancia para la economía mundial, esto se debe básicamente a la energía que producen, las mismas que son usadas de forma global, para el transporte, la agricultura, generación de energía eléctrica, la industria minera, textil, alimenticia, automotor, entre otros, por lo que la comercialización de sus productos derivados como las Gasolinas y el Diesel, se realizan en todos los lugares del mundo.

Inicialmente, según la historia, se expendían en farmacias o droguerías y su uso más habitual fueron como disolventes, posteriormente con la evolución de la era automovilística, la demanda de estos productos se ha ido incrementando hasta el punto de volverlos indispensables para nuestra subsistencia.

No fue, sino que hasta el año 1888, en Wiesloch-Alemania, se apertura lo que hasta el momento se conoce como la primera Gasolinera del mundo, empresa dedicada exclusivamente a la venta de combustibles líquidos, no obstante, nuestro continente no fue ajeno a esta revolución industrial y comercial, siendo que en Estados Unidos, bajo el nombre de Standart oil of California, se construye la primera gasolinera en nuestro continente, y así, con distintas denominaciones según su ubicación, (bencinera en Chile, bomba en Colombia, Costa Rica, Panamá, República Dominicana y Venezuela, gasolinera en Ecuador, grifo o estaciones de servicio en Perú) las empresa dedicadas a la venta de productos como Gasolina y Diesel se fueron expandiendo por todo

Latinoamérica, juntamente con las distintas estrategias de mercado para hacer frente a la competencia surgida.

En el Perú, estas empresas dedicadas a la venta de combustibles líquidos, cumplen un rol importante en la economía y subsistencia del país, el cual fue más notorio en estos últimos meses en los que nos ha tocado superar la crisis sanitaria generada por la pandemia del Sars Covid 19, ya que esta actividad comercial estuvo incluida por el gobierno central, como una de las actividades de primera necesidad; actualmente, según la Asociación de Grifos y Estaciones de Servicios – AGESP, existen alrededor de 4,700 establecimientos formales, que en su gran mayoría está compuesta por Micro y Pequeñas empresas, el cual es un claro indicador de que existe un alto nivel de competitividad, y la búsqueda de incluir estrategias de Gestión de calidad, que traigan consigo la satisfacción y fidelización del cliente es cada vez mayor.

En el distrito de Tocache, existen 10 empresas dedicadas a este rubro, de las cuales 9 están consideradas como Micro y Pequeñas empresas, siendo Tocache un distrito joven, y con un parque automotor aun no muy desarrollado, se puede deducir claramente que el reto de interpretar y dar respuestas positivas a los consumidores, es grande, por lo que es muy necesario implementar un plan de mejora de la Gestión de Calidad, que permitan a las micro y pequeñas empresas de este rubro ofrecer una buena experiencia a sus consumidores y posicionarse favorablemente en el mercado.

Por ello, se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características principales en la atención al cliente como factor relevante en la Gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020?; asimismo, para responder a la pregunta planteada, se trazó el siguiente objetivo general:

Establecer las características principales en la atención al cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020. Al mismo tiempo, para lograr alcanzar el objetivo general, se propuso 4 objetivos específicos que son como sigue: Determinar las características principales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020, Determinar las características principales de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020, Establecer las características principales de la atención al cliente en la Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020, Elaborar una propuesta de plan de mejora sobre la aplicación de una Gestión de calidad para atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Este trabajo de investigación se justifica porque los resultados obtenidos beneficiarán a las MYPES del sector servicios, del rubro combustibles líquidos, proporcionándoles conocimientos referentes a la aplicación de la Gestión de Calidad en la atención al cliente, asimismo los resultados y conclusiones servirán como antecedentes para la elaboración de futuros trabajos de investigación.

Con respecto al diseño, este fue no experimental, transversal, descriptivo, asimismo, el trabajo de investigación tuvo como población y muestra a 9 Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro combustibles líquidos, del distrito de Tocache, región San Martín, 2020, al cual se le aplicó un cuestionario de 20 preguntas

mediante la técnica de la encuesta, teniendo como resultado: El 66.67 % de los representantes tenían entre 31-50 años de edad. El 55.56 % eran de género masculino. Un 33.33 % contaban con grado de instrucción primaria y otro 33.33 % con secundaria. El 77.78 % de los representantes son dueños. El 44.44 % de los representantes desempeñan el cargo durante un periodo de 0 a 4 años, mientras otro 44.44 % ejerce por más de 8 años. El 44.44 % de las micro y pequeñas permanecían en el rubro de entre 0 a 4 años, mientras otro 44.44 % de 8 a más años. El 77.78 % tienen de 1 a 7 trabajadores. El 66.67 % de trabajadores son personas ajenas es decir no familiares. El 100.00 % tiene como objetivo generar ganancias. El 88.88 % están constituidos como persona jurídica. El 55.56 % de la Micro y pequeñas empresas pocas veces presentaban equipos nuevos. El 77.78 % de los representantes afirman que los clientes aceptan con agrado los servicios que ofertan. El 77.78 % manifiestan que dialogan poco sobre el servicio brindado. El 55.56 % indican haber atendido algunos de los problemas de los clientes. El 55.56 % practican políticas empresariales. El 55.56 % planifican el logro de sus objetivos. El 44.44 % no supervisa los procesos de atención al cliente. El 55.56 % no realiza capacitaciones sobre atención al cliente. El 44.44 % pocas veces realiza control de calidad. El 55.56 % de vez en cuando ofrece un valor agregado al servicio que se ofrece. Se pudo llegar a la conclusión de que las micro y pequeñas empresas deben generar nuevas estrategias de gestión en busca de afianzar su posicionamiento en el mercado y lograr el éxito empresarial.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

a) Antecedentes Internacionales

Armada (2015), En su Tesis, *Satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes*. Percepción, análisis y evolución, para la obtención del grado de Doctor, realizada en la Universidad de Murcia, España, abordo un estudio longitudinal donde sus objetivos planteados se centran en la determinación del nivel de satisfacción actual del usuario con los servicios deportivos, al analizar la evolución de la satisfacción a lo largo del tiempo. Para realizar el estudio se administró un cuestionario elaborado en 1990 por un experto en Sociología con una validación posterior, su muestra fue de 552 usuarios en el año 1991 y 677 usuarios en el año 2015. Los resultados obtenidos en este estudio, confirmaron que el valor medio de satisfacción percibida es alto. Constataron que la valoración de la actividad realizada es ligeramente superior en la actualidad. El análisis global de las dimensiones de la encuesta para el año 2015, llevo al investigador a considerar que todos los recursos del servicio deportivo municipal se acondicionaban con calidad, aunque unos indicaban tener mayor peso que otros en la satisfacción que los ciudadanos perciben. Los usuarios otorgaron en el 2015 más importancia a las instalaciones y a las actividades que oferta el municipio. Sin embargo, el valor más importante de la organización en relación a la satisfacción percibida eran las personas que prestaron el servicio en ambos periodos de tiempo.

Por lo que se puede verificar, el grado de satisfacción de los usuarios, variaron en todos los factores estudiados, esta información recaudada, de todas maneras, debió servir para la toma de decisiones de mejora sobre los aspectos peor valorados por los

usuarios, asimismo para tomar en cuenta la aplicación de sistemas para afianzar la calidad, la satisfacción y la fidelización de los usuarios.

Ángeles y Herrera (2017), Realizaron la Tesis, *Diseño de un sistema de Gestión de Calidad para un Pime Caso Refaccionaria Piedrin*, en el instituto Politécnico Nacional de México, para la obtención de sus Título de Administración Industrial, el cual se desarrolló con la finalidad de realizar el Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad en la “Refaccionaria Piedrin”, mediante el desarrollo de una metodología en relación a la Norma ISO 9000 y los requisitos de la Norma ISO 9001; dicha metodología se obtuvo información documental y de campo, a través de la aplicación de encuestas a los empleados con la finalidad de investigar la causa y efecto de los problemas, identificar áreas de mejora en la empresa y proponer alternativas. Los investigadores, pudieron notar que la empresa no aplica un enfoque al cliente, es decir no conoce sus necesidades ni sus expectativas, el cual de suma importancia para tomar decisiones de mejora. El Sistema de Gestión de la Calidad ayudó a proporcionar un marco de referencia dentro de Refaccionaria Piedrin para planificar, ejecutar, realizar el seguimiento y mejora de las actividades dentro de la organización, estableciendo lo que es el compromiso de la dirección, la gestión de los recursos, la realización del producto (en este caso se llevara a cabo un servicio de calidad tomando en cuenta las necesidades y expectativas del cliente) y la medición y análisis de mejora satisfaciendo las necesidades de la organización y siendo más competitivos.

Con este trabajo los investigadores lograron formular un sistema de Gestión, listo para su implementación eficaz en la empresa, y de este modo pueda lograr los resultados requeridos para tener un enfoque al cliente y la mejora continua de la misma, buscando con la satisfacción de los clientes mejorar la aceptación y rentabilidad del negocio.

Jireh (2018), En su Tesis *Calidad de los Servicios y Satisfacción del Cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner, Ubicado en la Cabecera del Departamento de Zacapa*, para la obtención del Título de mercadotecnia, desarrollada en la Universidad Rafael Landívar en Guatemala, mismo que tuvo por objetivo determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rápida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa en Guatemala, Tomando como sujetos de estudio a 361 clientes de ambos sexos; para obtener la información se aplicaron encuestas elaboradas por el investigador. Esta investigación era de tipo descriptiva y permitió al investigador, concluir que los clientes percibían la calidad del servicio como bueno o aceptable, estando satisfechos con la mayoría excepto con la temperatura ambiente, área de juegos, servicio de baños, la disponibilidad y condiciones del parqueo, siendo calificados de regular y malos. Por lo anterior, el investigador, se permitió recomendar al gerente del restaurante, mejorar las condiciones del parqueo eliminando la rampa de acceso; también homogenizar la temperatura ambiente en el interior y ampliar el servicio sanitario con una batería de baños. Además, sugirió circular con malla el área de juegos infantiles con acceso desde el interior del restaurante y mejorar las condiciones del mobiliario, cristalería, e internet, de esto modo se buscó mejorar las condiciones para el usuario y por ende los ingresos del restaurante.

Con las recomendaciones de los investigadores, la empresa tendría la posibilidad de incrementar la satisfacción en sus clientes y por ende sus ingresos, claro que para ello tendría que realizar algunas inversiones, pero que seguramente le sería retornado a corto plazo.

Portilla (2015), En su Tesis *Sistema de Gestión de la Calidad para Servicio al Cliente*, realizada en la Universidad Central del Ecuador, manifiestan que, en

cumplimiento del mandato Constitucional, los servicios proporcionados por el Estado de Ecuador, deben ser prestados de manera eficaz, eficiente y con calidad, en este sentido la investigación realizada, tuvo como objetivo Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad para Atención al Cliente en la Dirección Nacional de Registro y Asesoría al Usuario del Servicio Nacional de Contratación Pública, organismo de derecho público responsable de capacitar y asesorar en los instrumentos, herramientas y procedimientos relacionados con la contratación pública. El trabajo de se realizó mediante investigación de campo, en base a la información proporcionada por los usuarios, e investigación documental tomando como marco de referencia la Norma ISO 9001:2008 que contiene los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad, con el trabajo el investigador concluyo que el sistema de gestión de la calidad del servicio aplicado de forma correcta en la Dirección Nacional de Registro y Asesoría al Usuario del Servicio Nacional de Contratación Pública, mejorara notoriamente la aceptación y buenas críticas de los visitantes.

Por lo que se puede observar, al implementar un Sistema de Gestión de la Calidad para Servicio al Cliente, es posible mejorar los niveles de atención en las empresas públicas y privadas, por lo que se puede deducir que el camino a seguir es claro.

Peña y Echevarria (2015), en su tesis, *Diseño de una propuesta para implementar un sistema de Gestión de calidad en el sector público del ecuador*, realizada en la Universidad Central de Ecuador, nos indica que, las empresas del sector público y privado se ven abocadas en la necesidad de prestar servicios de calidad, enfocadas en los requerimientos de los usuarios internos y externos, es así que las políticas en el sector público apuntan a satisfacer estos requerimientos, necesitando establecer directrices para implementar un modelo de gestión en las instituciones públicas de

Gobierno Central. La aplicación de fundamentos de Gestión de calidad en las organizaciones permite mejorar su misión, esto debe entenderse no necesariamente como una reducción de costos o incremento en la utilidad financiera de la empresa, si no como parte de toda organización que busca un camino hacia la excelencia del servicio. El estudio tuvo como universo a las instituciones públicas en el Ecuador, sean de Gobierno Central como de Gobiernos Autónomos Descentralizados, información que se la obtuvo del Catastro de las instituciones, entidades, empresas, y organismos del Estado y de las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos determinados en el ámbito de la LOSEP, la administración de esta base de datos es competencia del Ministerio de Relaciones Laborales, al mes de abril del 2012 se tiene 5050 entre empresas, instituciones, organismos, y otros que brindan servicios públicos o que el accionista mayoritario es el Estado Ecuatoriano. Para seleccionar la muestra se realizó aplicando muestreo no probabilístico, seleccionando directamente a las empresas públicas a las que se aplicó las diferentes técnicas e instrumentos de investigación, dentro del muestreo no probabilístico se seleccionó el muestreo intencional, dado que se tomó en cuenta el criterio del investigador para decidir la muestra a ser investigada, y se decidió seleccionar a cuatro instituciones públicas, que por motivos de confidencialidad de la información se mantiene en anonimato. Al término del estudio, los investigadores concluyeron que, al aplicar el modelo de Gestión de Calidad propuesto para las entidades públicas en el Ecuador, los servicios se enfocarán en cumplir los requerimientos del cliente y consecuentemente servicios públicos con calidad.

Al igual que en el antecedente anterior, realizado por Sandoval y Portilla (2015), se puede deducir que la Gestión de la Calidad propuesto y aplicado de forma correcta,

traerán consigo la satisfacción de los clientes o usuarios, por lo que se podría decir que es indispensable para la buena marcha de las empresas ya sea públicas o privadas.

b) Antecedentes Nacionales

Kano (2019), en su tesis, *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Hostales del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019*. Realizada en la Universidad los Ángeles de Chimbote; El cual tuvo como objetivo general: Determinar las características en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019. La metodología de la investigación fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativa, de diseño transversal y no experimental y descriptiva, el instrumento que se utilizó fue un cuestionario de 22 preguntas dividido en 3 partes, de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados: La mayoría (40) de representantes tienen entre 31 a 50 años, el 65% son del género masculino, la mayoría relativa (45%) tienen un grado de instrucción de educación básica, el 80% se desempeña como administrador y tienen en el cargo de 0 a 3 años, la mayoría (45%) de Mypes tienen en el rubro de 7 a más años, el 90% tienen de 1 a 5 trabajadores, la mayoría (85%) de empleados son personas ajenas al negocio y el 95% afirman que el objetivo de su creación es generar ganancia. La mayoría (85%) de los representantes si conocen el término Gestión de calidad, la totalidad afirma que la atención al cliente es la técnica moderna de gestión que usan, la totalidad afirma que si se alcanzan los objetivos y metas trazadas gracias a la gestión de calidad, la mayoría (95%) afirma que la gestión de calidad mejora el servicio de la empresa, la totalidad afirma que la atención al cliente es fundamental para que el cliente retorne a la empresa, la mayoría (60%) afirma que

la comunicación es la herramienta de calidad que aplican en el servicio, la mayoría (75%) comenta que la atención personalizada es uno de los principales factores para la calidad del servicio, la totalidad nos dice que la atención que brindan es buena, la mitad (50%) afirma que tener clientes satisfechos son los resultados de su atención al cliente, la totalidad afirma que la atención al cliente es factor relevante en la gestión, la totalidad afirma que la atención es un factor relevante para medir la satisfacción del cliente, la mayoría relativa (40%) de los representantes saben que al aplicar una adecuada gestión en base a la atención al cliente obtendrán muchas ventajas como una buena imagen con respecto a su competencia y la mayoría (90%) utiliza reglamento de la empresa como norma de atención al cliente.

Se puede deducir que es indispensable que cada propietario conozca a fondo su empresa, teniendo en cuenta básicamente la Gestión de calidad, y los resultados que se van a ver reflejados en la satisfacción de los clientes.

Arrascue y Segura (2015), realizaron la tesis, *Gestión de calidad y su influencia en la Satisfacción del cliente en la Clínica de fertilidad del norte "CLINIFER" Chiclayo - 2015*, para su obtención de título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, realizado en la Universidad Señor de Sipán, el cual tuvo como objetivo Determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte "CLINIFER". Para ello, se realizó una investigación cuyo diseño fue no experimental, cuantitativa, descriptiva-correlacional, cuya población y muestra fue de 32 personas entre trabajadores y clientes, para la obtención de datos, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento de investigación, un cuestionario estructurado de 26 preguntas con opción única y de calificación que miden los indicadores y las variables tanto independiente como dependiente. Luego de

realizado el estudio, se comprobó la hipótesis planteada que determinó que la gestión de calidad influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en la clínica de Fertilidad del Norte, CLINIFER - Chiclayo. De acuerdo a los datos obtenidos por el investigador, de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica de Fertilidad CLINIFER. Al analizar la calidad de servicio se demostró un alto promedio de 89%, en equipamiento, ambientes amplios, instalaciones limpias, diagnósticos fiables de confianza y seguridad 100%, uniformados e identificados, atención inmediata 78% y horario flexible 89%. El nivel de satisfacción del cliente es un promedio alto de 97%, el servicio es útil en un 100%, supero sus expectativas, volvería a solicitar el servicio, precios aceptables, atención personalizada y completa satisfacción brindada en 97%. Con esta investigación, concluyeron que las estrategias para mejorar la calidad en la atención al cliente y su satisfacción, eran el de mantenimiento de infraestructura, instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria. Siendo este indispensable para traer consigo la satisfacción del cliente, porque un cliente contento es un cliente continuo y esto se ve reflejado en las ganancias de la empresa.

En este trabajo de investigación se puede ver que la gestión de la calidad guarda relación con la satisfacción de los clientes, y para ello se requiere poner atención en que los ambientes tienen que brindarles cierto agrado y seguridad, así como el personal que labora en la empresa.

Aponte (2019), en su tesis *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, 2019*. Realizada en la

Universidad los Ángeles de Chimbote; El cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, 2019, mismo que fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo, con una muestra de 35 Micro y Pequeñas Empresas de una población de 551 Mypes, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas estructuradas a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, obteniendo los siguientes resultados: El 71% de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son de género masculino. El 100% de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas considera que la atención al cliente es importante en la gestión de calidad. El 100% de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas considera que la atención al cliente mejora la satisfacción al cliente.

En este trabajo de investigación, se puede notar que los propietarios de las Mypes no tienen conocimiento del término de gestión de calidad, conocen vagamente las técnicas de atención al cliente, sin embargo, saben que es importante la satisfacción de estos.

Rodríguez (2018), en su Tesis *Gestión de Calidad y satisfacción de los clientes en las micro y pequeña empresas del Sector Comercio, Rubro venta de Zapatos, Centro Comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, 2018*, realizada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para la obtención del grado académico de maestro en Administración; tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe entre la Gestión de calidad y satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de zapatos, Centro comercial Los Ferroles, distrito de Chimbote, año 2018. En la investigación se utilizó el diseño no experimental

transversal, de tipo Descriptivo – Correlacional, para la recopilación de información se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas en medición de escala de Likert, así mismo elaboró un cuestionario de 23 preguntas para medir la satisfacción de los clientes. Obteniéndose los siguientes resultados. El 66,7% tenían un nivel alto en cuanto a la planeación, del mismo modo el 46,7% tenían un nivel alto en lo referente a la Organización, el 46,7% tuvieron un nivel alto en base a su dirección, y el 60,0% tenían un nivel alto en cuanto al control de sus procesos. El 51,6% se mostró satisfecho con respecto a la calidad del servicio, el 51,1% se mostró satisfecho en base al cumplimiento de sus expectativas. Al término de la ejecución del proyecto, el investigador pudo notar que, la Gestión de calidad, se relaciona con la satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de zapatos, Centro comercial Los Ferroles, distrito de Chimbote, año 2018.

Es claro que una buena gestión de calidad es indispensable para el crecimiento económico de la empresa, por ello se debe tomar especial interés en mejorar de forma continua, y a su vez generar constantemente una buena relación con los clientes, porque un cliente satisfecho es un cliente más frecuente.

Ramírez (2019), en su tesis *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019*. Realizada en la Universidad los Ángeles de Chimbote; con el objetivo de Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019. Con diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo, la población

estuvo conformada por 18 representantes de las Micro y pequeñas empresas, con una muestra igual a 10 representantes del sector servicios rubro restaurantes y se definieron y operacionalizaron las variables e indicadores, la técnica utilizada fue encuesta y el instrumento fue el cuestionario; teniendo como resultados: El 60.00% de los representantes tenían de 31-51 años de edad. El 70.00% de los representantes tenía como objetivo generar ganancias. Otro 30.00% utiliza equipos modernos. Con esto se pudo determinar que solamente la minoría de la población presenta equipos e inmuebles modernos en sus restaurantes, mientras la mayoría afirmaron que los servicios que ofrecen son fiables; solamente la mitad de los dueños interactuaron con clientes sobre los servicios que ofrecen los restaurantes, la mayoría están atentos a los problemas del cliente y la minoría practican las políticas empresariales cumpliendo con lo establecido.

Por lo que se podría deducir que estas empresas necesitan urgentemente implementar un plan de mejora que incluya la aplicación de políticas empresariales que ayuden al desarrollo de sus empresas.

c) **Antecedentes Locales**

Vallejos (2016), realizo la Tesis *Sistema de Gestión de Calidad Según ISO 9001:2015 para mejorar los procesos de capacitación, Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto 2018*, desarrollado con el objetivo de diseñar un Sistema de Gestión de la calidad basado en ISO 9001:2015, considerando 14 meses como tiempo máximo para la investigación siendo su desarrollo en el distrito de Tarapoto, departamento de San Martín. El trabajo se fundamentó en la norma ISO 9001:2015, ley Universitaria 3020, la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública y los reglamentos internos de la institución. El tipo de investigación es descriptiva propositiva, la población se categorizo en dos secciones los docentes ordinarios partícipes del proceso

y los responsables de la gestión del proceso de estudio tanto a nivel institucional como por cada facultad siendo 311 y 33 respectivamente, y la muestra 75 y 33, se usó en dos cuestionarios como instrumentos para recoger información y confirmar con el procesamiento de los datos la problemática descrita en esta investigación, en ese sentido los resultados fueron; que en los procesos de capacitación y formación continua de la UNSM-T es deficiente en un 44.00% y regular en 34.7%, y el nivel de implementación del Sistema de Gestión de la Calidad en la UNSM-T es deficiente en un 57.33% y regular en un 32.00% concluyendo que se necesita con urgencia la aplicación de un SGC basado en ISO 9001:2015 que ayude a mejorar en especial el proceso de capacitación y formación continua.

Una vez más el investigador no demuestra que la Gestión de Calidad es de suma importancia en los diversos procesos administrativos.

Fasanando (2017), es su tesis *Influencia de la Gestión Administrativa en la Calidad de Servicio al Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Porres Ltda. Juanjui 2016*, desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo, para optar el grado académico de Magister en Gestión Pública, el cual tuvo como objetivo conocer la influencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio al socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Porres Limitada Juanjui 2016. El estudio se basó en la siguiente hipótesis “Existe relación entre la gestión administrativa y la calidad de servicio al socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Porres Limitada Juanjui 2016”. Así mismo trabajó con una muestra de 69 socios determinados al azar, para ello se aplicó un cuestionario para la recolección de datos y posterior procesamiento y análisis. El diseño de estudio fue descriptivo correlacional, de corte transversal y los datos fueron procesados y analizados de acuerdo a las

dimensiones de las variables estudiadas y luego presentadas mediante tablas y gráficos estadísticos, aplicándose el estadístico de Pearson. Los resultados obtenidos refieren que la mayor concentración de respuesta se obtuvo en la escala valorativa “Bueno” dado que 45 socios encuestados que representan el 65% se encontraron en esa escala; 23 socios encuestados que representan el 33% respondieron que la gestión administrativa es “Regular”, mientras que 01 socio encuestado que representan el 2% indico que la gestión administrativa es “Malo”. Finalmente, el estudio concluyo que existe una alta correlación positiva entre las variables, pudiendo determinar y dar respuesta a la hipótesis planteada.

Por lo que se puede deducir que hay una estrecha relación entre la satisfacción de los usuarios y la gestión de la calidad, y que un mayor porcentaje los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Porres Ltda. Juanjui 2016, están satisfechos con su cooperativa.

Soto (2018), en su tesis *Gestión de la Calidad y su Repercusión Financiera en la Unidad de Seguros del Hospital II-2, Tarapoto, 2018*, de la Universidad Cesar Vallejo, la cual fue una investigación de tipo básico con un alcance descriptivo correlacional por que evalúa el grado de asociación o relación entre dos o más variables. El diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal porque se realizó sin manipular las variables. Su población total fue 40 colaboradores compuesta por hombres y mujeres de diferentes edades, de 25 a 60 años, en la investigación se encuestó al total de la población. Los resultados obtenidos al término de la investigación, mostraron que, si existe relación significativa entre la gestión de calidad y la repercusión financiera, determinando así que, a mejor gestión de calidad, mayor nivel de repercusión financiera.

En este trabajo podemos observar que la Gestión de la Calidad, es un factor importante para el incremento o disminución de los ingresos de las empresas, por lo que una buena gestión de calidad es indicador de éxito financiero.

Rosales (2017), en su tesis *La calidad de atención a los usuarios según los Directores de la Instituciones Educativas de la Unidad de Gestión Educativa Local de Moyobamba, 2017*, de la Universidad Cesar Vallejo. El objetivo del estudio era caracterizar la calidad de atención a los usuarios respecto a los servicios que brinda a la comunidad educativa, desde la perspectiva de los directores de las instituciones educativas; así como, describir, detallar, especificar la calidad de atención en términos de efectividad, oportunidad, seguridad, eficacia, equidad y atención centrada en el Director. Para ello, se realizó un estudio descriptivo, recogiendo opiniones de una muestra de 55 directores, seleccionados de manera no probabilística y por conveniencia; a quienes se aplicó un cuestionario, con el de recabar su percepción sobre la calidad de atención al usuario en los servicios que brinda la UGEL a la comunidad educativa, para el análisis y presentación de la información se empleó técnicas estadísticas descriptivas como media y desviación estándar, así como, gráficos circulares. Los resultados indicaban que la calidad de atención a los usuarios es predominantemente aceptable en varias de sus dimensiones, expresado en un 80% de opiniones que revelan las necesidades de mejorar varios aspectos débiles que afectan la calidad de atención.

En efecto, la calidad de atención en los servicios que brinda la UGEL Moyobamba, 2017; según los directores de las instituciones educativas es aceptable, es decir, la mayoría consideran que la calidad de atención al usuario es regular, revelándose la

necesidad de mejorar y perfeccionarse, a fin de ser más efectiva, oportuna, segura, eficaz, equitativa y centrarse en brindar un buen trato al usuario.

Vásquez (2018), en su tesis *Sistema de Gestión de Calidad para desarrollar la inteligencia organizacional de la Unidad de Gestión Educativa Local – Rioja 2018*, desarrollada en la Universidad Nacional de San Martín. Primeramente, se observó que, en muchos Órganos Intermedios del país, de la región San Martín, y específicamente en la Unidad de Gestión Educativa Local - Rioja, los trabajadores, realizan sus trabajos con mediana eficiencia, les falta desarrollar la inteligencia organizacional para estar preparados y capacitados, para hacer frente a los retos y desafíos de este mundo globalizado. En este sentido urge la obligación moral de solucionar este problema, a través de la realización de una investigación científica sobre un Sistema de Gestión de Calidad para mejorar la inteligencia organizacional. En base a esta realidad descrita el problema de investigación fue: ¿En qué medida el Sistema de Gestión de Calidad desarrollará la Inteligencia Organizacional de la Unidad de Gestión Educativa Local - Rioja? La investigación es aplicada porque se busca a través de este estudio conocer para: actuar, modificar y desarrollar la inteligencia organizacional, su muestra seleccionada fue equivalente al 50% de la población, seleccionados según el muestreo no probabilístico, sin norma o accidental, conformado por los trabajadores de dicha Institución, haciendo un total de 30. El análisis de resultados arrojó que: Antes de aplicar el Sistema de Gestión de Calidad, el mayor porcentaje, representado por el 66.67% tiene un nivel regular de inteligencia organizacional, el 23% percibe un nivel malo de inteligencia organizacional, y el 10.00% nivel bueno de inteligencia organizacional. Después de aplicar Sistema de Gestión de Calidad, el mayor porcentaje, representado por el 63.33% tiene un nivel bueno de inteligencia organizacional, el

33.3% tiene un nivel muy bueno de inteligencia organizacional, y el 3.33% tiene un nivel regular de inteligencia organizacional.

En base a la investigación realizada, se puede decir que la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad desarrolla significativamente la inteligencia organizacional de la Unidad de Gestión Educativa Local – Rioja, entonces se podría recomendar su uso en otras empresas o instituciones.

2.2. Bases teóricas de la Investigación

MYPE

Para Cillóniz (2002), Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) son la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios

Según Bernilla (2018), Las micro y pequeñas empresas deben acogerse a alguna categoría de acuerdo al total de sus ventas anuales, que pueden ser:

- Micro empresas: Sus ventas anuales no deben ser mayores a 150 UIT
- Pequeñas empresas: Sus ventas anuales deben ser mayores a 150 UIT y no deben sobrepasar a 1700 UIT.

Asimismo, Cillóniz (2002), nos manifiesta que, las características concurrentes de las Microempresa es que posee de uno (1) hasta diez (10) trabajadores, y sus ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), y las Pequeña Empresa, poseen de uno (1) hasta (100) trabajadores, y sus ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Importancia de las MYPES

Sánchez, B (s/f), indica que, las micro y pequeñas empresas en la actualidad cumplen un rol importante en la economía peruana, aportando el 45% del PBI nacional y generando el 80% del empleo, colaborando grande mente a combatir la pobreza existente en nuestro país, generando competitividad y ayuda a fomentar el espíritu emprendedor, esto se debe a que en su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas son considerados empresarios emergentes, que buscan sobresalir por sus propios medios.

Gaseocentros o Estaciones de servicios.

Para OSINEGMIN (s/f), los gaseocentros o Estaciones de servicio, son empresas que cuentan con una Instalación en un bien inmueble donde los Combustibles son objeto de recepción, almacenamiento y venta al público.

Asimismo, mencionan que, la venta al Público de Combustibles Líquidos es mediante surtidores y/o dispensadores exclusivamente; y que además ofrecen otros servicios en instalaciones adecuadas, tales como:

- Lavado y engrase.
- Cambio de Aceite y Filtros.
- Venta de llantas, lubricantes, aditivos, baterías, accesorios y demás artículos afines.
- Cambio, reparación, alineamiento y balanceo de llantas.
- Trabajos de mantenimiento automotor.
- Venta de artículos propios de un Minimercado.
- Venta de GLP para uso doméstico en cilindros, cumpliendo con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y el Reglamento específico; quedando prohibido el llenado de cilindros de GLP para uso doméstico.

- Venta de GLP para uso automotor, sujetándose al Reglamento específico.
- Venta de kerosene, sujetándose a las disposiciones legales sobre la materia.
- Cualquier otra actividad comercial ligada a la prestación de servicios al público en sus instalaciones, sin que interfiera con su normal funcionamiento ni afecte la seguridad del establecimiento.

Atención al cliente.

DaSilva (2018), indica que, la atención al cliente viene a ser el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio, en el que además se busca atender sus inquietudes, reclamos o pedidos; asimismo no manifiesta que, los factores que influyen directamente en la calidad de servicio al cliente son:

- Ambiente agradable: un área o espacio acogedor donde los clientes se sientan a gusto, para esto se debe tomar en cuenta la decoración, el ambiente musical y la correcta iluminación.
- Amabilidad: el cliente siempre busca o espera un trato agradable y servicial por parte de los dueños y empleados de un negocio o establecimiento, el cliente casi siempre sentirá a gusto cuando le saluden con cortesía y le demuestren que están interesados en ayudarlo.
- Atención personalizada: un servicio de atención personalizada toma en cuenta los gustos, preferencias y necesidades particulares de cada cliente. Por ejemplo, cuando se diseña un producto tomando en cuenta las necesidades y gustos de un cliente.
- Rapidez en la atención: está relacionada con la velocidad con la que una empresa logra dar respuesta a las inquietudes de un cliente, toma sus pedidos, realiza las

entregas de los productos y resuelve las incidencias que se puedan presentar.

Atención Asertiva al Cliente

Según la Revista en línea de inocuidad, calidad, estrategia y gestión sostenible (2014), Dentro de los aspectos fundamentales del servicio al cliente, el asertividad ha adquirido mayor énfasis en el mundo actual. Este elemento, permite sacar un mayor provecho a la comunicación con los clientes (huésped, comensal, como se desee llamar) y permite lograr una mayor afinidad en la relación con los mismos, generando una confianza y valor agregado al servicio.

La utilidad de la comunicación asertiva dentro del servicio que se brinde genera un alto grado de importancia en todos los colaboradores de la empresa, desde las gerencias hasta los puestos de trabajo que tienen mayor contacto con el cliente.

By Canal, Diseño & Comunicación (18 jun - 2018), afirma que, la comunicación asertiva se trata de expresar de manera adecuada el mensaje, reconociendo los sentimientos, emociones, necesidades del cliente para captar mejor su atención y cumplir con sus necesidades, Asimismo indica que, La asertividad juega un papel importante en el servicio al cliente, permite un acercamiento de confianza, marcando una diferencia positiva en la forma en que el cliente visualiza a la empresa; el éxito de un negocio está en mantener buenas relaciones con tus clientes la cual se puede lograr a través de una comunicación asertiva que te ayudará a la fidelización de tus clientes, quienes a su vez te recomendarán por la empatía, tu capacidad de escuchar para posteriormente brindarle lo que desea

Importancia del Cliente.

Feigenbaum (2011), en su artículo “la satisfacción del cliente y su importancia para la empresa”, nos menciona que resulta aceptable definir a la satisfacción del

cliente como el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial.

Al considerar seriamente esta definición, surge con nitidez la importancia fundamental que tiene para una organización conocer la opinión de sus clientes, lo que le permitirá posteriormente establecer acciones de mejora en la organización u empresa.

El cliente es definido por Albrecht y Bradford (1990), como la razón de existir de nuestro negocio. Entonces se entiende que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Esta es la razón por la cual las empresas dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.

Tipos de cliente

Cabrera (2014), manifiesta que, para brindar un servicio al cliente debemos tener en cuenta los tipos de clientes existentes, los cuales pueden ser de la siguiente manera:

- El Impaciente: este tipo de cliente, siempre está al pendiente del tiempo, antes de atenderlo ya estará mirando su reloj, manifiesta constantemente estar apurado, y puede que realmente sea así; estos clientes son demasiado complicado de manejar porque muchas veces tienden a generar incomodidad no solo en la persona que lo va a atender sino también en las demás personas.
- El lamentable: El segundo de los tipos de clientes, es el típico cliente que apenas comienza a hablar con nosotros, comienza a tomárselo como una sesión terapéutica donde nos cuenta todos los dramas que suceden en su vida, es un tipo de cliente, que en sí utiliza siempre la lástima para tratar de dominarnos y utilizarlo a su favor.

- El Amiguero: Este cliente, no es que este sea un cliente complicado porque tiene algo que hace que nos ponga en riesgo, pero sí tiene algo que es muy difícil de manejar, toma tanta confianza con nosotros que se siente un amigo de toda la vida, usualmente con este cliente, una pregunta o un buen día se convierte en una charla interminable, suelen tomarse algunas atribuciones, como saltarse a otras personas o inclusive meterse en nuestro espacio de trabajo.
- La laguna mental: Llega un momento en el que estamos atendiendo, vemos la cara de este cliente y nos damos cuenta que algo sucedió y por una cuestión de vergüenza, no dice en ningún momento que no entiende algo, inclusive puede irse sin haber entendido absolutamente nada o preguntarnos 50 veces lo mismo, muchas veces hay que comprender que no todas las personas tienen buena capacidad de atención y si nosotros no cambiamos nuestra estrategia, perderemos mucho tiempo volviendo al inicio.
- El Enojón: hay gente que realmente tiene muy mal carácter o respuesta a ciertas situaciones, por lo general este tipo de clientes tienen la percepción que el personal de atención al cliente está allí para que descarguemos toda nuestra furia y frustraciones con ellos, por más que queramos evitarlos, hay gente así, estas personas suelen venir de forma bastante agresiva inclusive sin importarles si realmente lo vamos a poder ayudar o no.
- El Sabelotodo: El sabelotodo es uno de esos tipos de clientes que se acerca a nosotros solamente para mostrarnos que es tan inteligente que cualquier respuesta que le demos a su problema, él ya la probó, inclusive existen casos de clientes sábelo todos que solo buscan ser atendidos para demostrar que saben más que nosotros y se van sin hacer nada más.
- El Flojo: Este cliente en verdad no es que sea problemático, pero su pereza nos lleva

a perder tiempo, explicar reiteradas veces lo mismo o inclusive que nos termine pidiendo que hagamos algo por él, generalmente el problema del flojo, es que es un cliente que quiere todo pre digerido, todo listo para hacer el menor movimiento posible y explicado de forma tan sencilla que no tenga que pensarlo mucho.

- El negociador: Uno de los tipos de clientes más complicados y muchas veces exigentes, lo complicado de este cliente es que, al comenzar, durante y al finalizar una charla, algo buscará negociar, puede que se trate de una devolución, puede que se trate de un descuento, puede que trate de un regalito o hasta de ese lapicero gastado que tenemos en el escritorio, el negociador es un tipo de cliente que necesita obtener algo, aunque sea un centavo de ganancia para sentirse satisfecho, el simple hecho de saber que obtuvo “un poquito más” que el resto de los mortales, le produce placer.

Como podemos notar, existen variedad y tipos de clientes, por lo que es importante conocerlos, para en base a sus preferencias, exigencias y comportamientos, tomar medidas estratégicas y mejorar el servicio que le ofertamos.

Estrategias de calidad de atención al cliente.

Para Polo (s/f), la calidad de la Atención al Cliente depende especialmente del nivel de compromiso y empatía que se maneje dentro de la empresa, por ejemplo:

- Establecer una buena comunicación: para aprender cuáles son las expectativas del cliente acerca del servicio o del producto de la empresa.
- Respuesta en tiempo real: uno de los aspectos importantes es el tiempo de respuesta a las demandas del cliente.
- Comparación y seguimiento de la competencia: de nuevo, no te estamos incitando a copiarte ni mucho menos, pero si es importante que identifiques los puntos clave de tus competidores exitosos, ¿qué los hace tan buenos y cómo lo hacen? De seguro

podrás imitar y mejorar tu propio servicio de Atención al Cliente.

Asimismo, según Jiménez (2015) la mejor estrategia del mundo es el servicio brindado al momento de la atención, sin embargo, si hacemos un inventario, nos damos cuenta de que hay muchas maneras en que una empresa, de cualquier tipo, puede incrementar sus estrategias para mejorar la calidad de atención a sus clientes:

- Amar lo que uno hace
- Resolver problemas siempre, no dejar para después
- Ser vendedor de 24 horas, (la tecnología de hoy ayuda grandemente)
- Generar curiosidad ante el cliente, expectativa
- Ofrezca una experiencia, no el producto mismo.
- Vender más en menos tiempo, el cliente lo agradece
- Estudiar al cliente
- Aprender a ceder, quien no lo hace es negociador
- Paciencia, (hoy significa sumar inteligencia emocional)
- Ser transparente con los sentimientos en la negociación
- Analizar resultados
- Haga que cada explicación, sea un cierre de ventas
- Tener un buen manejo de preguntas y respuestas.

Gestión

Rubio (2006), Dice que la gestión se apoya a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados.

Por otro lado, Robbins y Coulter (2010), Afirman que la gestión se refiere a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y

eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión.

Calidad

Deming (1989), dice que la Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente

Para, Imanai (1998), “la calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios”

Gestión de calidad

González y Arciniegas (2016), Definen a la Gestión de calidad como un sistema en cual implica definir estrategias con las cuales una organización desarrollará su gestión empresarial, relacionada con la calidad de sus productos o bienes o servicios ofrecidos, asimismo indican que un sistema de Gestión de calidad debe contar con una estructura organizacional, documentación de los sistemas, procesos y recursos necesarios para alcanzar con los objetivos de calidad propuestos por la empresa

Principios de Gestión de Calidad

Según Balagué y Saarti (2014, pp. 22-27). La gestión de calidad cuenta con los siguientes principios:

1.-Enfoque al cliente: Toda organización está enfocada en satisfacer al cliente, es por ello que el primer enfoque va dirigido hacia ellos, recopilando información sobre

sus expectativas, para poder determinar la calidad requerida por ellos.

2.-Liderazgo: Se ve reflejado en el compromiso de la dirección y su participación activa en el establecimiento de una comunicación adecuada y de proporcionar recursos adecuados para que el personal pueda realizar sus actividades de manera adecuada.

3.-Participación del personal: Una buena gestión debe centrarse en involucrar a todos los trabajadores de la empresa a contribuir en el logro de los objetivos organizacionales, para ello es fundamental que el personal conozca cada una de sus tareas asignadas y que se les capacite constantemente.

4.-Enfoque basado en procesos: Los procesos son un conjunto de actividades que utilizan recursos para transformarlos y convertirlos en un producto terminado con un valor añadido para los clientes.

5.-Enfoque de sistema para la gestión: Ayuda a identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema que ayuden a contribuir a la eficacia del logro de objetivos.

6.-Mejora Continua: La mejora continua debe ser uno de los objetivos principales que una empresa debe proponerse, ella exige un seguimiento periódico de los resultados obtenidos, para así poder ajustar los procesos e ir mejorando continuamente.

7.-Toma de decisiones basadas en hechos: Las decisiones deben basarse en la información obtenida de los sistemas de gestión de calidad.

8.-Relaciones mutuamente beneficiosa con los proveedores: Las relaciones con los proveedores, permiten tener lazos de amistad, que nos garantizan inocuidad en los procesos establecidos de los proveedores, brindándonos productos de calidad

Importancia de la Gestión de Calidad

Para Pérez (2014), La Gestión de calidad permite a las empresas a tener estándares

de calidad en los procesos, lo cual conlleva a realizar mejora continua y/o periódicamente, con el claro objetivo de mejorar y ser más eficiente en el manejo de recursos y en la consecución de las metas trazadas; la gestión de calidad se da inicio desde la planificación donde se establecen la misión, visión y objetivos y termina en la parte de control de sus operaciones.

Plan de mejora

Según lo manifestado por Cabrera (2014), un plan de mejora, “Es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento, el rendimiento educativo en nuestro caso. Pueden ser de muchos tipos: organizativas, curriculares, etc”.

El convencimiento de que la mejora es posible

El control de actitudes derrotistas

La ausencia de planteamientos justificativos

El liderazgo del equipo directivo

III. HIPOTESIS

Los trabajos de investigación descriptivos, se centran en medir con mayor precisión posible un fenómeno específico, y el acto de medir un fenómeno para describirlo no requiere de hipótesis, por lo tanto, los estudios descriptivos carecen de la misma. (Hernández, Collado y Baptista ,1997, Pag 15)

En ese sentido el presente trabajo de investigación, Titulado Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubros combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020, al ser Descriptivo, no se planteó hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación fue No experimental - transversal – descriptivo.

Fue No experimental, porque el estudio se realizó conforme a la realidad, sin manipular o realizar modificaciones.

Fue transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo y espacio.

Fue descriptivo, porque se escribió las características más importantes de las micro y pequeñas empresas.

4.2. . El universo y muestra.

4.2.1 Población

La población constó con un total de 09 MYPES del Sector servicio del rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín. Es preciso indicar que este monto es el número total de micro y pequeñas empresas del rubro, existentes en esta localidad.

4.2.2. Muestra

El tamaño de la muestra se obtuvo mediante un muestreo no probabilístico intencional, coincidiendo así con la población, el cual fue de 09 MYPES del Sector servicio del rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Denominación	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad	Perfil de los representantes las MYPES del sector servicio del rubro combustibles líquidos. Perfil de las	Dueño: El propietario, también conocido como dueño, es aquella persona física o jurídica que ejerce la acción de propiedad o dominio de un activo. Es decir, ejerce posesión y control sobre un bien en particular. (Sánchez G, 2014) Gerente: uno de los más altos rangos de ejecutivos en la estructura jerárquica del mundo de los negocios. Es el máximo responsable de la administración de una empresa u organización. (Ávila, 2017)	Edad	a) 18-31 años b) 31-51 años c) 51 a más años	Razón
			Género	a) Femenino b) Masculino	Nominal
			Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria	Ordinal
			Cargo que ocupa dentro de la empresa	a) Dueño b) Administrador	Ordinal
			Tiempo que desempeñan	a) 0 a 4 años b) 5 a 7 años c) 8 a más años	Razón
	Perfil de los las MYPES del sector servicio del rubro	SUNAT (s/f), define a las MYPES como la unidad económica, natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 4 años b) 5 a 7 años c) 8 a más años	Razón

combustibles líquidos. Perfil de las MYPES del sector servicio del rubro combustibles líquidos.	objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios	Número de trabajadores	a) 1 a 7 trabajadores b) 8 a 11 trabajadores c) 12 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan en su empresa	a) Familiares b) Personas no familiares c) Familiares y personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	a) Generar ganancias b) Subsistencia	Nominal
		Tipo de constitución de la empresa	a) Persona natural b) Persona Jurídica	Nominal
Perfil de la Atención al cliente de las MYPES del sector servicio del rubro combustibles líquidos.	Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo” (Rajadell y Sánchez, J, 2010).	Aspecto físico	Equipos e inmuebles	Nominal
		Fiabilidad	Servicios fiables	Nominal
		Interacción personal	Personal-cliente	Nominal
		Resolución de problemas	Problemas	Nominal
		Políticas	Políticas empresariales	Nominal
		Planificar	Objetivos	Nominal
		Dirigir	Supervisar	Nominal
		Implantar	Capacitación	Nominal
		Controlar	Control de la calidad	Nominal
Satisfacer	Valor agregado y/o diferencial	Nominal		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de información se utilizó lo siguiente:

Técnica: fue la encuesta, ya que es una técnica eficiente y de fácil manejo y que se puede desarrollar haciendo uso de la tecnología para la recolección de información.

Instrumento: fue el cuestionario, el cual contaba de 20 preguntas y fue elaborado con base a los objetivos y la definición de las variables.

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de información recolectada, se realizará utilizar el programa de Microsoft, de los cuales el Microsoft Word se utilizó para el diseño del presente informe de investigación y el Microsoft Excel se utilizó para realizar las tablas y gráficos estadísticos.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las características principales en la atención al cliente como factor relevante en la Gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector</p>	<p><u>Objetivo General:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer las características principales en la atención al cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020. <p><u>Objetivos Específicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las características principales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020. - Determinar las características principales de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020. - Establecer las características principales de la atención al cliente en la Gestión de 	<p>Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad</p>	<p><u>Población:</u></p> <p>Está conformada por el total existente de Micro y pequeñas empresas en el distrito de Tocache, región san Martín, mismo que haciende a 09 MYPES.</p>	<p><u>Tipo de la investigación</u></p> <p>Cuantitativa</p> <p><u>Nivel de la Investigación</u></p> <p>Descriptiva</p> <p><u>Diseño de la Investigación.</u></p> <p>No experimental de corte transversal</p>	<p><u>Técnica:</u></p> <p>Para la recopilación de información necesaria, se hará uso de la técnica de encuesta, debido a la facilidad con la que se puede manejar (llamadas telefónicas, correos electrónicos, entre otros), más aún con la</p>

<p>Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020?</p>	<p>calidad de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.</p> <p>- Elaborar una propuesta de plan de mejora sobre la aplicación de una Gestión de calidad para atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios, del rubro combustibles líquidos en el distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.</p>		<p><u>Muestra:</u></p> <p>Está conformada por 9 micro y pequeñas empresas, dedicadas al rubro de venta de combustibles líquidos, determinados mediante un muestreo no probabilístico intencional.</p>		<p>coyuntura del momento generada por la pandemia.</p> <p><u>Instrumentos:</u></p> <p>Se hará uso del cuestionario</p>
---	---	--	--	--	---

4.7. Principios éticos

En el desarrollo del trabajo de investigación, se aplicó principios éticos procedentes del código de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, los cuales son:

- **Respeto a las personas:** Toda persona ejerce el derecho al respeto, y es una obligación de todos respetar a los demás sin importar su condición socioeconómica, edad, sexo, fe, preferencias u otros aspectos, se ofrecerá en todo momento cordialidad y amabilidad.
- **Veracidad:** se trabajará con recolección de información, el cual será real y veras.
- **Confidencialidad:** la información obtenida de la empresa, será usada netamente con fines académicos y para la presente investigación.
- **Profesionalismo:** Se aplicará todas las normas éticas con nosotros mismos., tales como disciplina, formación continua, capacidad de trabajo, perseverancia e interés.
- **Respeto por el medio ambiente:** El respeto por el ambiente que nos rodea es de suma importancia, por lo que se buscara en todo momento convivir de forma amena con nuestro entorno (plantas, animales, personas u otros)

V. RESULTADOS

5.1. Resultados.

5.1.1. Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Tabla 1

Edad de los Representantes	N	%
18-30 años	0	0 %
31 -50 años	6	66.67 %
51 años a mas	3	33.33 %
Total	9	100.00 %

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

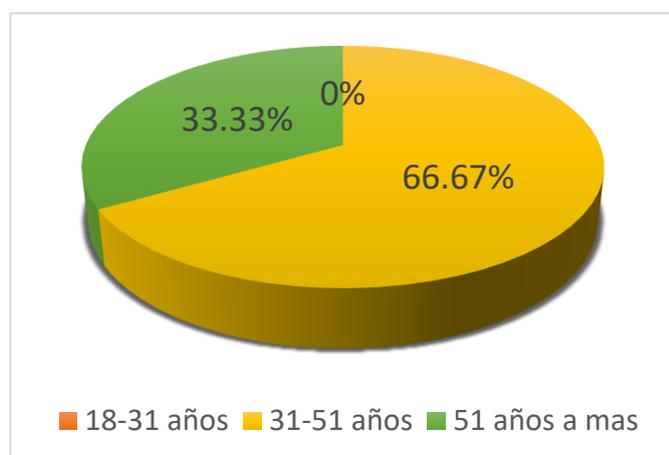


Figura 1: Edad de los Representantes.

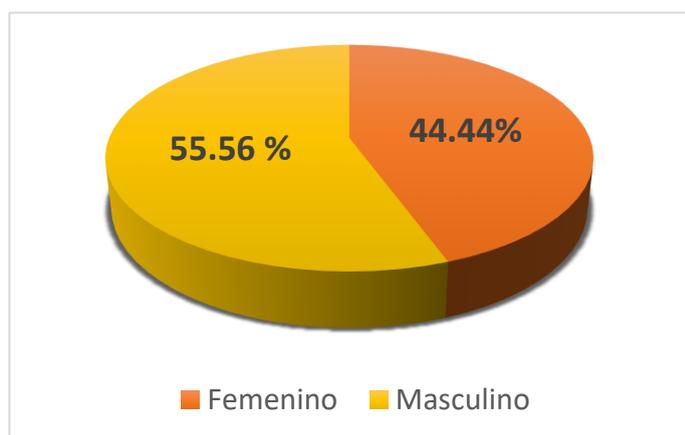
Fuente. Tabla 1

Inter presentación: 06 de 09 representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, asimismo, 3 de estos tienen de 51 años a más.

Tabla 2

Genero de los Representantes	N	%
Femenino	4	44.44 %
Masculino	5	55.56 %
Total	9	100.00 %

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

**Figura 2: Genero de los representantes.**

Fuente. Tabla 2

Interpresentación: De 09 representantes de las micro y pequeñas empresas, 05 son de género masculino y 04 de género femenino.

Tabla 3

Grado de Instrucción del Representante	N	%
Sin Instrucción	0	0.00 %
Primaria	3	33.33 %
Secundaria	3	33.33 %
Superior no Universitario	1	11.12 %
Superior Universitario	2	22.22 %
Total	9	100.00 %

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

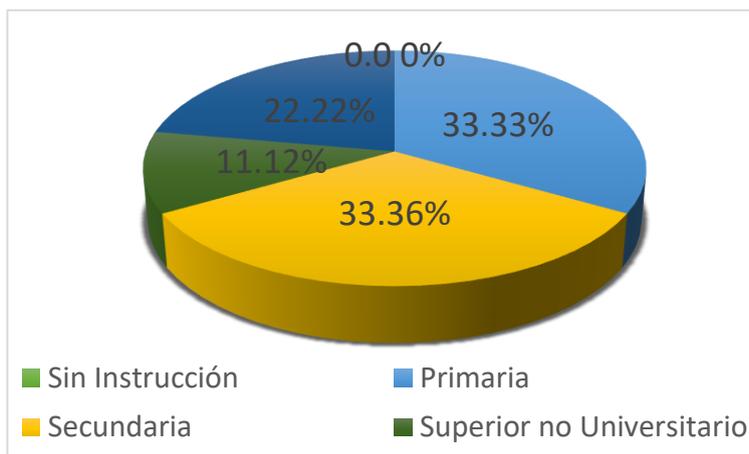


Figura 3: grado de instrucción de los representantes.

Fuente. Tabla 3

Interpretación: De 09 representantes de las micro y pequeñas empresas, 03 tienen instrucción primaria, 03 tienen secundaria, 01 posee estudio superior ni universitario y 02 tienen estudios universitarios.

Tabla 4

Cargo que desempeña	N	%
Dueño	7	77.78 %
Administrador	2	22.22 %
Total	9	100.00 %

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

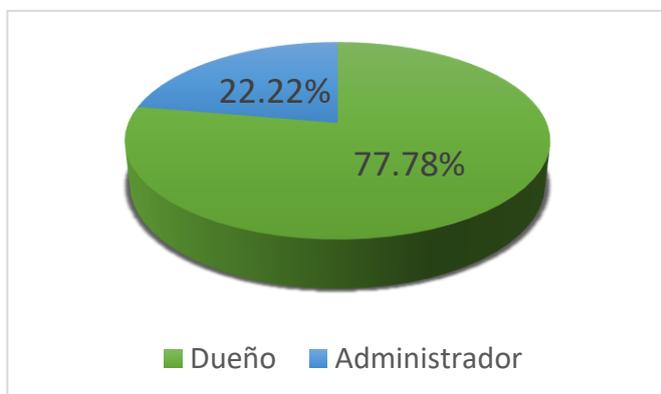


Figura 4: cargo que desempeñan.

Fuente. Tabla 4

Interpresentación: 07 de los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños de las mismas, asimismo 02 de los 09 son administradores.

Tabla 5

Tiempo que Desempeña	N	%
0 a 4 años	4	44.44 %
5 a 7 años	1	11.12 %
8 años a mas	4	44.44 %
Total	9	100.00 %

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

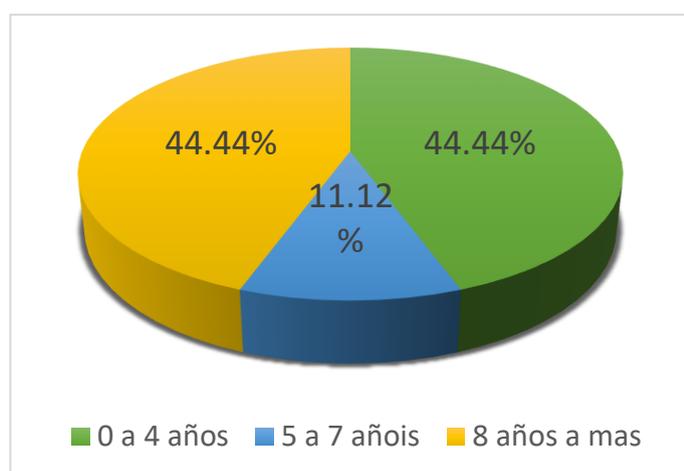


Figura 5: tiempo que desempeñan en el cargo.

Fuente. Tabla 5

Interpresentación: De los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados, 04 vienen desempeñando en el cargo de 0 a 04 años, de igual manera 04 llevan de 8 años a más y solo uno viene desempeñando el cargo entre 05 a 07 años.

5.1.2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Tabla 6

Tiempo de Permanencia de la Empresa en el Rubro	N	%
0 a 4 años	4	44.44%
5 a 7 años	1	11.12%
8 años a mas	4	44.44%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020

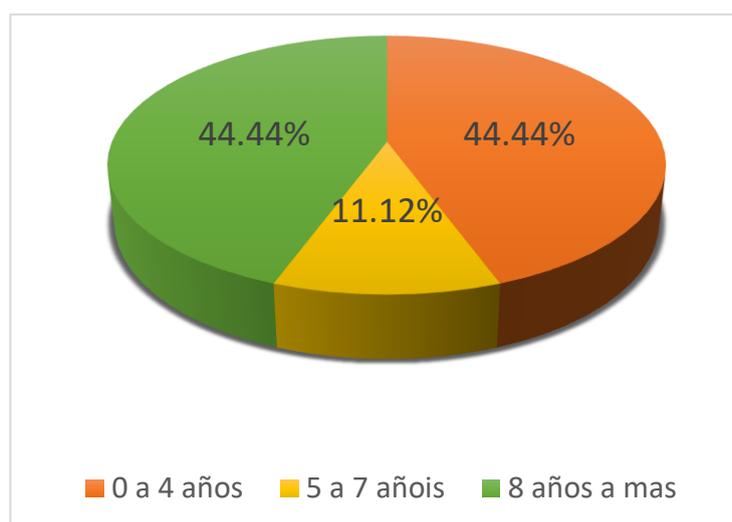


Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Fuente. Tabla 6

Interpretación: 04 de las 09 micro y pequeñas empresas encuestados, llevan en el rubro de 0 a 04 años, asimismo 04 llevan de 8 años a más y 01 lleva en el rubro entre 05 a 07 años.

Tabla 7

Número de Trabajadores	N	%
1 a 7 trabajadores	7	77.78%
8 a 11 trabajadores	2	22.22%
12 a más trabajadores	0	0.00%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

**Figura 7: Número de trabajadores.**

Fuente. Tabla 7

Interpretación: 07 de las 09 micro y pequeñas empresas encuestados, tienen entre 1 a 07 trabajadores, otros 02 tienen entre 8 a 11 trabajadores.

Tabla 8

Personas que trabajan en su empresa	N	%
Familiares	0	0.00%
Personas no familiares	6	66.67%
Familiares y personas no familiares	3	33.33%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

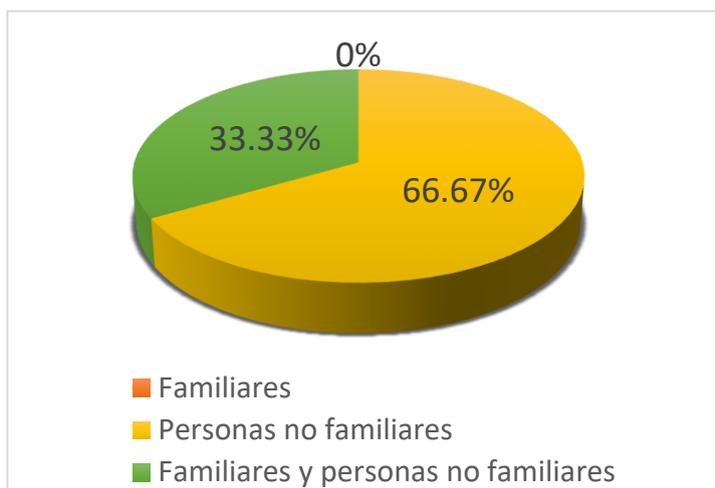


Figura 8: las personas que trabajan en la empresa.

Fuente. Tabla 8

Interpretación: De las 09 micro y pequeñas empresas encuestadas, 06 prefieren trabajar con personas ajenas es decir no familiares, 03 trabajan con familiares y personas no familiares.

Tabla 9

Objetivo de la Empresa	N	%
Generar Ganancias	9	100.00%
Subsistencia	0	0.00%
Total	0	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

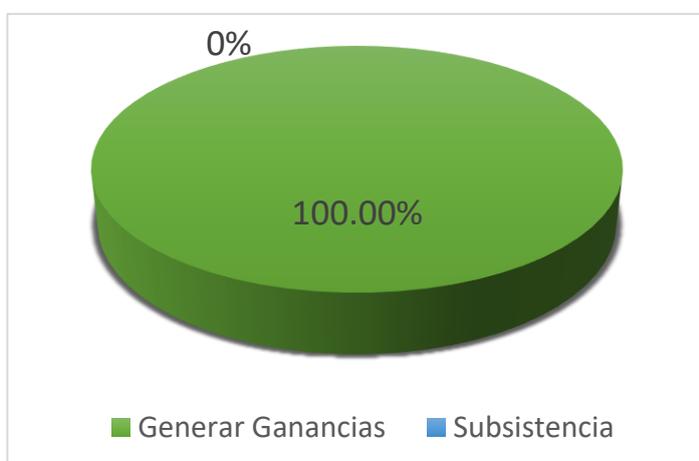


Figura 9: Objetivo de la empresa.

Fuente. Tabla 9

Interpretación: De las 09 micro y pequeñas empresas encuestadas, todas tiene como objetivo generar ganancias.

Tabla 10

Tipo de constitución de la empresa	N	%
Persona Natural	1	11.12%
Persona Jurídica	8	88.88%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

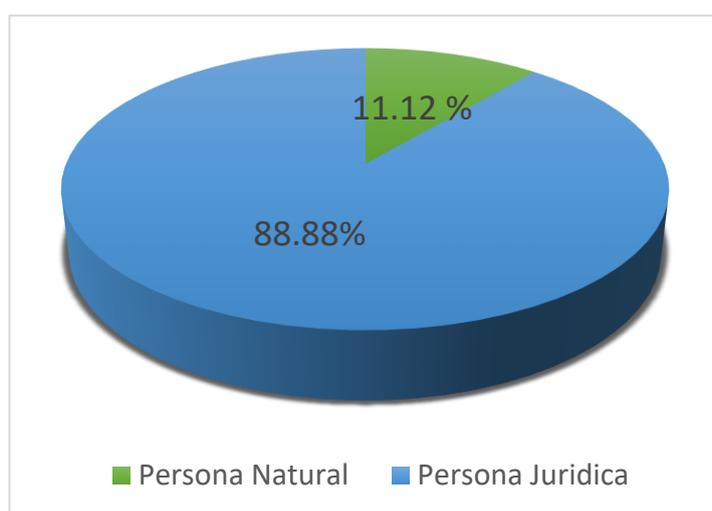


Figura 10: Tipo de constitución de la empresa.

Fuente. Tabla 10

Interpretación: 08 de las 09 micro y pequeñas empresas encuestadas, están constituidas como persona jurídica, y solo 01 está constituido como persona natural.

5.1.3. Características de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Tabla 11

Presenta equipos e inmuebles modernos en su Estación de Servicios o Gaseocentros	N	%
Presento equipos modernos	2	22.22%
Pocas veces presento nuevos equipos	5	55.56%
Utilizo equipos tradicionales	2	22.22%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

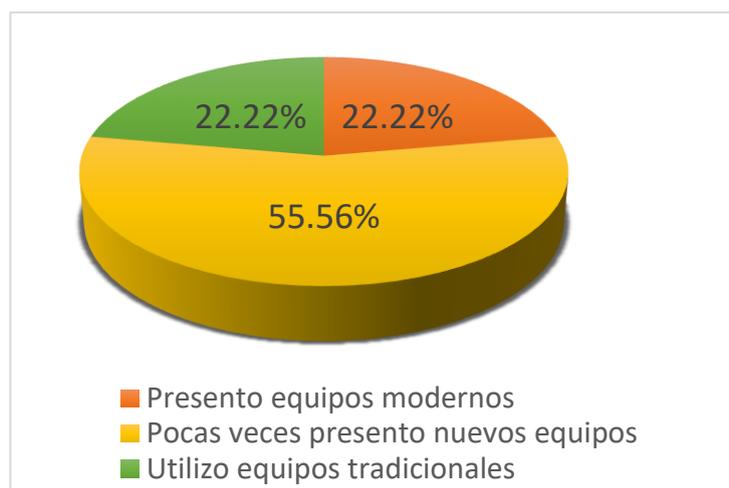


Figura 11: Presenta equipos e inmuebles modernos en su Estación de Servicios o Gaseocentros

Fuente. Tabla 11

Interpretación: 02 de las 09 micro y pequeñas empresas encuestadas, presentan equipos modernos, otros 05 pocas veces presentan nuevos equipos y 02 utilizan equipos tradicionales.

Tabla 12

Los servicios que ofrece son fiables	N	%
Los clientes aceptan con agrado	7	77.78%
Algunas veces reciben con poco gusto	2	22.22%
A veces no del gusto del cliente	0	0.00%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

**Figura 12: Los servicios que ofrece son fiables**

Fuente. Tabla 12

Interpretación: De las 09 micro y pequeñas empresas encuestadas, 07 afirman que los clientes aceptan con agrado, mientras otros 02 manifiestan que algunas veces reciben el servicio con poco gusto.

Tabla 13

Interactúa con el personal y los clientes	N	%
Converso acerca del agrado del servicio ofertado	2	22.22%
Dialogo poco sobre el servicio que se brinda	7	77.78%
Pocas veces converso con ellos	0	0.00%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.



Figura 13: Interactúa con el personal y los clientes

Fuente. Tabla 13

Interpretación: De las 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, solo 02 indican que conversan acerca del agrado del servicio ofertado, y 07 afirman que dialogan poco sobre el servicio que brindan.

Tabla 14

Resuelve los problemas de los clientes inmediatamente	N	%
Estoy atento a los problemas del cliente	4	44.44%
he atendido algunos de los problemas	5	55.56%
Me descuido de los problemas del cliente	0	0.00%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

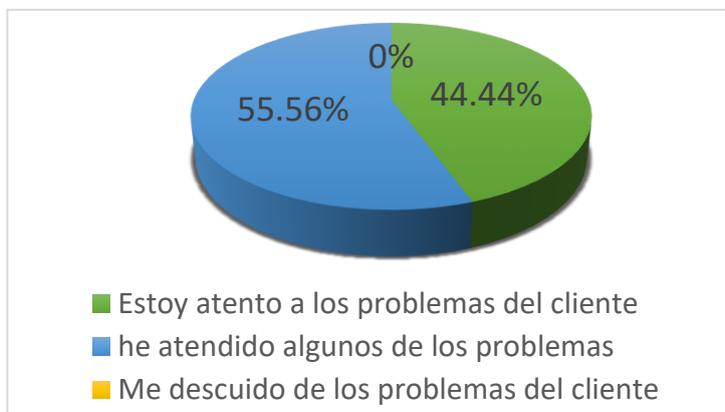


Figura 14: Resuelve los problemas de los clientes inmediatamente

Fuente. Tabla 14

Interpretación: 04 de los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, afirman que están atentos a los problemas del cliente, mientras otros 05 indican que han atendido algunos de los problemas.

Tabla 15

Usted practica las políticas empresariales	N	%
Cumplo siempre con lo establecido	5	55.56%
Algunas Veces los tomo en cuenta	4	44.44%
No los tomo en cuenta	0	0.00%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.



Figura 15: Usted practica las políticas empresariales

Fuente. Tabla 15

Interpretación: De los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, solo 05 cumplen siempre con lo establecido, mientras que 04 algunas veces los toman en cuenta.

Tabla 16

Planifica sus objetivos en bien de su empresa	N	%
El logro de objetivos es planificado	5	55.56%
Pocas veces planifico los objetivos	4	44.44%
no tomo en cuenta los objetivos	0	0.00%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.



Figura 16: Planifica sus objetivos en bien de su empresa

Fuente. Tabla 16

Interpretación: 05 de los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, manifiestan planificar el logro de sus objetivos, sin embargo 04 afirman que pocas veces los planifican.

Tabla 17

Supervisa los procesos de atención al cliente	N	%
Superviso para ofrecer un mejor servicio	4	44.44%
Pocas veces superviso	1	11.12%
solo confió en los colaboradores y operadores de isas	4	44.44%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

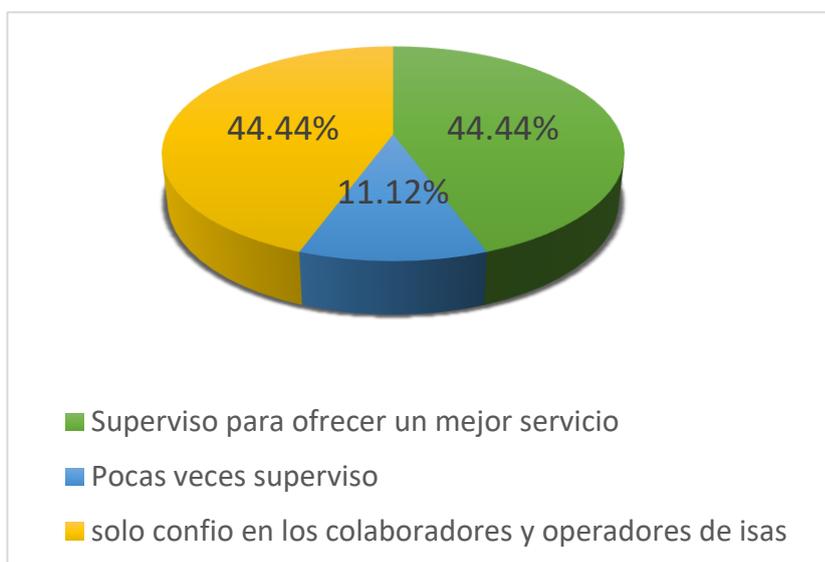


Figura 17: Supervisan los procesos de atención al cliente

Fuente. Tabla 17

Interpretación: De los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, solo 04 afirman que supervisan para ofertar un mejor servicio, otros 04 indican que solo confían en los colaboradores y operadores de islas, mientras 01 supervisa poco.

Tabla 18

Realiza capacitaciones para mejorar la atención de los clientes	N	%
Desarrollo siempre capacitaciones para atender con calidad al cliente	1	11.12%
Pocas veces capacito al personal	3	33.33%
solo utilizo la experiencia del trabajador	5	55.56%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

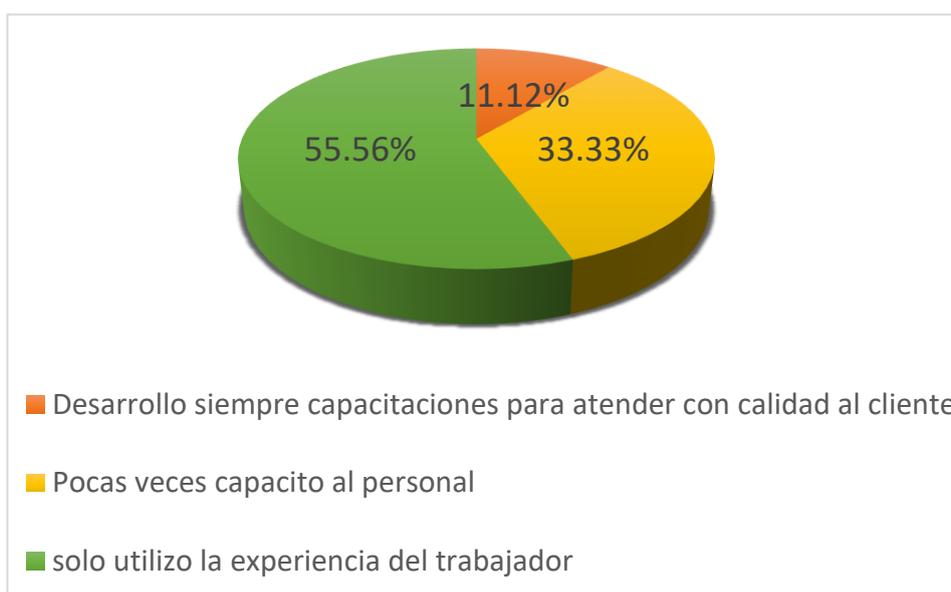


Figura 18: Realiza capacitaciones para mejorar la atención de los clientes

Fuente. Tabla 18

Interpretación: 05 de los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, indican que no realizan capacitaciones y solo confían en la experiencia del trabajador, por otro lado 03 manifiestan realizarlo pocas veces, y solo 01 afirma desarrollar siempre capacitaciones para atender a los clientes.

Tabla 19

Controla la gestión del servicio que brinda	N	%
Frecuentemente controlo la calidad del servicio	4	44.44%
Pocas veces realizo el control de calidad del servicio	4	44.44%
Confío en la labor del trabajador	1	11.12%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.



Figura 19: Controla la gestión del servicio que brinda

Fuente. Tabla 19

Interpretación: 04 de los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, frecuentemente realizan un control del servicio que ofertan, otros 04 pocas veces realizan el control de la calidad del servicio, y solo 01 indica que confía en la labor del trabajador.

Tabla 20

Usted presenta un valor agregado al servicio que ofrece en su estación de Servicio o Gaseocentros	N	%
Frecuentemente brindo el valor agregado	2	22.22%
De vez en cuando presento algún valor agregado	5	55.56%
No me he preocupado por brindar este valor	2	22.22%
Total	9	100.00%

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.



Figura 20: Usted presenta un valor agregado al servicio que ofrece en su estación de servicios o gaseocentros.

Fuente. Tabla 20.

Interpretación: De los 09 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas, 02 indican que frecuentemente brinda valor agregado al servicio ofertado, otros 02 manifiestan que no se han preocupado por brindar un valor agregado y 05 afirman de vez en cuando presentar algún valor agregado.

5.1.4. Plan de mejora de la gestión de calidad con énfasis en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubros combustibles líquidos, del distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Tabla 21

Problemas encontrados	Causa	Solución – aplicar mejora	Responsable
Pocas veces presentan equipos nuevos (55.56%)	El costo de equipos modernos es elevado y poco accesibles.	Adquisición de equipos modernos	Dueño
Dialoga Poco sobre el servicio que brinda (77.78 %)	Falta de tiempo para interactuar con los clientes.	Generarse una política y distribuir sus tiempos para dedicar de forma semanal algunas horas a interactuar con sus clientes.	Dueño
Solo a veces atienden inmediatamente los problemas de los clientes (55.56 %)	Trabajadores no comprometidos	Convocar trabajadores con perfil adecuado para el puesto a ocupar.	Dueño
Un porcentaje, considerable algunas veces toma en cuenta las políticas empresariales (44.44 %)	Falta de asesoramiento o personal no adecuado.	Buscar asesoramiento e implementar documentos de políticas empresariales	Dueño
Un porcentaje, pocas veces planifica sus objetivos (44.44 %)	Falta de conocimiento en la planificación de objetivos claros.	Contratación de un personal (administrador) capacitado en el desarrollo empresarial.	Dueño
No supervisan la atención al cliente y solo confían en sus colaboradores (44.44 %)	Poco interés y falta de tiempo para el desarrollo de esta actividad.	Derivar esta función a un personal específico que tenga cualidades básicamente de liderazgo, y responsabilidad.	Dueño

No efectúan capacitaciones para mejorar su atención al cliente (55.56 %)	Poco interés en el desarrollo de estas actividades.	Realizar un cronograma de capacitaciones con temas específicos en el que se pueda instruir e incentivar a los colaboradores.	Dueño
Pocas veces realizan el control de calidad (44.44 %)	Poco interés y falta de tiempo para el desarrollo de esta actividad.	Al igual que en el tema de supervisión, aquí también se podría derivar esta función a un personal específico.	Dueño
De vez en cuando presentan un valor agregado (55.56 %)	Poco interés y la creencia de que no es necesario.	Inicialmente, realizar campañas o actividades de bajo presupuesto para realizar un comparativo.	Dueño

5.2. Análisis de Resultados

Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Referente a la edad del representante de las micro y pequeñas empresas: El 66.67 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas indican tener entre 31 a 50 años de edad (tabla 1). Estos resultados tienen coincidencia con lo encontrados por Ramírez (2019) quien indica que el 60 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 51 años. Los resultados obtenidos nos demuestran que la mayoría de las Empresas del sector servicio rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, son liderados por personas adultas de entre 31 a 50 años de edad, pudiendo deducir que esto se debe a que cuentan con la madures y experiencia necesaria para estar al frente de un negocio y tomar decisiones asertivas en bienestar de la empresa.

Referente al Género de los representantes de las micro y pequeñas empresas: El 55.56 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son del género masculino (tabla 2), en tanto el 44.44 % son de género femenino, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Aponte (2019) el cual indica que un el 71% son del género masculino, así mismo coinciden con los resultados hallados por Kano (2019) quien determina que el 65% son del género masculino. Esto demuestra que en su mayoría los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, son de género masculino, sin embargo la diferencia no es considerable, por lo que se podría decir que poco a poco se va sintiendo el empoderamiento de la mujer en la dirección de estos negocios, asimismo se destaca el coraje y emprendimiento del género masculino quien ha venido demostrando capacidad para mantenerse al frente y sacar a flote su empresa.

Referente al grado de instrucción del representante de las micro y pequeñas empresas:

El 33.33 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción de Primaria, de igual manera, otro 33.33 % cuentan con estudios secundarios (tabla 3), encontrando en estos dos parámetros el mayor porcentaje, estos resultados guardan semejanza con los de Kano (2019) quien manifiesta que la mayoría relativa (45 %) tienen un grado de instrucción básica. Con los resultados obtenidos se pudo observar que la mayoría de los representantes de estas Micro y pequeñas empresas tienen a lo mucha educación básica, demostrando de este modo que para emprender o constituir una empresa, el nivel de educación no puede ser un límite, y su empeño y deseo por mejorar su calidad de vida y de antemano la de sus colaboradores, digno de admirar e imitar.

Referente al cargo del representante de las micro y pequeñas empresas:

se puede observar que el 77.78 % de las personas que dirigen estas Micro y pequeñas empresas, son dueños (tabla 4), estos resultados difieren con los resultados obtenidos por Kano (2019), quien indica que el 80 % se desempeñan como administradores. Según los resultados obtenidos, y tomando como referencia que un porcentaje mayoritario solo posee educación básica, se puede decir que el reto para poner en marcha estas empresas y continuar en el camino de hacer frente al mercado competitivo, ha sido aún más difícil.

Referente en el tiempo que desempeña en el cargo:

El 44.44 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubros combustibles líquidos de la provincia de Tocache, Región San Martín, 2020, poseen una permanencia o también llamada experiencia en el rubro de entre 0 a 4 años, con este mismo porcentaje (44.44 %) también se puede observar que hay representantes con más de 8 años de permanencia en el rubro (tabla 5). Estos resultados no guardan relación con ninguno de nuestros antecedentes citados. Los resultados nos demuestran que el tiempo laborado y/o experiencia en el rubro de los representantes esta compartido prácticamente en partes iguales, es decir unos llevan menos tiempos que otros desempeñándose en el cargo.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector del sector compartido servicio, rubro combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Referente al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 44.44 % de las Micro y pequeñas empresas del sector del sector servicio rubro combustibles líquidos, tienen una permanencia en el rubro entre 0 a 4 años, de igual manera el 44.44 % de estas Micro y pequeñas empresas poseen un tiempo de permanencia de 8 años a más (tabla 6), los resultados obtenido difieren con el trabajo realizado por Kano (2019) quien revela que la mayoría (45 %) de los representantes de la Micro y pequeñas empresas tiene en el rubro de 7 años a más. Esto es un indicador de que la mitad menos uno de estas empresas es nueva en el rubro y la otra parte posee mayor experiencia, sin embargo, esto no ha sido un impedimento para que ambas puedan desempeñarse con total normalidad en el mercado.

Referente al número de trabajadores: El 77.78 % de las Micro y pequeñas empresas, vienen laborando con rangos de entre 1 a 7 trabajadores (tabla 7), este resultado guarda relación con los resultados obtenidos por Kano (2019), quien afirma que el 90 % de las Mypes posee entre 1 y 5 trabajadores. Esto nos demuestra claramente que el mayor porcentaje de las Micro y pequeñas empresas de este rubro, en el Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020, poseen reducido número de trabajadores o colaboradores, que en algunos casos es lo suficiente para cubrir las necesidades de la empresa.

Referente a las personas que trabajan en su empresa: El 66.67 % de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro combustibles líquidos, son personas no familiares (tabla 8), estos resultados concuerdan con el trabajo de investigación realizado por Kano (2019), ya que manifiesta que el 85 % de los empleados son personas ajenas al negocio. Esto demuestra que, en las Micro y pequeñas empresas en su mayoría, prefieren no contar con familiares para laborar en la misma, al mismo tiempo refuerza el concepto de que las Mypes

aportan a la comunidad y el estado brindando puestos de trabajo, contribuyendo de este modo con la economía y el sustento de muchas familias.

Referente al objetivo de creación: El 100.00 % mencionan que el objetivo de su creación es generar ganancias (tabla 9), contrastando en cierto modo con los estudios realizados por Ramírez (2019) quien revela que solo el 70 % de representantes tenían como objetivo generar ganancia. Esto demuestra que todas las Micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro combustibles líquidos, en el distrito de Tocache, región San Martín, 2020, tienen como único propósito generar ganancias, y de este modo mejorar su nivel económico.

Referente al tipo de constitución de la empresa: El 88.88 % de las Micro y pequeñas empresas son de naturaleza jurídica (tabla 9), estos resultados no guardan relación con los antecedentes citados. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes de este rubro, están registradas ante el estado como personas jurídicas, siendo sus beneficios mayores ante el estado y sus posibilidades de hacer frente a la competencia.

Características de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Combustibles líquidos, del Distrito de Tocache, Región San Martín, 2020.

Referente a si presenta equipos e inmuebles modernos en su Estación de Servicios o Gaseocentro: El 55.56 % de las Micro y pequeñas empresas pocas veces presentan nuevos equipos (tabla 10), estos resultados difieren con el estudio realizado Ramírez (2019) quien establece que, en su mayoría de los encuestados, con el 30 %, indicaron que la Micro y pequeña empresa sí presenta nuevos equipos. Esto demuestra que un buen número de Micro y pequeñas empresas del rubro combustibles líquidos, en el distrito de Tocache, vienen laborando con equipos de tecnología un tanto pasadas y/o obsoletas, por lo que es necesario buscar estrategias de renovación y adquisición de nuevos equipos.

Referente a que los servicios que ofrecen son fiables: El 77.78 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas mencionan que los servicios que ofrece son fiables y los clientes aceptan con agrado (tabla 11), estos resultados guardan relación con los mencionados por Kano (2019), quien afirmó que la totalidad de los representantes de las Micro y pequeñas empresas dicen que la atención que brindan es buena. Esto nos demuestra que la mayoría de micro y pequeñas empresas brindan u ofrecen servicios que resultan agradable a los clientes, por lo que es importante ofrecer al cliente un servicio de calidad, ya que este de suma importancia para posicionarse en el mercado y generar mayores utilidades en la empresa.

Referente a si interactúa con el personal y los clientes: El 77.78 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, manifiestan que dialogan con el personal y los clientes sobre el servicio que se brinda en la empresa (tabla 12), estos resultados coinciden con los estudios realizados por Kano (2019) quien testifica que el 60% de los encuestados afirman que la comunicación es la herramienta de calidad que aplican en el servicio de la micro y pequeñas empresas. Esto demuestra que existe una buena comunicación en las Micro y pequeñas empresas, el cual les permite conocer las preferencias o gustos de sus clientes y también mantener un buen clima de trabajo.

Referente a que si resuelve los problemas de los clientes inmediatamente. El 55.56 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas manifiestan que han atendido algunos de los problemas de los clientes, el otro 44.44 % manifiesta estar atento a todos los problemas del cliente (tabla 13), estos resultados no guardan relación con ningunos de los antecedentes citados, asimismo esto nos demuestra que en su mayoría de las Micro y pequeñas empresas del rubro combustibles líquidos del Distrito de Tocache, no dan respuestas favorables a todos los problemas o inquietudes surgida por los clientes, siendo este preocupante ya que es de suma importancia estar atento y dar solución favorable a los problemas o quejas del cliente,

haciéndolo sentir que tanto el cómo su opinión nos importa, así se estará generando fidelidad o preferencia del cliente ante otras empresas del rubro.

Referente a si practican políticas empresariales: el 55.56 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas mencionan que cumplen siempre con lo establecido, otro 44.44 % indican que algunas veces los toma en cuenta (tabla 14), estos resultados no tienen coincidencias con los autores de los antecedentes citados. Los resultados son un tanto alarmantes, ya que nos demuestra que en las Micro y pequeñas empresas solo la mitad más uno desempeña una buena política empresarial en el que se cumple con una serie de normas y directrices básicas adecuadas al negocio y al giro empresarial.

Referente a si Planifican sus objetivos en bien de la empresa: El 55.56 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas planifican el logro de sus objetivos (tabla 15), estos resultados guardan relación con los resultados de la investigación realizada por Rodríguez (2018), quien manifiesta que el 67 % de las micro y pequeñas empresas contaban con un nivel alto de planeación. Esto demuestra que la mayoría de los encuestados planifican sus objetivos en bien de su empresa, siendo positivo ya que la planificación representa un elemento relevante para poder determinar muchos factores como el nivel de ventas, ingresos, posicionamiento entre otros.

Referente a la supervisión de los procesos de atención al cliente: El 44.44 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que, supervisan los procesos de atención al cliente, y otro 44.44 % indican que solo confían en los colaboradores y operadores de las (tabla 16), estos difieren con los obtenidos por Rodríguez (2019), indicando que, el 60 % de las Micro y pequeñas empresas tenían un alto nivel en cuanto al control de sus procesos. Esto demuestra que la mitad de las Micro y pequeñas empresas del rubro combustibles líquidos del Distrito de Tocache, realizan supervisión de sus procesos de

atención al cliente, siendo este un elemento clave para todas las Micro y pequeñas empresas, ya que con ello se busca brindar un mejor servicio e incrementar la satisfacción en los clientes, y la otra mitad confía enteramente en sus trabajadores, desconociendo a ciencia cierta las metodologías o modos que estos usan para llegar a sus clientes.

Referente a si realiza capacitaciones para ,mejorar la atención al cliente: El 55.56 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas manifestaron solo utilizar la experiencia del trabajador siendo estos mayoría (tabla 17), estos resultados pueden guardar un ligero grado de relación con los obtenidos por Vallejos (2016), quien indica que en los procesos de capacitación y formación continua de la Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto, con referencia a la Gestión de Calidad, sería deficiente con un valor numérico de 44 %. Esto demuestra que en las Micro y pequeñas empresas no tienen una política de capacitar al personal o trabajador para mejorar el cumplimiento de sus funciones y la atención a los clientes, siendo este una clara debilidad para las Micro y pequeñas empresas, porque además de la experiencia que posee el trabajador, es bueno brindar cursos de actualización en atención al cliente y generar conocimientos y experiencias nuevas para brindar un mejor servicio el mismo que se verá reflejado en la satisfacción del cliente y los ingresos de la empresa.

Referente al control de Gestión del Servicio que brinda: El 44.44 % manifiestan que frecuente mente realizan un control de la calidad del servicio, otro 44.44 % indican que pocas veces realizan el control de calidad (tabla 18), estos resultados no guardan relación con los autores citados en los antecedentes. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del rubro combustibles líquidos del Distrito de Tocache, realizan un control de calidad, algunos más que otros, pero tienen un grado aceptable de control, pero que se podría mejorar en algunos aspectos.

Referente a si presenta un valor agregado al servicio que ofrece en su Estación de Servicio o Gaseocentro: El 55.56 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestados, de vez en cuando presenta algún valor agregado (tabla 19), los resultados no guardan relación con los autores citados en los antecedentes. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas no presentan un valor agregado a sus servicios ofertados de forma continua, siendo este un punto donde podrían enfocarse para poder superar las expectativas de sus clientes.

VI. CONCLUSIONES

En su mayoría los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro venta de combustibles líquidos, tienen entre 31 y 50 años de edad, 05 de 09 son de género masculino, un buen porcentaje poseen grado de instrucción de primaria, un porcentaje similar cuenta con secundaria, pudiendo deducir que la mayoría tienen grado de instrucción básica; el mayor porcentaje son dueños de su empresa, con porcentajes iguales llevan en el cargo de 0 a 4 años y de ocho años a más.

De las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro venta de combustibles líquidos, 4 de 9 tienen una permanencia de 0 a 4, otro porcentaje igual tienen de 8 a más años en el rubro, en su mayoría cuentan con 1 a 7 trabajadores, los cuales suelen ser personas no familiares, todas estas micro y pequeñas empresas tienen como finalidad generar ganancias, y la mayoría están constituidas como persona jurídica.

El mayor porcentaje de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro venta de combustibles líquidos, pocas veces presentan nuevos equipos, la mayoría indican que sus servicios son fiables y que los clientes lo aceptan con agrado, la mayoría manifiesta dialogar poco sobre el servicio que se brinda, un mayor porcentaje afirman haber atendido algunos problemas de los clientes, en su mayoría cumplen con practicar políticas empresariales, en su mayoría planifican sus objetivos en bien de la empresa, casi la mitad de estas micro y pequeñas empresas supervisan los procesos de atención al cliente, otro porcentaje igual manifiestan no supervisar y solo confiar en los colaboradores de ellas, la mayoría indica no realizar capacitaciones para mejorar la atención al cliente y solo utilizar la experiencia del trabajador, en porcentajes iguales algunos manifiestan realizar un control de calidad de servicio frecuente y otros realizarlo pocas veces, la mayoría afirma que de vez en cuando brinda un valor agregado al servicio que ofrece.

Se lograron identificar los problemas más frecuentes en la gestión de la calidad y la atención

al cliente, para el cual se elaboró el plan de mejora, con la finalidad de brindar a los representantes de las micro y pequeñas empresas nuevos conocimientos para poder realizar una mejor gestión y puedan mejorar su posicionamiento en el mercado, incrementando de este modo sus ingresos.

RECOMENDACIONES

Capacitarse o buscar asesoramiento en todo lo referente a temas administrativos y aplicarlo en sus empresas, de este modo se tendrán claros los objetivos y mejores resultados.

Realizar gestiones de financiamiento para la adquisición de nuevos y modernos equipos, con los que se facilitara el trabajo de los colaboradores y se incrementara la eficacia en la atención de los clientes.

Comprometerse con el negocio y contar con un personal constantemente capacitado e identificado con la empresa, conocedor de la importancia y valor del cliente.

Implementar y aplicar técnicas de mejora y procedimientos de gestión, para mejorar la atención del cliente y realizar periódicas evaluaciones para conocer el nivel de satisfacción de los mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. & Bradford, L. (1990), *Calidad total en la Atención al Cliente*. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio 1 edición, Ideaspropias Editorial.
- Ángeles, A. E & Herrera, R. C (2017), *Diseño de un sistema de Gestión de Calidad para una PYME. Caso: Refinería Piedrin*. Instituto Politécnico Nacional. Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ing. y C. S y Admin-México, Recuperado de <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/25158/20para%20una%20pyme.%20caso%20refaccionar%20c3%8ca%20piedrin.pdf>.
- Aponte E. E (2019), *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, 2019*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Facultad de Ciencias Contables y Financieras. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15627>.
- Arascue D. J y Segura C. E (2015), *Gestión de calidad y su influencia en la Satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte "CLINIFER" Chiclayo-2015*. Universidad Señor de Sipán. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2283>.
- Armada, R. E (2015), *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes*. Universidad de Murcia-España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=133144>
- Ávila R. (2017, octubre 10). *Descripción de cargo del gerente general*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/>
- Balagué, N., & Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Barcelona, ES: Editorial UOC. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=28&docID=10902454&tm=1507220619683>

- Bernilla, M. (2018). *Micro y pequeña empresa oportunidad de crecimiento*. Lima, Perú. Edigraber.
- By Canal, Diseño & Comunicación (18 jun - 2018), *Comunicación Asertiva en los Clientes*, Recuperado de <https://medium.com/@canaldiscom/comunicaci%C3%B3n-asertiva-con-los-clientes-ce7bcc7a2091>
- Cabrera, M. (2014) *Tipos de clientes*: Recuperado de: <https://www.marianocabrera.com/8-tipos-de-clientes-y-como-atenderlos/>
- Cillóniz, B. (2002). *Gerencia de una MYPE*. Obtenido de <https://gerenciaempresarial.wikispaces.com/file/view/GERENCIANDO+UN+A+PYME.pdf>
- DaSilva, K. (2018). *El concepto de servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>
- Deming, W.E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. La salida de la crisis. Madrid. Editorial Díaz de Santos.
- Fasanando, B. L (2017), *Influencia de la Gestión Administrativa en la Calidad de Servicio al Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Porres Limitada Juanjui 2016*. Universidad Cesar Vallejo. Escuela de Posgrado Programa de Maestría en Gestión Financiera y Tributaria. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1376>
- Feigenbaum, A (2011) *Calidad & Gestión /artículo “la satisfacción del cliente y su importancia para la empresa”*. Recuperado de https://calidad-gestion.com.ar/boletín/65_satisfaccion_del_cliente.html
- González, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Recuperado de

<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=32&docID=11392693&tm=1507218020531>

Hernández, S. R; Fernández C. C; Baptista L, (1997), *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill, México

Imanai, M. (1998). *Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo (Gemba)*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.

Jireh, D.C (2018), *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*. Universidad Rafael Landívar – Guatemala. Recuperado de <https://docplayer.es/98264184-Universidad-rafael-landivar-facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales-licenciatura-en-mercadotecnia.html>.

Jiménez, A. (2015) *15 estrategias para mejorar el servicio al cliente*. Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/15-estrategias-para-mejorar-el-servicio-al-cliente/HIBCMOCOINC4PNCCOYHWQN24MI/story/>

Kano, M. M, (2019), *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Hostales del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Facultad de Ciencias Contables y Administrativas. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16032>.

Osinergmin, (s/f), Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería. *Procedimiento de Declaraciones juradas (PDJ)*. Recuperado de <http://www.osinerg.gob.pe/newweb/uploads/GFH/Cuestionario%20de%20Estacion-Gasocentro.pdf>

Peña, B. J y Echevarría C. C (20015), *Diseño de una propuesta para implementar un Sistema de Gestión de Calidad en el sector público del Ecuador*. Universidad Central del

Ecuador. Facultad de Ciencias Químicas. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6066>

Pérez, K. (2014). *La Calidad Del Servicio Al Cliente y Su Influencia en los resultados Económicos y Financieros de la Empresa Restaurante Campestre SAC- Chiclayo Periodo Enero a septiembre 2011 y 2012*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Recuperado el 14 de agosto de 2019, de <https://core.ac.uk/download/pdf/71999711.pdf>

Polo, D. (S/f) *Atención al Cliente – Cómo ofrecer un buen servicio*. Recuperado de: <https://www.emprender-facil.com/es/atencion-al-cliente-un-buen-servicio/>

Portilla, S. E (2015), *Sistema de Gestión de la Calidad para Servicio al Cliente*. Universidad Central del Ecuador – Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4241/1/T-UCE-0011-60.pdf>

Ramírez, G. Y (2019), *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Facultad de Ciencias Contables y Financieras. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14865>

Rajadell, M., & Sánchez, J. (2010). *Lean Manufacturing - La evidencia de una necesidad*. Madrid: Díaz de Santos.

Revista En Línea De Inocuidad, Calidad, Estrategia Y Gestión Sostenible (21 2014), *el asertividad en la atención al cliente*. Recuperado de <http://corazonazul.org/blog/2014/10/21/la-asertividad-en-el-servicio-al-cliente/>

Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* (Décima Edición). México: Pearson Educación México.

- Rodríguez, L.M (2018), *Gestión de calidad y satisfacción de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de zapatos, Centro Comercial Los Ferroles, distrito de Chimbote, año 2018*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Facultad de Ciencias Contables y Financieras. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13114>.
- Rosales, R, F (2017), *La Calidad De Atención A Los Usuarios Según Los Directores De Las Instituciones Educativas De La Unidad De Gestión Educativa Local De Moyobamba, 2017*. Universidad Cesar Vallejo. Escuela de Posgrado Académico de Maestría en Administración de la Educación. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31544>
- Rubio, D. (2006) *Introducción a la gestión empresarial*. Editorial IE – Instituto europeo de gestión empresarial
- Sánchez, B, B (S/f), *Las MYPES en el Perú. su importancia y propuesta tributaria*. Recuperado de <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316.pdf>
- Sánchez, G.J (2014): *Propietario/ conomipedia haciendo fácil la economía*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/propietario.html>.
- Soto, S. A (2018), *Gestión de calidad y su repercusión financiera en la Unidad de Seguros del Hospital II-2 Tarapoto, 2018*. Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39654>
- Sunat, (s/f). *Superintendencia Nacional de Administración Tributaria/ las MYPES*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html#:~:text=La%20Micro%20y%20Peque%C3%B1a%20Empresa,producci%C3%B3n%20comercializaci%C3%B3n%20de%20bienes%20>

Vallejos, M. V (2016), *Sistema de gestión de calidad según ISO 9001:2015 para mejorar procesos de capacitación*, Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018.

Universidad Cesar Vallejo. Escuela de Posgrado Programa Académico de Doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37461>.

Vásquez, E. S (2018), *Sistema de gestión de calidad para desarrollar la inteligencia organizacional de la Unidad de Gestión Educativa Local – Rioja*, 2018. Universidad Nacional de San Martín. Unidad de POSGRADO DE Educación y Humanidades. Recuperado de <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/2908>

ANEXOS

Anexo 1 Plan de Mejora en atención al cliente.

Diagnostico General

<p>Matriz de estrategia FODA</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adquisición de nuevos equipos. - Crecer en el rubro y lograr posicionamiento en el mercado. - Brindar mayor conocimiento a los trabajadores para de este modo incrementar los ingresos. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incremento de las expectativas y exigencias del cliente. - Actualización de las estrategias de la competencia. - Nuevas normas o legislaciones de atención al cliente a causa de la pandemia Covid 19. - Apertura de nuevos negocios enfocados al rubro.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Micro y pequeñas empresas formales, constituidas de forma que tenga acceso a mayores beneficios (persona jurídica). - Bienes Inmuebles y equipos propios. - Cartera de clientes estables. - Precios acordes con el mercado. - Ubicación accesible y estratégica. 	<p>F – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestionar financiamiento para la adquisición de nuevos equipos. - Tomar en cuenta la satisfacción de los clientes, los cuales puedan recomendar nuestro negocio. - Desarrollar cronogramas con charlas o cursos de capacitación para mejorar la atención y satisfacción del cliente. 	<p>F – A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la comunicación con los trabajadores y clientes estables, asimismo brindar un valor agregado a los servicios que ofertamos. - Aplicar estrategias de publicidad que den a conocer los servicios, costos y ofertas que se vienen brindando.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equipos poco modernos. - Falta de comunicación con los clientes. - Personal no idóneo y poco capacitado para el cargo. - Poco conocimiento sobre los procesos de gestión y control de calidad. - Resistencia al cambio. 	<p>D – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestionar cambios, mejorar los procesos de gestión y llevar un mejor control de los mismos. 	<p>F – A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resaltar las cualidades de la empresa y mejorar su imagen, de este modo se buscará atraer nuevos clientes.

Objetivos del plan de mejora.

Visión	Objetivo general	Objetivos específicos
Mypes del sector servicios, rubro combustibles líquidos, rentables y competitivos, con buen posicionamiento en el mercado.	Mejorar el servicio de atención al cliente e incrementar la rentabilidad de las Mypes.	<p>Brindar un servicio que satisfaga las necesidades del cliente.</p> <p>Contar con personal capacitado en temas referentes a sus funciones a realizar.</p> <p>Implementar estrategia de mercado enfocados en la atención al cliente que ayuden a incrementar las ventas.</p> <p>Contar con equipos e infraestructura adecuada y que ofrezca seguridad y confianza al cliente.</p>

Indicadores de gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las MYPE
Pocas veces presentan nuevos equipos	Nivel Medio (Poca modernización)
Dialoga poco sobre el servicio	Nivel Medio (Mediana participación)
Ha atendido solo algunos problemas de los clientes	Nivel Medio (Poca satisfacción de los clientes)
Algunas veces toma en cuenta las políticas empresariales	Nivel Medio (Poca aplicación de políticas)
Pocas veces planifica sus objetivos en bien de su empresa	Nivel Medio (Mediano conocimiento del logro de actividades y resultados obtenidos)
No supervisa la atención al cliente y solo confía solo en la labor del trabajador	Nivel Bajo (Poco conocimiento sobre el servicio brindado y los niveles de satisfacción del cliente)
No realiza capacitaciones y solo utiliza la experiencia del colaborador	Nivel Bajo (No cuenta con un personal capacitado y actualizado y motivado para la atención al cliente)
Pocas veces realiza el control de la calidad del servicio.	Nivel Medio (Conoce poco sobre el tipo de servicios que se oferta)
De vez en cuando presenta un valor Agregado	Nivel Medio (Pocas veces ofrecen un servicio adicional al que solicita el cliente)

Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Equipos	Poca modernización, el cual limita el normal trabajo de los colaboradores y la atención a los clientes	Por el elevado costo de adquisición y porque no consideran necesario la renovación de equipos
Satisfacción al cliente	Poco acercamiento e interacción de los propietarios para conocer la satisfacción de sus clientes.	Por la falta de tiempo ya que además del negocio cuentan con otras actividades el cual les impide estar constantemente para interactuar con los clientes.
Calidad de servicio.	Poca supervisión de los procesos, así como escaso valor adicional al que solicita el cliente.	Por la falta de tiempo y un personal dedicado de forma exclusiva estas actividades.
Capital Humano	Personal no preparado para hacer frente y dar solución a los problemas surgidos, así como para desarrollar actividades propias de la empresa.	Falta de capacitaciones, talleres en temas referente a calidad de servicio, atención al cliente, entre otros de interés para la empresa.
Oferta de Valor agregado.	Posicionamiento frente a la competencia	Falta de interés para invertir en publicidad y otros artículos adicionales.

Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Renovar equipos	Baja asistencia en el servicio	Se propone gestionar financiamiento y programar la compra de nuevos equipos.
Satisfacción al cliente	Poca interacción con los clientes	Se propone tener en cuenta factores como rapidez y eficacia en la atención, absolución de reclamos, así como realizar capacitaciones, y motivar al personal con incentivos para que se obtengan mejores resultados al brindar la atención.
Calidad de servicio.	Escasa supervisión	Se propone realizar la contratación de un personal con el perfil idóneo (administrador) para poder llevar un mejor control de la calidad de servicio y de los procesos de gestión.
Capital Humano	Personal poco capacitado.	Se propone brindar charlas de cómo mejorar el servicio a la calidad utilizando herramientas como la retroalimentación, confianza y otros para la mejora continua y crecimiento de la empresa
Oferta de Valor agregado.	Bajo nivel de posicionamiento ante la competencia	Se propone aplicar estrategias de marketing; precio, producto, promoción y plaza. Usar estas estrategias de forma sé que busque la atención del cliente mediante la publicidad donde se ofrezcan servicios adicionales como lavado, ofertas por consumo, entre otros.

Estrategias (que desean implementar)

N.º	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Implementar un plan de servicio al cliente.	Resistencia al cambio	2 Meses	Incremento de la cartera de clientes.	El cliente
2	Realizar la selección de personal idóneo para cada cargo.	No cuentan con documentos de gestión como MOF, ROF, RIT y otros que les facilite la selección del personal idóneo.	4 meses	Ofertar un mejor servicio.	Mejora de la empresa
3	Realizar un cronograma de capacitaciones y ejecutarlas.	Resistencia al cambio	2 meses	Oferta de un mejor servicio y mayor satisfacción de los clientes.	El cliente
4	Invertir en promoción y/o publicidad	Resistencia al cambio	3 meses	Dar a conocer los servicios y promociones que ofrece la empresa.	Mejora de la empresa.

Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategia	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Implementar un plan de servicio al cliente.	Un profesional especialista en gestión administrativa	S/ 1,500.00 mensual		2 meses
2	Realizar la selección de personal idóneo para cada cargo.	Un Administrador, quien se encargará de los procesos de gestión, control de calidad, asesoramiento a los propietarios entre otros.	S/ 1,800.00 mensual		4 meses a más.
3	Realizar un cronograma de capacitaciones y ejecutarlas.	Dueños de la empresa o el administrador.	S/ 100.00 mensual	Computadoras e internet	2 meses
4	Invertir en promoción y/o publicidad	Contratar un experto en gestión de Calidad	S/. 800.00 mensual	Paneles, radio, TV, internet, artículos promocionales.	3 meses

Cronograma de actividades

N°	Tarea o Acción de mejora	Inicio	Final	Representación grafica
1	Implementar un plan de servicio al cliente.	01-01-2021	28-02-2021	
2	Realizar la selección de personal idóneo para cada cargo.	01-01-2021	01-04-2021	
3	Realizar un cronograma de capacitaciones y ejecutarlas.	02-02-2021	31-03-2021	
4	Invertir en promoción y/o publicidad	01-01-19	29-03-2021	

Anexo 2. Instrumentos de Recolección



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: “Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019.”. Para obtener el título de Licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

Instrucciones: con una (X) exprese su punto de vista.

I. GENERALIDADES

Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

Edad

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

Género

- a) Femenino
- b) Masculino

Grado de Instrucción

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

Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

Tiempo que desempeña

- a) 0 a 4 años
- b) 5 a 7 años
- c) 8 a más años

Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 4 años
- b) 5 a 7 años
- c) 8 a más años

Número de trabajadores

- a) 1 a 7 trabajadores
- b) 8 a 11 trabajadores
- c) 12 a más trabajadores

Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares
- c) Familiares y personas no familiares

Objetivo de creación

- a) Generar Ganancia
- b) Subsistencia

Tipo de Constitución de la Empresa

- a) Persona Natural
- d) Persona Jurídica

2. REFERENTE A LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD

¿Ud. presenta equipos e inmuebles modernos en su Estación de Servicio o Gaseocentro?

- a) Presentó equipos modernos
- b) Pocas veces presentó nuevos equipos
- c) Utilizó los equipos tradicionales

¿Los servicios que ofrece son fiables?

- a) Los clientes aceptan con agrado
- b) Algunas veces reciben con poco gusto
- c) A veces no del gusto del cliente

¿Ud. interactúa con el personal y los clientes?

- a) Conversó acerca del agrado del servicio ofertado.
- b) Diálogo sobre el servicio que se brinda
- c) Pocas veces converso con ellos

¿Resuelve los problemas de los clientes inmediatamente?

- a) Estoy atento a los problemas del cliente
- b) He atendido algunos de los problemas
- c) Me descuido de los problemas del cliente

¿Ud. practica las políticas empresariales?

- a) Cumplo siempre con lo establecido
- b) Algunas veces los tomo en cuenta
- c) No los tomo en cuenta

¿Planifica sus objetivos en bien de su empresa?

- a) El logro de objetivos es planificado
- b) Pocas veces planifico los objetivos
- c) No tomo en cuenta los objetivos

¿Supervisa los procedimientos de atención al cliente?

- a) Superviso para ofrecer un mejor servicio.
- b) Pocas veces superviso
- c) Sólo confío en los colaboradores y operadores de islas.

¿Realiza capacitaciones para mejorar la atención de los clientes?

- a) Desarrollo siempre capacitaciones para atender con calidad al cliente
- b) Pocas veces capacito al personal
- c) Solo utilizo la experiencia del trabajador

¿Controla la gestión de calidad del servicio que brinda?

- a) Frecuentemente controlo la calidad del servicio
- b) Pocas veces realizo el control de calidad del servicio
- c) Confío en la labor del trabajador

¿Ud. presenta un valor agregado al servicio que ofrece en su Estación de Servicio o Gaseocentro?

- a) Frecuentemente brindo el valor agregado
- b) De vez en cuando presento algún valor agregado
- c) No me he preocupado por brindar este valor

Anexo 3. Cuadro de Sondeo

N°	Razón Social	Dirección
1	Characato Super Grifo S.A.C	Jr. Fredy Aliaga N°1135 – cercado de Tocache
2	Grifo San Pedro E.I.R.L	Jr. Fredy Aliaga N° 2351 – Las Flores
3	Estación de Servicios Zarita Tocache E.I.R.L	Jr. Jose Germany N° 421 – Cercado de Tocache
4	Grifo & Gaseocentro Tocache S.A.C	Jr. Bolognesi Cdra. 1 – Cercado de Tocache
5	Multiservicios Dylan	Carretera Fernando Belaunde Terry Km. 3.9 – Sector Pucayacu.
6	Inversiones Vidagas S.A.C	Av. Ricardo Palma N° 898 – Cercado de Tocache
7	Estación de Servicios Gaseocentro San Martín de Porres E.I.R.L	Carretera Fernando Belaunde Terry Km. 17 – C.P Nuevo Bambamarca
8	Estación de Servicios Aceptat S.A.C	Carretera Fernando Belaunde Terry, Caserio Sin Sin S/N.
9	Estación de Servicios Gran Caimán S.A.C	Jr. Fredy Aliaga Cdra. 33 – Sector Chan Chan

Anexo 4. Hoja de trabajo

BASE DE DATOS														
DESCRIPCION	ITEMS	CUESTIONARIO	POSIBLES RESPUESTAS	TABULACION POR N° DE EMPRESAS									FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
				1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Características de los representantes de las MYPE	1	Edad de los Representantes	18-30 años										0	0.00%
			31-50 años	1	1	1		1		1		1	6	66.67%
			51 años a mas				1		1		1		3	33.33%
			Total										9	100.00%
	2	Genero de los Representantes	Femenino		1		1	1	1				4	44.44%
			Masculino	1		1				1	1	1	5	55.56%
			Total										9	100.00%
	3	Grado de Instrucción del Representante	Sin Instrucción										0	0.00%
			Primaria				1		1		1		3	33.33%
			Secundaria	1	1							1	3	33.33%
			Superior no Universitario					1					1	11.12%

Características de las MYPE		Superior Universitario			1				1			2	22.22%		
			Total										9	100.00%	
	4	Cargo que desempeña	Dueño	1	1		1	1	1		1	1	7	77.78%	
			Administrador			1				1				2	22.22%
			Total											9	100.00%
	5	Tiempo que Desempeña	0 a 4 años	1		1			1			1	4	44.44%	
			5 a 7 años					1					1	11.12%	
			8 años a mas			1		1			1	1		4	44.44%
			Total											9	100.00%
	6	Tiempo de Permanencia de la Empresa en el Rubro	0 a 4 años	1		1			1			1	4	44.44%	
			5 a 7 años					1					1	11.12%	
			8 años a mas			1		1			1	1		4	44.44%
Total													9	100.00%	
7	Número de Trabajadores	1 a 7 trabajadores	1	1	1	1	1	1			1	7	77.78%		
		8 a 11 trabajadores								1	1		2	22.22%	
		12 a más trabajadores											0	0.00%	

	8	Personas que trabajan en su empresa	Total											9	100.00%	
			Familiares												0	0.00%
			Personas no familiares			1	1	1	1	1	1				6	66.67%
			Familiares y personas no familiares	1	1								1		3	33.33%
			Total										9	100.00%		
	9	Objetivo de la Empresa	Generar Ganancias	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	100.00%		
			Subsistencia											0	0.00%	
			Total											0	100.00%	
	10	Tipo de constitución de la empresa	Persona Natural									1	1	11.12%		
			Persona Jurídica	1	1	1	1	1	1	1	1		8	88.88%		
			Total										9	100.00%		
Características de la gestión de calidad y atención al cliente	11	¿Presenta equipos e inmuebles modernos en su Estación de Servicios o Gaseocentro?	Presento equipos modernos	1				1					2	22.22%		
			Pocas veces presento nuevos equipos			1	1		1	1	1		5	55.56%		
			Utilizo equipos tradicionales		1							1		2	22.22%	
			Total										9	100.00%		

	12	¿Los servicios que ofrece son fiables?	Los clientes aceptan con agrado	1		1	1	1		1	1	1	7	77.78%		
			Algunas veces reciben con poco gusto		1				1					2	22.22%	
			A veces no del gusto del cliente												0	0.00%
			Total												9	100.00%
	13	¿Interactúa con el personal y los clientes?	Converso acerca del agrado del servicio ofertado		1							1		2	22.22%	
			Dialogo poco sobre el servicio que se brinda	1		1	1	1	1	1	1			7	77.78%	
			Pocas veces converso con ellos												0	0.00%
			Total												9	100.00%
	.14	¿Resuelve los problemas de los clientes inmediatamente?	Estoy atento a los problemas del cliente	1		1	1					1		4	44.44%	
			he atendido algunos de los problemas		1			1	1	1	1			5	55.56%	
			Me descuido de los problemas del cliente												0	0.00%
			Total												9	100.00%
	15		Cumplo siempre con lo establecido			1		1	1	1	1		5	55.56%		

		¿Usted practica las políticas empresariales?	Algunas Veces los tomo en cuenta	1	1		1					1	4	44.44%	
			No los tomo en cuenta											0	0.00%
			Total											9	100.00%
	16	¿Planifica sus objetivos en bien de su empresa?	El logro de objetivos es planificado		1	1					1	1	1	5	55.56%
			Pocas veces planifico los objetivos	1			1	1	1					4	44.44%
			no tomo en cuenta los objetivos											0	0.00%
			Total											9	100.00%
	17	¿Supervisa los procesos de atención al cliente?	Superviso para ofrecer un mejor servicio	1		1					1	1		4	44.44%
			Pocas veces superviso					1						1	11.12%
			solo confío en los colaboradores y operadores de isas		1		1		1		1			4	44.44%
			Total											9	100.00%
	18	¿Realiza capacitaciones para mejorar la	Desarrollo siempre capacitaciones para atender con calidad al cliente			1							1	11.12%	

		atención de los clientes?	Pocas veces capacito al personal					1		1	1		3	33.33%		
			solo utilizo la experiencia del trabajador	1	1		1		1			1		5	55.56%	
			Total											9	100.00%	
	19	¿Controla la gestión del servicio que brinda?	Frecuentemente controlo la calidad del servicio			1					1	1	1	4	44.44%	
			Pocas veces realizo el control de calidad del servicio	1	1			1	1					4	44.44%	
			Confío en la labor del trabajador				1								1	11.12%
			Total											9	100.00%	
	20	¿Usted presenta un valor agregado al servicio que ofrece en su estación de Servicio o Gaseocentro?	Frecuentemente brindo el valor agregado	1			1							2	22.22%	
			De vez en cuando presento algún valor agregado		1	1		1		1	1			5	55.56%	
			No me he preocupado por brindar este valor						1				1		2	22.22%
			Total											9	100.00%	