



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN
AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO SERVICIO DE
TRANSPORTE DE CARGA TERRESTRE EN EL DISTRITO DE
HUARAZ, 2018.

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

AUTOR

VELA AYALA, ANTHONY LIDER
ORCID. 0000-0003-4757-539X

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID. 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Vela Ayala, Ayala Anthony

Orcid. 0000-0003-4757-539X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante del
Pregrado, Chimbote, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid. 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Orcid. 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid. 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

Orcid. 0000-0002-5471-4549

HOJA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

En la presente investigación de mi tesis primeramente agradezco a Dios por bendecirme la vida, por ser el apoyo y fortaleza de aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Agradezco a mis docentes por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación profesional, a mis padres por haber estado brindándome el soporte, y a mis amigos por brindarme su apoyo incondicional en algunas sugerencias.

DEDICATORIA

La presente investigación de mi tesis va dedicada principalmente a Dios por ser el inspirador y darme fuerza para continuar con este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy, he sido privilegiado por ser su hijo, son los mejores padres.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz, 2018. La investigación fue de un diseño no experimental – transversal, descriptiva, donde se aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas aplicando la técnica de encuesta, la información se recabo de una población muestral de 36 empresas de transporte de carga, obteniéndose como resultados de estudio. El 91.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 61.11% son del género masculino, el 38.89% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 55.56% son dueños, el 86.11% de estas empresas permanecen en el rubro de 7 a más años, el 100.00% señalan que el objetivo de creación es generar ganancias. El 38.89 algunas veces resuelven los problemas en atención al cliente, el 44.44% casi siempre desarrollan capacitaciones en atención al cliente. El 55.56% casi siempre los trabajadores ofrecen un buen servicio a los clientes, el 66.67% evidencia que siempre muestran confianza con los clientes, el 55.56% mencionan que el personal siempre brinda la información correcta a los clientes, el 44.44% de las empresas reconocen como clientes fieles a su servicio. En conclusión los representantes desconocen la gestión de calidad en atención al cliente por ello reconocen que es muy importante aplicarlo dentro de la organización porque de ello dependerá el futuro de las empresas del servicio de transporte carga.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y pequeñas empresas, Transporte de carga

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the main characteristics of quality management under the customer service approach in micro and small companies in the field of land freight transport service in the district of Huaraz, 2018. The research was of a design non-experimental - cross-sectional, descriptive, where a questionnaire of 19 closed questions was applied applying the survey technique, the information was collected from a sample population of 36 freight transport companies, obtaining as study results. 91.67% of the representatives are between 31 and 50 years old, 61.11% are male, 38.89% have a secondary education degree, 55.56% are owners, 86.11% of these companies remain in the category of 7 over more years, 100.00% indicate that the goal of creation is to generate profits. 38.89 sometimes solve problems in customer service, 44.44% almost always develop training in customer service. 55.56% almost always workers offer good service to clients, 66.67% evidence that they always show trust with clients, 55.56% mention that staff always provide the correct information to clients, 44.44% of companies recognize as loyal customers at your service. In conclusion, the representatives are unaware of quality management in customer service, therefore they recognize that it is very important to apply it within the organization because the future of the freight transport service companies will depend on it.

Keywords: Customer service, Quality management, Micro and small businesses, Freight transport

CONTENIDO

Título de la tesis	i
Equipo de Trabajo	ii
Hoja del Jurado Evaluador y Asesor	iii
Agradecimiento y Dedicatoria	iv
Resumen y abstract.....	vi
Contenido.....	viii
Índice de tablas, figuras y cuadros	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	6
III. Hipótesis	25
IV. Metodología	26
4.1. Diseño de la investigación	26
4.2. Población y muestra.....	26
4.3. Definición y operacionalización de variable e indicadores	27
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	29
4.5. Plan de análisis	29
4.6. Matriz de consistencia.....	30
4.7. Principios éticos.....	31
V. Resultados	32
5.1. Resultados	32
5.2 Análisis de resultados	37
VI. Conclusiones	51
Recomendaciones.....	52
Referencias bibliográficas	53
Anexos	58

ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y CUADROS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las MYPE del rubro servicio de transporte de carga terrestre, distrito de Huaraz, 2018.....	32
Tabla 2. Características de las MYPE del rubro servicio de transporte de carga terrestre, distrito de Huaraz, 2018.	33
Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del rubro servicio de transporte de carga terrestre, distrito de Huaraz, 2018.....	34
Tabla 4. Plan de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transportes de carga terrestre en el distrito Huaraz, 2018.....	36

Figuras

Figura 1. Edad del representante.....	66
Figura 2. Genero de los representantes.....	66
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.....	67
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.....	67
Figura 5. Ocupación de los representantes.	68
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa.....	68
Figura 7. Número de trabajadores de las MYPE.	69
Figura 8. Objetivo de creación de la MYPE.....	69
Figura 9. La empresa determina los problemas en atención al cliente.....	70
Figura 10. Se realizan implementaciones de técnicas y actividades para desarrollar estrategias.....	70
Figura 11. La empresa desarrolla capacitaciones sobre atención al cliente.	71
Figura 12. Se implementan procesos de acuerdo a los resultados obtenidos.	71
Figura 13. Las instalaciones de la empresa, equipos son adecuados.	72
Figura 14. Los trabajadores ofrecen un buen servicio.....	72
Figura 15. Los trabajadores transmiten respeto y amabilidad al momento de brindar el servicio.....	73
Figura 16. La empresa garantiza honestidad en los servicios.....	73
Figura 17. La empresa muestra confianza a los clientes.	74
Figura 18. La empresa brinda información correcta de sus servicios.	74
Figura 19. La empresa reconoce clientes fieles a su servicio.	75

I. INTRODUCCIÓN

El motivo del trabajo de investigación es acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las empresas de servicio de transporte de carga terrestre. Ya que es muy importante brindar un buen servicio a los clientes porque son cada vez más exigentes y buscan un mejor servicio con buenos tratos, con ambientes agradables, por ello es de mucha importancia la calidad en los servicios. Con respecto a este tema se puede apreciar la preocupación de las MYPE porque actualmente tienen un rol muy significativo de mejorar el servicio de transporte de carga. La mayor parte de las empresas sufren dificultades en los servicios que brindan permanentemente, donde se generan un mal empresarial e incomodidad en los clientes. Los problemas más frecuentes que encuentran los clientes son los ambientes de la organización, el tiempo de espera, las formas de trato al cliente, entre otros. A consecuencia de ello las empresas pierden ganancias económicas y en este aspecto el interés que tienen la universidad los Ángeles de Chimbote Uladech – Católica a través de la línea de investigación de gestión de calidad, conjuntamente con la escuela profesional de administración tratan de apoyar a las empresas para que de esta manera se superen y puedan ser exitosas.

En tiempos recientes las distintas MYPE buscan la forma de combatir el mal servicio al cliente, muchos de ellos en la actualidad ya se dan cuenta de que el factor principal es la mala atención al cliente en las empresas transportistas, se puede observar muchas veces que los trabajadores administrativos y del nivel operativo no trabajan siempre con responsabilidad, las cuales generan molestias en las entregas de los productos, estas actitudes en las mencionadas empresas generan baja rentabilidad para las organizaciones, ya que al brindar un pésimo servicio ahuyentará a los clientes y no podrán generar fidelidad, por ello debe existir un rol de política de buena gestión en la administración mediante el interés en los empleados administrativos y los trabajadores de parte operacional, una buena gestión de calidad implica que los trabajadores puedan reforzar sus conocimientos aumentando su motivación para generar impactos positivos en la empresa.

Las empresas de servicio de transporte son de gran importancia en la actualidad, puesto que su principal objetivo es brindar servicio de carga de un lado a otro, realmente estas organizaciones distribuyen productos a diferentes negocios. se manifiesta la palabra del servicio al cliente porque se realizó investigaciones que fueron ejecutados para identificar el desarrollo y la oportunidad en las empresas transportistas, mencionan que desde antes es importante el servicio al usuario por ello las empresas de transportes de carga tienen bajo control a todas las distribuciones de los productos satisfaciendo las necesidades de los clientes, con unos costos que sean accesibles y que brinden seguridad, esto implica entregar a tiempo los productos (Segura, 2015, párr.4).

Las micro y pequeñas empresas de la ciudad de México representan un 4.2% de las organizaciones que brindan servicio de transporte logístico, la cual genera un 31.5% de empleo para el país y están aportando un 37.0% al PBI, ya que están mejorando la cadena de suministro para que puedan ser más competitivas y logren afrontar a mercados internacionales y nacionales (Cano Olivos, Orue Carrasco, Martínez Flores, Mayett Moreno y López Nava, 2015, p. 1).

Por eso una de las empresas como DHL Expres que es líder mundial en el rubro de servicios de transporte de carga, tiene como compromiso brindar niveles altos de calidad en el servicio de transporte, para satisfacer las necesidades de los clientes, está mejorando en el tipo de entrega y reforzando las medidas de seguridad para complacer las exigencias de todos los clientes (Santiago, 2017, párr. 1).

En el Perú las empresas de transporte de mercancías representan un 17.7% de empleos, por lo tanto, el 35.3% de los trabajos son para los varones que cumplen esta actividad, es importante que realicen este tipo servicio por que benefician a las demás empresas en la distribución de cada una de sus mercaderías (INEI, 2018).

La Empresa de Transportes M.R Guerrero que realiza labores de transporte de carga en las mineras, satisfacen a sus clientes mediante las flotas de vehículos de gran desempeño y una buena capacidad de carga útil. La organización tiene una reputación buena en el servicio es por eso que su compromiso con los clientes es brindar los mejores estándares en calidad de servicio y seguridad en traslado de cargas es por ello que adquieren camiones debido a la fuerza que tienen en las alturas, esto permitirá a la empresa entregar a tiempo las mercancías a su destino (Bottger, 2017, p. 1).

Por ello esta investigación está basada en la buena atención que deben de brindar las empresas de transporte de carga del distrito de Huaraz. Para que de esta manera puedan reducir los inconvenientes que vienen recibiendo como el pésimo servicio, el mal trato entre otros. Por tal motivo estas empresas tienen que enfocarse en las necesidades de sus clientes para que de esta forma puedan cautivar y dar una buena imagen ante todos.

El enunciado del problema de la investigación está establecido de acuerdo al modelo de atención al cliente donde la interrogante es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz - 2018? se le dará el resultado logrando el sucesivo objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz – 2018 para alcanzar exitosamente el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Precisar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de servicios de transportes de carga terrestre en el distrito de Huaraz – 2018.
- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, del rubro de servicios de transportes de carga terrestre en el distrito de Huaraz -2018.
- Señalar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz – 2018.
- Elaborar un plan de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del rubro de servicios de transportes de carga terrestre en el Distrito de Huaraz -2018.

La investigación se justifica con el motivo de permitir generar reflexión a los empresarios y a los que piensan abrir empresas de este rubro, los propietarios se podrán

nutrir de estos testimonios y lo llevaran a la práctica las cuales ocasionaran rentabilidad para la empresa, a esta aclaración lo relacionarán con el manejo adecuado del servicio eficiente a los clientes, ya que los dueños son autores de promover las buenas prácticas de capacitar a sus trabajadores de todos los niveles, mediante los conocimientos aprendidos los empleados puedan atender mejor a los clientes.

El sustento teórico de la investigación realizada esta basado en la atención al cliente, y se utilizó dimensiones como (elementos tangibles, cortesía, credibilidad, seguridad, comunicación, comprensión al cliente). Para medir y evaluar las cuales ayudaran a cumplir todos los requisitos que se necesite para que las empresas logren el éxito.

En el trabajo de investigación se utilizó una metodología del diseño no experimental transversal con el nivel descriptivo, la cual ayudó a recolectar la información correspondiente a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz, 2018. Se logró recabar esta información mediante la técnica de la encuesta, lo cual estuvo dirigido a los representantes de las empresas transportistas de la ciudad de Huaraz. Por lo tanto se contó con 36 empresas transportistas que están inscritas en la SUNAT. De acuerdo a eso se llegó a los siguientes resultados. El 91.67% de los representantes oscilan una edad de 31 a 50 años, el 61.11 es del sexo masculino, el 38.89% cuenta con un grado de instrucción del nivel secundaria, el 77.78% permanecen el cargo de 7 a años más. El 86.11% de empresas persisten en el rubro de 7 a años más, el 97.22% cuentan de 1 a 5 trabajadores, el 100.00% de estas empresas mencionan que el objetivo de creación es forjar ganancias, el 38.89% de las empresas analizan los problemas que hay con los clientes, el 44.44% mencionan que realizan capacitaciones sobre gestión de calidad en atención al cliente, el 55.56% de los trabajadores ofrecen un buen servicio, el 72.22% los trabajadores transmiten respeto y amabilidad ante los clientes, el 61.10% de las empresas cuentan con los medios de comunicación correspondientes, el 55.56% de los colaboradores brindan la información correcta a los clientes.

La investigación alcanzó las sucesivas conclusiones, que la mayoría absoluta de representantes tiene de 31 a 50 años de edad, además la totalidad son varones, así mismo la minoría cuenta con estudios secundarios, también la mayoría relativa de los representantes son dueños y el tiempo que desempeña cada uno de ellos son de 7 a más años. El tiempo de permanencia de las empresas tiene como mayoría absoluta de 7 a más años, asimismo la mayoría absoluta tienen de 1 a 5 trabajadores laborando en la empresa. La minoría de los representantes determinan los problemas que existen en atención al cliente, asimismo la mayoría relativa implementa actividades para mejorar la atención para todos los clientes, la minoría cuenta con instalaciones, equipos modernos y adecuados para brindar un buen servicio, la mayoría relativa muestra respeto y amabilidad al momento de realizar el servicio al cliente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Ortiz (2012) En su tesis titulado *Estudio de la satisfacción al cliente en el marco de una empresa de transporte dentro de una comunidad andina específicamente ecuador, Colombia y Perú* mostrado en la universidad pontificada universidad católica de ecuador facultad de ciencias administrativas y contables para optar el título de magister en administración de empresas con mención en negocios internacionales, la vigente tesis tuvo por finalidad: el aumento de los clientes, reducción de quejas y reclamos por múltiples factores además un crecimiento en ventas dejando márgenes de rentabilidad más altos teniendo en cuenta las alternativas de aumento de la satisfacción al cliente, para su investigación de tesis se utilizó, la técnica del instrumento de cuestionario, el tipo de investigación fue de factibilidad, estudio de impacto de desarrollo, el diseño fue científico, la población y muestra se tomó a tres países que fueron Colombia, ecuador y Perú de acuerdo a ello se mostró los siguientes resultados. Cuánto tiempo llevan utilizando el servicio de transporte el 73,0% utiliza el servicio más de 3 años en los diferentes países, el 50,0% de los usuarios están satisfecho, el nivel de satisfacción de acuerdo a los despachos un 33,0% está satisfecho de los servicios por el servicio que brindan, asimismo cuál es su nivel de satisfacción con la puntualidad el 38,0% está satisfecho por todo ello alcanzo la siguiente conclusión que la empresa atreves de encuesta en cada país demostraba una inconformidad de los clientes hasta el 37,0%, según las encuestas realizadas a los 3 países. Con este análisis se pudo desarrollar una propuesta de aumentar la satisfacción del cliente, aplicando siempre la herramienta de calidad en el servicio al cliente esto fue elegido mediante una evaluación de varios métodos para que ayuden a cumplir cada una de las expectativas de los usuarios, al aplicar el método mencionado se pudo llegar a un 30,0% en todos los países, siempre con el apoyo de recursos humanos de la área que siempre están en contacto con cada cliente, es ahí donde se tuvo un cambio en la actitud y pensamiento y compromiso para crear una cultura organizacional en la empresa.

Gordón (2013) Nos señala en su tesis titulado *La gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán* Presentado para obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing, su tesis tuvo como objetivo realizar un estudio de la Gestión Administrativa del servicio de transporte pesado en la ciudad de Tulcán, y su incidencia en la satisfacción de los clientes, para el estudio de la tesis se utilizó la siguiente técnica de recolección de datos realizando encuesta, el tipo de investigación de acuerdo a las 4 fuerzas de Porter, su población y muestra es de 45 empresas de transporte de la ciudad de Tulcán, el diseño de investigación es factible - cuantitativo dicho esto los resultados fueron que el 83,10% se tienen satisfecho a los clientes, 53,85% menciona que el sobre proceso de toma de pedido para la carga tenía eficiencia en el servicio asimismo la tesis realizada llego a la siguiente conclusión que el transporte de carga pesada es una rama de la economía que genera mayores porcentajes en el ingreso para la economía ya sea urbana o rural de la provincia de Carchi, por ende se hace necesario la implementación de políticas administrativas que viabilicen el negocio del transporte de carga y se convierta en un negocio con mucho crecimiento social, esto que sirva como base para las nuevas propuestas de nuevas estrategias de mejoras.

Rojas y Soto (2011) Nos relata en su tesis titulado *Evaluación de la calidad del servicio de transportes a personas en la ciudad de Puerto Montt* presento su tesis para optar el título profesional para optar al Grado de Licenciado en Administración, el estudio tuvo como objetivo siendo “Evaluar la calidad del servicio de Transporte a Personas en la ciudad de Puerto Montt.” en la cual se utilizó la presencia de la técnica de las encuestas, el tipo de investigación que utilizó es el de análisis y teorías, el diseño es de análisis de información primaria, la población y muestra son 153. 118 habitantes del puerto Montt, los resultados encontrados son el 37,0% de las personas utilizan el medio de transporte de colectivo, también el 54,0% de los habitantes reconocen a las empresas por su mejor servicio a 1 y 3 organizaciones y el 47,0% de las personas utiliza el servicio una vez al mes dicho esto el estudio realizado llego a la siguiente conclusión que el transporte de personas es el automóvil ejecutivo con un conductor en el cual se va a realizar un recorrido físico planteado por el consumidor, en la ciudad

es método del transporte se ha incorporado hace poco tiempo por ello se realizó un levantamiento de encuesta hacia los dueños de las empresas donde se posee una iniciativa a la empresa para que demuestren la percepción de los consumidores las cuales han descrito la importancia de la calidad de la entrega del servicio porque esta entrega un valor agregado y una mayor satisfacción de las necesidades reales de los consumidores.

A nivel nacional

Gálvez Rodríguez (2017) Nos menciona en su tesis titulado *Aplicación del Ciclo de Deming para mejorar el nivel de servicio en la empresa J&J Transportes y Soluciones Integrales SAC, Comas, 2017* presentado para optar el título profesional de ingeniero industrial, el estudio tuvo como objetivo “Determinar cómo la aplicación del Ciclo de Deming mejora el nivel de servicio en la empresa J&J Transportes y Soluciones Integrales SAC, Comas, 2017. en la cual se utilizó el diseño descriptiva e inferencial, con la presencia del diseño pre experimental el cual estudia el diseño del servicio, la población y muestra que utilizo fue a la empresa J&J, los resultados fueron que la empresa mejoró en 12,0% de acuerdo a los servicios atendidos, la empresa mejoró en 79,35% respecto a nivel del servicio que brinda dicho así el estudio realizado llegó a la siguiente conclusión que el ciclo de Deming es muy importante para el logro de la empresa de transportes porque los resultados estadísticos muestran que el servicio mejoró en un periodo de 24 semanas asimismo perfeccionó la mejora de la actividad de los servicios atendidos a tiempo donde la eficacia del servicio mejoró en 12,00% donde demostraron que existe una relación en entre la variable dependiente y la dimensión de la eficacia de los servicios son atendidos a tiempo, la conformidad del servicio mejoro en 7,79%, estos resultados son muy necesarios para la mejora de eficiencia del transporte de carga, ya que ratificaron las hipótesis alternativas demostrando que existe solución para mejorar el servicio en la empresa de transportes de carga.

Gonzales Toledo (2016) En su tesis titulado *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros*

por vía presentado en la universidad católica los ángeles de Chimbote en la facultad, facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, escuela profesional de administración el presente estudio tuvo por objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el uso de instrumentos normativos de gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre, en el distrito de Huaraz 2016, para su estudio de tesis se utilizó el tipo de investigación que es descriptiva - cuantitativa, con un diseño transaccional - transversal, bajo la técnica de recolección de datos con el instrumento del cuestionario, su población y muestra es 47 empresas de transporte terrestre donde fueron encuestados los gerentes de las entidades, los resultados fueron que el 27,7% cumplen con las responsabilidades asignadas por la empresa, también 48,9% mencionan que cumplen sus funciones dentro de la empresa, el 59,6% realiza el seguimiento de verificación de las actividades ejecutadas por la empresa dicho esto se llegó a la siguiente conclusión que de acuerdo a la encuesta de 47 gerentes de las diferentes empresas de transporte terrestre, donde el 51,06% de los representantes que han sido encuestados señalan que los trabajadores no cumplen con sus funciones respectivas dentro de la empresa de acorde a esto los encargados manifiestan que el 61,70% que realizar trámites dentro de la empresa demora demasiado y el 38,0% de los colaboradores dice que a ser esos trámites son muy rápidos de esta manera señala que los empleados no cumplen con sus ocupaciones dentro de la organización y a la vez se quejan mucho porque realizar trámites dentro de la empresa tarda mucho.

Rettis Alvarez (2016) El autor nos menciona en su tesis titulado *la atención al cliente y la demanda de pasajes en la empresa de transportes terrestre “turismo central” en la ciudad Huánuco-2015* mostrado en la universidad católica los ángeles de Chimbote en la facultad, facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, escuela profesional de administración para optar el título profesional en administración, el presente estudio tuvo por objetivo: Evidenciar la importancia de la atención al cliente, en la empresa Turismo Central Huánuco y la demanda de pasajes, para el estudio de la tesis se aplicó el tipo de investigación no experimental – descriptivo - correlacional, tuvo como población a 45 pasajeros de ómnibus durante

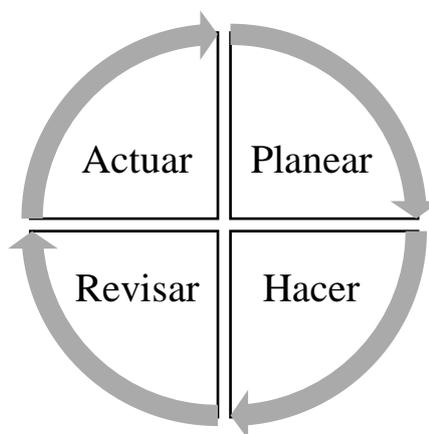
dos años que sumaron a 2970 cada uno de ellos, uso de instrumentos de cuestionario, obtuvo como resultado al 82,35 de los encuestados mencionan que es regular el servicio de transportes, también mencionan que permanentemente se les pierden los equipajes en un 79,41% de una forma pésima por todo ello se llegó a la sucesiva conclusión que de acuerdo a los resultados nos menciona que hay una pésima relación en los servicios que realizan dentro de la empresa, ya que se debe de mejorar y cambiar los aspectos para motivar a los colaboradores, el trato que da el personal así a los clientes están en una situación pésima es por ello que los clientes se quejan de que no están conformes con el trato que brindan y los horarios de salida de los vehículos con destino a lima están en un promedio de bueno y excelente esta cabe decir que casi siempre salen a la hora exacta y la mayor parte fuera de la hora y de acuerdo a las pérdidas del equipaje el administrador no les da ninguna solución para recompensar lo sucedido.

Torres Noriega (2017) El autor en su tesis titulado *Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017* mostrado en la universidad católica los ángeles de Chimbote en la facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, escuela profesional de administración para optar el título profesional en administración, el presente estudio tuvo por objetivo: Determinar si las Mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos, para el estudio de la tesis se aplicó el diseño de investigación no experimental - descriptivo, con un tipo cuantitativo, se tomó como población a 26 Mypes del mencionado rubro, se obtuvo los siguientes resultados que el 50,0% tiene bien definido su plan de negocio, como también el 50,0% evidencia la gestión sobre la atención al cliente por todo ello se llegó a la siguiente conclusión que de acuerdo a la edad de los representantes se obtuvo el rango de 29 a 39 años que son el 40% y la mayor parte son del género femenino un 80,0%, se encuentran habidos desde 6 años amas un 40% y la mayor parte de la empresa cuenta de 3 a 5 trabajadores con el 40,0% a si mimo los trabajadores no están registrados en planilla el 65,0% y referido a la gestión y a la atención de los usuarios el 50,0% tiene bien defino el plan para que se desarrolle bien sus actividades, el 50,0% alude que realizan una buena gestión en la atención al cliente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Gestión de calidad

Carro Paz y González Gómez (2000) Destacan que en la posguerra los trabajos de W Edwar Deming es uno de los más influenciados que ha tenido el mundo a lo largo del siglo xx, de acuerdo al argumento de la gestión de calidad. Deming viajó a Japón y es ahí donde tuvo un gran dominio en las aplicaciones estadísticas sobre el control de la calidad, en esa época se platicaba sobre la distinción entre fabricar mediante la calidad y descubrir la mala eficacia. porque en los tiempos de los sesenta y cincuenta se apartaron las funciones de fabricación y control es ahí donde fue creciendo el control de la calidad dentro de las organizaciones. Es ese tiempo la retroalimentación era muy lenta e insuficiente, en aquellos tiempos prevalecía el concepto de productividad y calidad, pero eran conocimientos secundarios, era normal fabricar una cantidad máxima necesaria para poder compensar las unidades que saldrían defectuosas. En esos años apareció el campo de la calidad para el área de los recursos humanos, como la motivación, la participación y la comunicación para conseguir la calidad exigida, se buscó la mayor participación de los trabajadores para evitar productos defectuosos. Para quienes pretendan lograr resultados óptimos a corto plazo en la organización deben basarse en mejorar los procesos humanos y productivos, en este proceso se aplicaría el ciclo de Shetwhart o círculo PDCA de Deming (p. 14).



Círculo de Shewhardt o círculo PDCA

Dimensiones de la gestión de calidad por el círculo PDCA de Deming

- a) **Planear:** Se refiere a definir el proyecto precisando el problema y observando lo más importante que son los indicadores, la situación actual es recoger informaciones existentes identificando variables relevantes, confeccionando las planillas de registro y recopilando datos de interés. Analizando causas potenciales para determinar todos los principios viables, los datos recopilados se observan para la experiencia personal con la tormenta de ideas, planificando soluciones prioridades preparando un plan operativo.

Definición de Indicador

Jimeno Bernal (2013) Nos menciona que definir el proyecto se ve mediante la investigación de las actividades dispuestas a mejorar donde establecen los objetivos a alcanzar. Para poder buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los colaboradores y también buscar nuevas tecnologías para mejorar lo que se están usando ahora, para que de esta manera se pueda facilitar y estandarizar la planificación de proyectos, actividades y tareas.

- b) **Hacer:**

Es implementar soluciones para efectuar los cambios planificados.

Definición de indicador

Rodríguez Garraza (2018) El autor señala según la dimensión de Deming, que implementar soluciones son los objetivos que se quieren alcanzar mediante programas, técnicas y actividades y la elección de los métodos adecuados para poder lograr debemos de conocer previamente la situación de la organización mediante la recopilación de todos los datos e informaciones que sean muy necesarias y fundamentales para establecer los objetivos, para prevenir las fallas potenciales siempre hay que aportar soluciones y medidas correctivas para desarrollar estrategias.

c) Verificar:

Es referente a medir los resultados recopilando datos de control evaluando cada uno de los resultados. Estandarizando el mejoramiento es decir efectuando los cambios a escala capacitando y entrenado al personal definiendo nuevas responsabilidades y también precisar nuevas operaciones y especificaciones.

Definición de indicador

Villafaña Figueroa (2015) Estandarizar el mejoramiento es más efectivo para reducir la variabilidad, mejorando la confianza y facilitando la comunicación para que de esta manera se fije a las disciplinas de forma que se elimine el retrabajo, los rechazos y la seguridad, por todo ello se mejorará la eficiencia en el desarrollo de materiales conservando el tiempo y la mano de obra.

d) Actuar:

Es documentar la solución resumiendo el procedimiento de lo aprendido.

Definición de indicador

Camisón y González (2006) Los autores nos redactan que documentar la solución es aplicar todas las mejoras del proceso, por ello se tiene que documentar el ciclo y realizar conclusiones de paso, si es que se han detectado nuevos errores se tiene que realizar nuevas mejoras, si no se detectó ningún error debemos de aplicar a grandes escalas las modificaciones que se deben de realizar en la organización, es decir hacer una retro alimentación a todo el personal de la empresa para ver lo positivo o lo negativo de la implementación de algún plan de mejora continua.

Muñoz (1999) La gestión de calidad está basada en un método eficaz para la mejora de varios grupos de cada una de las empresas para que faciliten los servicios y productos para que así compensen la necesidad de cada uno de los clientes. Las estructuras operativas en todas las empresas están bien documentadas por las instrucciones como los técnicos y administrativos estos van a regir la mayor fuerza

laboral, con el fin de satisfacer la necesidad de cliente, La compañía que logre que sus trabajadores cumplan con cada uno de sus objetivos podrán conseguir buenas respuestas y así lograr que sus clientes adquieran sus servicios (p. 12).

Duran (1992) El autor nos afirma que la calidad consta de tres aspectos importantes las cuales estos estudios hicieron que son importantes para el éxito de una empresa, estos aspectos son: plazo, coste y calidad. En tiempos anteriores la más utilizada era el plazo y el coste por parte de los altos directivos de las empresas, en las cuales se puso más atención y métodos de como poder mejorar estas dos características. Con el pasar del tiempo el enfoque fue haciendo estudio hasta llegar a un punto de afianzar de una mejor manera el funcionamiento de la empresa, tales como en sus situaciones y estabilidad, las cuales hizo que se logran un gran aporte en aumentar los bajos compromisos existentes en las organizaciones, con este enfoque se busca administrar mejor los recursos, por lo tanto los recientes estudios demostraron que la implicancia de la eficiente administración de calidad en las organizaciones trae consigo su mejor rentabilidad y productividad.

La buena gestión es como alcanzar los objetivos y como poder lograr una imagen fija de los servicios en el mercado, estos estudios orientaron a llegar a las más recientes necesidades que tienen una empresa en su desarrollo, los diferentes mecanismos de esta gestión , hace que se puedan lograr potenciar el desarrollo eficiente de la organización misma, conocerla, aplicarla, medirla y exigirla, de tal manera que estos aspectos sean mejorados, ya que mucho antes era desconocidos o ignorados, dicho así la calidad es definidas como un estilo muy nuevo para en la gestión empresarial, ya que es un término que al ser utilizado fomenta la motivación, integración y satisfacción para todos los colaboradores de la empresa donde laboran (p. 2).

Summers (2006) Nos menciona que la gestión de calidad es uno de los principios muy importantes en la empresa. Para que esta sea eficientemente las mejores organizaciones de su medio, la gerencia ha adquirido una orientación de excelencia en la manipulación y unificación de las superficies en la prestación del servicio al usuario. la jerarquía de una compañía es una sensación muy propicia en la utilidad de toda la empresa, la aptitud de la dirección asimismo se orienta en dar a los colaboradores la

conformidad de concebir pasión por sus tareas que realizan, respaldarles a los trabajadores dándoles confianza para que ellos pueden realizar cada uno de sus mandados (p. 27).

Cenobio, Jaramillo y Serrano (2006) Nos mencionan que el sistema de la administración de calidad va a dirigir e inspeccionar a toda una empresa con relación a la jerarquía que obtengan. Es muy significativo subrayar las subsiguientes cláusulas cuya concentración paso de un extremo a otro, para pactar la rutina frecuente. Se debe suministrar actualmente en la distribución (una asociación de individuos e infraestructuras con vacación de compromisos, autoridades y diplomacias). Y el Sub empresario ahora es provisor (alineación o persona que facilita un bien) (p. 30).

González y Camisón (2006) Nos relatan que la administración de la calidad también es un principio, como la disposición hacia el cliente, apropiándose en varios rumbos, donde la empresa origine las experiencias a fin de que sean seguras mediante los estudios de cada una de las empresas, siempre hay que preguntarles que es lo que les va a agrandar de un servicio innovador que va a ingresar al mercado. La administración de la perfección está centrada en las prácticas y técnicas, también son relacionados como un centro de atención, orientación, motivación, objetivos, etc. Actualmente a la gestión de calidad se le reconoce como la responsabilidad fundamental en el ámbito productivo en los diferentes departamentos como el de marketing y recursos humanos y también tenemos por conocimiento de calidad que son el centro de atención de la gestión de recursos humanos y los métodos fundamentales, de acuerdo a los enfoques de la gestión de calidad tenemos puntos importantes como la mejora continua, la satisfacción, el liderazgo, innovación (p. 2).

Pérez J. (2004) Nos relata que la calidad se inspecciona y se dedica únicamente a partir del servicio aprobado de acuerdo a los modelos de la particularidad justa, solo se corrige el servicio cuando presenta un defecto, el trabajador del departamento de control es responsable de la calidad de cada uno de los servicios. La calidad se va a enfocar en el servicio final, el programa de calidad va a especificar los estándares que tienen que alcanzar los debidos productos, es obligatorio a ser las inspecciones de

calidad porque vamos a ver ahí lo que el cliente quiere del servicio que va adquirir, para que haya un buen control de la calidad de los servicios siempre se debe de a ser un desfase entre el tiempo y la buena entrega al cliente del servicio esto siempre va existir en los negocios de servicio, la calidad se autocontrola mediante el proceso productivo siempre se debe de confiar en el productor, ya que el inmediatamente hará la inspección y de él será la responsabilidad de evaluar la conformidad del trabajo realizado (p. 60).

Atención al cliente

Valerie, Zethaml, Leonard y Berry (2008) Nos relatan que el horizonte de perfección en los servicios a los clientes van a surgir de tres aspectos primordiales que de acuerdo a esto van surgir diferencias entre los servicios y bienes físicos esto se va regir en cuanto son producidos en que son consumidos y evaluados, las actividades comerciales son fundamentalmente intangibles; ya que estos son experiencias y se forma intensamente dificultoso instituir descripciones establecidas para su servicio, que accedan a generalizar su especie. Y en un segundo plano tenemos a los servicios (los que requieren colaboración humana) estos son debidamente heterogéneos por ser habitual. Los servicios al cliente los va a realizar un tercero mediante; la producción de los servicios y el debido consumo de los demás servicios son inseparables es aquí donde se realiza la calidad de los servicios prestados mediante la transmisión o la distribución del mismo, esto se va a dar durante la integración del cliente y proveedor. Para el beneficiario obtener la calidad del servicio es mucho más difícil porque no puede valorar la calidad de los servicios visibles, los clientes no solo aprecian la buena calidad que brindan si no verán cómo ha sido la atención que han percibido, las excelentes ponderaciones que cuentan en una evaluación de calidad de servicio son realmente establecidas por los clientes (p. 17).

Dimensiones de la calidad del servicio en la atención al cliente

a) Elementos tangibles:

Son las representaciones físicas o la imagen del servicio, que los clientes utilizan en persona para valorar la calidad apariencia, sus características son las instalaciones físicas, equipos y personal.

Definición de indicadores

Blanco y Rivero (2009) Nos relatan que la apariencia de las instalaciones físicas y de los equipos. Son como se encuentran los equipos de la oficina si son de apariencia moderna y si las instalaciones de atención al cliente son cómodas y visualmente atractivas.

López Parra (2013) Nos menciona (citado por Verdú, 2013), quien indica que el personal que labora en las entidades y sobre todo para los colaboradores que están en contacto directo con los usuarios deben de mostrarles honestidad en la forma de actuar y la capacidad de comprometerse en los asuntos de seriedad. El personal debe de ser activo y dinámico y sobre todo debe de tener el deseo para mejorar y crecer es decir que tenga un afán de superación.

b) Cortesía:

Se va a definir como la atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.

Definición de indicador

Jimenez (2011) Nos menciona que la cortesía es la reina del servicio y es necesario tener los conocimientos de relaciones humana que obtengamos para que de esta manera hacer brillar nuestra sinceridad, la atención es la meta que se quiere para que todos los clientes se sientan cómodos uno con el otro, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto es la manera de garantizar que el trato con el cliente sea estandarizado y motivado, debemos de definir las políticas de comportamiento y expresiones verbales para que los colaboradores las utilicen al dirigirse al usuario para que de esta manera se sientan satisfecho con dicho servicio.

c) Credibilidad:

Van a ser que el consumidor crea en la veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.

Definición de indicador

Duque Oliva (2005) Nos relata que la credibilidad que a su vez incluye la honestidad en el servicio que provee, veracidad y creencia representa que no solo es importante el interés en el cliente, sino que la empresa debe de mostrar también su preocupación en este sentido ya que es de mucha importancia dar al cliente una mayor satisfacción.

d) Seguridad:

Define para el cliente la inexistencia de los peligros, riesgo o dudas.

Definición de indicador

Duque Oliva (2005) El autor nos relata que la seguridad implica la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada, no solamente siendo cortés con los clientes, también evitando las inexistencias de algún riesgo o duda que tengan cada uno de los clientes.

e) Comunicación:

Debemos de mantener a nuestros clientes bien informados utilizando un lenguaje que puedan entender, y así escucharlos debidamente.

Definición de indicador

Rubio, Rodríguez y Uribe (2012) Nos menciona que el servicio al cliente constituye dando respuestas a las necesidades del mercado esto debe de surgir mediante la comunicación con los clientes ya que él va a ser orientado de acuerdo a la satisfacción de sus necesidades, hay que escuchar al cliente para aplicar una de las estrategias que son la claridad, agilidad y la efectividad en las respuestas que se van a dar a los clientes ya que estos son muy significativos al momento de evaluar la atención que ellos reciben.

f) Comprensión del cliente:

Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y como también sus necesidades.

Definición de indicador

Sanmiguel Jaimes (2016) Nos menciona que la empresa debe de mostrar el interés en conocer al cliente y darle un nivel de atención individualizada para que tenga una buena comunicación y accesibilidad con el usuario.

Horovitz (2006) Nos menciona que una reciente necesidad de un cliente siempre va a estar siendo analizado para así tener una información actualizada del cliente, para así atraerlos y tenerlos satisfechos, esto procederá de un usuario, que haya sido disgustado con el servicio brindado, los clientes nunca van a evaluar a la organización de como esta brindado los servicios si cumple con los estándares y necesidades de ellos, cualquiera de las necesidades de usuario serán implícitas y nunca van a ser expresados por el cliente siempre en cuando no hayan recibido un mal trato en el servicio, las percepciones del cliente siempre van a ser expresadas y las empresas no deben de discutirlos incluso si son erróneas, si no que deben de mejorar las expectativas, ya que esto va a definir el nivel del servicio que esperan los clientes, las expectativas siempre deben de regirse a la fijación de los precios, la publicidad, la educación. La segmentación se logrará solo hasta un punto con un solo individuo esto permitirá a la empresa modificar y utilizar un modelo debidamente adecuado para así atraer a varios clientes, y de esa manera prestarles un buen servicio, atendiendoles bien, para que regresen después, se pueden realizar varias segmentaciones aun mismo tiempo dentro de la misma empresa, y respectivamente serán distintos empleados de la organización que los van a utilizar.

Cosas para satisfacer a los clientes

- a) No esperar que los clientes expresen sus necesidades, debemos de poner a prueba nuestra intuición con ellos.

- b) No dejar de satisfacer las últimas necesidades de los clientes esto va a ser que se sientan a gusto en el establecimiento.

- c) No diga que el cliente no siempre tiene la razón, siempre la tienen desde su punto de vista (p. 1).

Horovitz y Jurgens (2008) Una estrategia de servicio es un medio habilidoso de proporcionar un servicio y con ellos superar al competidor, si una empresa tiene una buena estrategia en otro terreno puede ser que mantenga una ventaja competitiva a un largo plazo, una estrategia de servicio puede dar mucha ventaja diferencial, tener tecnología de punta, será muy importante para una empresa porque los clientes van a adquirir su servicio, cuando nos pongamos en la situación del usuario vamos a saber qué es lo que hemos adquirido, el empleado de la empresa debe de explicar de cómo funciona un debido servicio y así sabrán que servicio han adquirido, esto va a ser que la empresa esté en una mejor posición en el mercado, por que valora la importancia del servicio realizado, para poder obtener los beneficios de una estrategia de servicio la empresa deberá de anunciar sus estrategias a los 4 vientos, esto dará la oportunidad al usuario ver el valor añadido que ofrece la empresa esto debe de ponerse como garantía al cliente para que se sientan a gusto en tal empresa (p. 12).

Brow (1992) Nos relata que dedicar un mejor tiempo a los usuarios ya es una política de la empresa debemos de aplicarlo y practicarlo diariamente para que la empresa siempre este activa, hay empresas que cometen errores que de pensar que este año pueden dedicarse a atender a los clientes lo mismo que el año anterior que se han dedicado a reducir sus debidos costos, esto significa que los clientes van a dejar de tener los mismos intereses por las empresas lo cual sería un fracaso para la empresa, una vez que el usuario se haya retirado de la empresa va a ser muy difícil que regrese a la empresa. El mercado ofrece muchos paquetes de atención al cliente los expertos van a las empresas un día o dos y siempre les ofrecen personal de primera línea. La atención al cliente debe de estar como cultura en la empresa siempre tiene que ser fundamental (p. 18).

Vértice (2010) El servicio es algo exclusivo para las organizaciones, necesitará estar por delante de los competidores, siempre los clientes van a esperar ser tratados como gente especial si las empresas brindan servicios son cosas muy valiosas entre otros posiblemente se preocupen por unas pequeñas diferencias en precios existen dos tipos de servicio como el material y personal.

- a) **Servicio material:** Consiste en el servicio real que van a brindar esto es específicamente para obtener el servicio correcto y abarcar aspectos importantes como los camiones y materias primas etc. Todo el trabajo dicho tiende a la definición de cualquier producto o servicio, la fijación de precios, la calidad y más todos estos elementos van a constituir el material con lo que una empresa crea sus propios servicios y los moldea de acuerdo a su carácter.
- b) **Servicio personal:** Incluye la interacción con los usuarios y empleados de la empresa, si realizamos mal el servicio del personal perderemos dinero y tiempo; saber tratar bien al cliente nos va a beneficiar a salvar un negocio que está en bancarrota, que hará que la empresa sea excepcional.

Cuando un cliente va a venir a nuestra empresa por primera vez debemos de tomar en cuenta que es lo que va a esperar de nuestro servicio, siempre debemos de estar al tanto de como brinda la competencia el servicio y así poder atenderles con mejores expectativas que la otra empresa. El servicio es el conjunto de los beneficios que requiere el cliente, para ofrecer un mejor servicio debemos de ser amables con los clientes y debemos de tener gentileza.

- a) **El grado de despreocupación:** El comprador del servicio siempre va a valorar, el precio y el rendimiento del producto, lo que va a costar un buen tiempo y dinero también esfuerzo, miden los efectos relacionados con las Entregas y reparaciones y Comprender su funcionamiento.

- b) Valor añadido:** El cliente inspecciona el valor que el proveedor va a añadir al rendimiento técnico, el valor añadido se da de distintas formas como el status social va a estar de acuerdo al producto y a los gustos de los clientes esto les va a dar prestigio y garantía del producto adquirido, el apoyo financiero es ayudar a los clientes conseguir un buen crédito y ayudarles a conocer las facilidades de pago y la rapidez y flexibilidad en las entregas de los productos (p. 33).

Micro y Pequeñas Empresas. MYPES

Sunat (2014) Según la ley 28071 nos menciona que la MYPE es el dispositivo de nivel económico, ya que está debidamente constituida por un individuo de forma natural o jurídica, de acuerdo a la representación de una empresa o de una gerencia institucional observada en el régimen actual, posee como propósito desenvolver las actividades de innovación, creación y comercialización de las pertenencias y de la debida atención a los servicios.

Características de las MYPES según la ley 30056

Finanzas (2013) Nos dice que las micro y pequeñas y medianas empresas siempre han de colocarse encima de cualquiera que les corresponda según las calidades institucionales, que están dichas en cuanto a su ocupación de sus debidos negocios en las ventas por año.

- a) Microempresa:** Son referidas a las ventas por año hasta un límite de monto que es un máximo de 150 unidades dicha por las impositivas tributarias de la UIT.
- b) Pequeña empresa:** Son las ventas anuales que son superiores a los 150 UIT y está referido a un monto de 1700 unidades impositivas tributarias.
- c) Mediana Empresa:** Es las ventas anuales que van a ser superiores a las 1700 unidades de UIT y tiene solo un monto máximo de 2300.

Importancia de las micro y pequeñas empresas MYPE

Sanchez (2006) Nos relata que las MYPE en el Perú son muy importantes, ya que estos son el motor de la economía, a nivel nacional las micro y pequeñas empresas ofrecen un 80% dando empleo a muchos peruanos y ellos generan el 40% del PBI. Lo más importante de la MYPE es que generan mucho empleo.

Rubro servicios de transporte de carga terrestre

Transportes de carga

Sutran (2011) Nos relata que el servicio de transporte desempeña la ocupación de trasladar de un debido lugar a otro una precisa mercadería, la prestación del servicio va a formar una porción de la sucesión de la logística, por lo cual está encargada de poner uno o más bienes en el lugar indicado; a la hora dicha que llegue a su debido destino, el transporte de carga terrestre representa una porción del proceso de la comercialización, su función es de cumplir que los productos establecidos tengan un costo fijo (en la cual lo conocemos como el flete) siempre se va a realizar la transferencia de los productos desde el establecimiento hasta la llegada de su destino final de la mercancía, a excepción la carga durante el recorrido transitará por partes de desembarque y embarque, el transporte de carga es muy trascendental en el transcurso económico del país, ya que debido a esto incrementará o disminuirá la validez del dicho servicio y en las organizaciones veremos la capacidad de realizar el servicio de las diferentes empresas que ofrecen el servicio de transporte de carga. En Perú el servicio de transporte de carga mayormente están formados por el sector privado donde siempre están establecidas los parámetros o reglas por el estado, el funcionamiento del dicho servicio va a favorecer para que la economía del país crezca o disminuya, las rutas donde se van a transportar los vehículos están debidamente determinadas por la distancia, o mejor dicho a la zona que pertenezca el transportista, esté dicho servicio siempre se va a brindar a nivel nacional transportando mercancías entre otros.

2.3. Marco conceptual

Gestión de calidad: Es una herramienta que permitirá a una empresa poder planear, ejecutar y controlar todas sus actividades para que así se puede cumplir el desarrollo de la misión que tenga. Esto se logrará prestando servicios con altos estándares de calidad, cumpliendo con la satisfacción del cliente.

Atención al cliente: Es el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de atender los reclamos, consultas, pedidos o entregarles un producto que les hayan solicitado.

MYPE: Las micro y pequeña empresa es una unidad económica que está constituida por una persona jurídica o una persona natural, y tienen como objetivo desarrollar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios.

Rubro transporte de carga: Es aquel medio de transporte que se encarga de trasladar de un lado a otro una determinada mercancía.

Trabajador: Es la persona que presta sus servicios y por lo cual se encuentra subordinado por una empresa o por una institución en particular.

Cliente: Es una persona que adquiere el servicio que ofrece una empresa y por lo tanto es lo más primordial para el éxito de cualquier organización.

III.HIPÓTESIS

En la presente investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga terrestre en el distrito Huaraz, 2018, no se plantea hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue realizada con el diseño no experimental – transversal porque se realizó sin manipular la variable en estudio, las cuales han sido observados en su ambiente natural y en su realidad, asimismo los datos fueron recolectados en un tiempo único.

El nivel de investigación fue descriptiva por que se describió las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, como también de las micro y pequeñas empresas y para finalizar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

4.2. Población y muestra

Población:

Para la investigación se obtuvo la información de las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga terrestre del distrito de Huaraz, para lo cual se obtuvo información de la SUNAT donde se obtuvo una población de 36 empresas las cuales están dedicadas al mencionado servicio, asimismo se encuentran activos.

Muestra:

Se tomó en cuenta a toda la población es decir a las 36 empresas de servicio de transporte de carga terrestre que se encuentran registrados en el CIIU 4923, para lo cual esta información se solicitó por mesa de partes de la SUNAT en Huaraz.

4.3. Definición y operacionalización de variable e indicadores

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los encargados de las MYPE	El encargado de la organización puede ser el administrador ya que será el representante legal o la persona natural quien está reconocido por la ley, cualquiera de los dos podrá tomar decisiones para la mejora de la empresa (Rentería 2018).	Edad	- 18 – 30 años - 31 – 50 años - 51 a más años	Razón
		Genero	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitaria - Superior universitaria	Nominal
		Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
		Tiempo en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
Perfil de las micro y pequeñas empresas	MYPE: Es la empresa creada por una persona natural o jurídica que va a estar inscrita en los registros públicos su finalidad es de generar actividades de prestación de servicios, comercialización (Sunat 2014).	Tiempo de la MYPE en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores.	Razón
		Objetivo de creación	- Generar ganancia - Subsistencia	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	La gestión de calidad permite a que las empresas puedan planificar sus actividades para que de esa manera puedan realizar un servicio de calidad, satisfaciendo a los clientes (Summers 2006)	Identifican problemas en atención al cliente	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Implementan estrategias en atención al cliente	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Desarrollo de capacitaciones para la mejora del servicio	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Establecen mejoras de acuerdo a lo investigado	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Establecimiento, equipos y herramientas	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
	La atención al cliente es el conjunto de destrezas que una empresa lo traza para satisfacer a sus clientes mejor que otras organizaciones, para que de esta manera puedan compensar todos los servicios exigidos por los clientes (Vértice 2010)	Disponibilidad para ofrecer un buen servicio	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Respeto y amabilidad	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Honestidad	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Confianza con los clientes	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
		Cumplir con lo propuesto	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal
	Reconocimiento de los clientes	- Nunca - Muy pocas veces - Algunas Veces - Casi siempre - Siempre	Nominal	

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Técnica:

En la investigación se utilizó la técnica denominada encuesta, el cual es una técnica que ayudo al investigador a tomar una mejor referencia de los datos y a obtener las mejores informaciones posibles, las cuales ayudo a identificar el grado de satisfacción de los clientes que perciben de este tipo de empresas.

Instrumento:

La herramienta que se tomó en cuenta para la investigación es el cuestionario, donde se pudo plasmar las interrogantes referidas o relacionadas con las dimensiones e indicadores tomadas en cuenta en el marco teórico y que las cuales fueron investigadas.

4.5. Plan de análisis

En la presente investigación se apoyó de metodologías, técnicas y herramientas para tener un mejor acceso a los más eficientes informaciones, en la población ya elegida que consta de 36 empresas orientadas al transporte de carga de mercaderías en el distrito de Huaraz, el cuestionario en su contenido obtuvo una relación con los indicadores mencionados y que a las cuales fueron investigados, las cuales fueron aplicados a los representantes de las empresas ya mencionadas, estos datos fueron sometidos a datos numéricos y estadísticos, las cuales están medidos y deducidos para ser comparados con los sucesos de la realidad y de acuerdo a ello salió un análisis de fiabilidad de 0,814.

4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGIA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz - 2018?	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz – 2018.</p>	Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente	<p>- Se utilizó una población de 36 empresas de transporte de carga terrestre de Huaraz, 2018.</p> <p>- Se tubo como muestra a la población de las 36 MYPES del rubro servicio de transporte de carga Huaraz, 2018.</p>	<p>El diseño de aplicación fue no experimental - transversal, Descriptiva</p> <p>- No experimental porque ninguna de las variables se ha modificado todo se estudió en su estado actual.</p> <p>- Transversal por que los datos que se estudiarán serán solo en un determinado tiempo.</p> <p>- Descriptiva porque se han descrito todas las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y la variable en estudió.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p> <p>Plan de análisis: Los datos se obtuvieron mediante la encuesta y toda la información obtenida se ha tabulado de acuerdo a tablas y figuras con el programa Spss v 24.</p>
	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Precisar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro de servicios de transportes de carga terrestre en el Distrito de Huaraz - 2018.</p>				
	<p>Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, del rubro de servicios de trasportes de carga terrestre en el Distrito de Huaraz – 2018.</p> <p>Señalar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte de carga terrestre en el Distrito de Huaraz – 2018.</p> <p>Elaborar un plan de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de servicios de transportes de carga terrestre en el Distrito de Huaraz - 2018.</p>				

4.7. Principios éticos

En la investigación se tomó los principios éticos de investigación promulgadas y aprobadas por el rector de la universidad ULADECH las cuales son:

- Protección a las personas: se aplicó este principio porque la identidad de los representantes es privada solo con fines de información académica.
- Beneficencia y no maleficencia: se preservó el respeto sin causar daño viendo por el bien de los autores.
- Consentimiento informado y expreso: para esto se les informo a cada uno de los representantes de las micro y pequeñas empresas que el trabajo de investigación es solo para uso netamente académicos
- Justicia: se tomó en cuenta la decisión de los representantes de cada una de las decisiones tomadas en el transcurso de la investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las MYPE del rubro servicio de transporte de carga terrestre, distrito de Huaraz, 2018.

Características: Representantes	N	%
Edad (años)		
31 – 50 años	33	91.67
51 a más años	3	8.33
Total	36	100.00
Genero		
Masculino	22	61.11
Femenino	14	38.89
Total	36	100.00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	4	11.11
Primaria	4	11.11
Secundaria	14	38.89
Superior no universitaria	7	19.44
Superior universitaria	7	19.44
Total	36	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	20	55.56
Administrador	16	44.44
Total	36	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
4 a 6 años	8	22.22
7 a más años	28	77.78
Total	36	100.00

Fuente. cuestionario aplicado a los encargados de las MYPES del servicio de transporte de carga, distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 2.

Características de las MYPE del rubro servicio de transporte de carga terrestre, distrito de Huaraz, 2018.

Características de las MYPE	N	%
Tiempo de permanecía en el rubro		
4 a 6 años	5	13.89
7 a más años	31	86.11
Total	36	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	35	97.22
6 a 10 trabajadores	1	2.78
Total	36	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	36	100.00
Total	36	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los encargados de las MYPES del servicio de transporte de carga, distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del rubro servicio de transporte de carga terrestre, distrito de Huaraz, 2018

Características de la variable	N	%
Problemas en atención al cliente		
Muy pocas veces	1	2.78
Algunas veces	14	38.89
Casi siempre	13	36.11
Siempre	8	22.22
Total	36	100.00
Implementan actividades		
Muy pocas veces	1	2.78
Algunas veces	5	13.89
Casi siempre	19	52.78
Siempre	11	30.56
Total	36	100.00
Desarrollan capacitaciones		
Algunas veces	5	13.89
Casi siempre	16	44.44
Siempre	15	41.67
Total	36	100.00
Implementan procesos		
Algunas veces	5	13.89
Casi siempre	18	50.00
Siempre	13	36.11
Total	36	100.00
Las instalaciones físicas son adecuadas		
Algunas veces	6	16.67
Casi siempre	14	38.89
Siempre	16	44.44
Total	36	100.00
Ofrecen un buen servicio		
Algunas veces	1	2.78
Casi siempre	20	55.56
Siempre	15	41.67
Total	36	100.00
Transmiten respeto y amabilidad		
Algunas veces	4	11.11
Casi siempre	6	16.67
Siempre	26	72.22
Total	36	100.00

Garantizan honestidad en sus servicios		
Algunas veces	1	2.78
Casi siempre	13	36.11
Siempre	22	61.11
Total	36	100.00
Muestran confianza a los clientes		
Algunas veces	4	11.11
Casi siempre	8	22.22
Siempre	24	66.67
Total	36	100.00
Brindan información correcta		
Algunas veces	3	8.33
Casi siempre	13	36.11
Siempre	20	55.56
Total	36	100.00
Reconocen a los clientes como beneficiarios fieles		
Muy pocas veces	1	2.78
Algunas veces	5	13.89
Casi siempre	14	38.89
Siempre	16	44.44
Total	36	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los encargados de las MYPES del servicio de transporte de carga, distrito de Huaraz, 2018.

Tabla 4.

Plan de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transportes de carga terrestre en el distrito Huaraz, 2018

Problema	Causa	Acción de mejora	Responsable
El 38.90 % tiene problemas en atención al cliente.	Se conforman con la experiencia que se han logrado en el rubro de transportes de carga.	Buscar un asesoramiento en administración de empresas	Administrador/ Dueño
El 44.40% no realizan capacitaciones a los colaboradores.	Por falta de interés de parte de los representantes de las empresas.	Contratar a un especialista en atención al cliente para que realice capacitaciones para que de esta manera los clientes se sientan satisfechos	Administrador/ Dueño
El 44.40 % las empresas no cuentan con buenas instalaciones físicas	Poco interés del representante en implementar mejoras al ambiente y activos tecnológicos.	Contratar a un personal para que realice remodelaciones al ambiente y asimismo otro personal para que actualice los equipos informáticos	Administrador/ Dueño
El 55.60% casi siempre ofrecen un buen servicio	Por falta de servicio de calidad	Analizar exhaustivamente las actividades que se realiza al cliente y de esa manera identificar en donde están los errores	Administrador/ Dueño

Fuente. Plan de mejora elaborado por el autor

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1

características de los representantes de las MYPE del rubro servicio de transporte Huaraz, 2018.

Con respecto a la edad de los representantes, el 91.67% tienen de 31 a 50 años estos resultados encontrados coinciden con los hallazgos de Torres Noriega (2017) quien manifiesta que el 40.00% de los emprendedores o representantes oscilan en el rango de edad de 29 a 39 años; asimismo, coinciden con los resultados encontrados por Gonzales Toledo (2016) quién determina que el 44.68% de los representantes tiene la edad de 35 a 46 años de edad. Esto nos demuestra que la mayor parte de las MYPES del sector servicios de transporte terrestre Huaraz 2018, están dirigidas por personas adultas que tienen una edad de 31 a 50 años; ya que estas personas tienen mucha experiencia y son muy capaces de administrar su empresa con mejores posibilidades de ser exitosas.

De acuerdo al género de los representantes de las MYPES el 61.11% son del sexo masculino los resultados que se encontraron coinciden por Gonzales Toledo (2016) quien revela que el 82.98% de los representantes son del sexo masculino, pero contrastan con los resultados por Torres Noriega (2017) quien determina que la mayor parte un 80.00% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas son del sexo femenino. Esto señala que la mayor parte de los representantes de las MYPES son del sexo masculino porque de acuerdo a investigaciones son más responsables y pueden manejar el control de cada una de las actividades que se realicen en la empresa.

Con relación al grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 38.89% del total de encuestados de las MYPES cuentan con un grado de instrucción secundaria, estos resultados encontrados contrastan por Gonzales Toledo (2016) quien indica que de los gerentes encuestados se observa que el 44.68% manifiestan que tienen un grado de instrucción de nivel superior no universitario, también contrasta con los resultados efectuados por Torres Noriega (2017) quien

manifiesta que respecto a su investigación el 45.00% presentan un grado de instrucción técnica. Esto demuestra que la mayoría de los representantes solo estudiaron hasta un nivel secundario, pero eso no fue impedimento para que puedan emprender y así poder formar su empresa y dirigirla.

De igual modo el cargo que desempeñan los representantes de las MYPES el 55.56% son dueños de las empresas, estos resultados encontrados contrasta por Torres Noriega (2017) quien menciona que el 30.00% tienen un nivel de ocupación que es de administrador, estos resultados nos van a mostrar que hoy en día el cargo de las empresas lo manejan la mayor parte los dueños mismos, ya que administran su empresa aunque no cuenten con los suficientes conocimientos para que lleven al éxito a sus empresas, por lo tanto lo hacen de manera empírica.

De igual manera el tiempo que desempeña en el cargo se pudo constatar que el 77.80% tienen de 7 años a más en el cargo del servicio que brindan, estos resultados coinciden por Torres Noriega (2017) quien alude que el 40.00% de los representantes está a cargo de 6 años a más, esto quiere decir que la mayor parte de los representantes tiene experiencia para poder dirigir empresas del rubro de servicio de transporte de carga, ya que administran de 7 a más años porque ellos son los mismos dueños.

Tabla 2

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas, rubro servicios de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz, 2018.

Referente al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro el 86.11% de los representantes mencionaron que la empresa tiene un tiempo de permanencia de 7 años a más en el rubro de transportes, estos resultados coinciden por Torres Noriega (2017) quien menciona que un 30.00% de las empresas permanecen de 6 años a más en el rubro. Esto quiere decir que las empresas tienen una permanencia de 7 años a más, por lo tanto, las organizaciones tienen un buen tiempo laborando compitiendo y mejorando los procesos de sus actividades.

Con relación al número de trabajadores un 97.22% tienen de 1 a 5 trabajadores laborando en la empresa, estos resultados contrastan con Torres Noriega (2017) quien manifiesta que un 45.00% las empresas cuentan con 6 a más trabajadores. Esto quiere decir que la mayor parte de las empresas cuentan un número significativo de trabajadores laborando en las organizaciones de las micro y pequeñas empresas del rubro de servicio de transporte carga terrestre, ya que vienen realizando distintas actividades los trabajadores.

De acuerdo al objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas el 100.00% de los encuestados manifestaron que el objetivo por el cual la empresa fue creado es para generar ganancia, estos resultados coinciden con Torres Noriega (2017) quien manifiesta que el 80.00% de los microempresarios aluden que el objetivo de creación de la empresa son para generar ganancia y a si de esta manera poder solventar sus gastos, esto nos quiere decir que todas las MYPE siempre tienen el objetivo de generar ganancia para que de esta manera puedan tener una mejor calidad de vida y de esta manera recuperar su monto invertido.

Tabla 3

características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga en el distrito de Huaraz, 2018.

Con relación a las empresas que determinan los problemas existen en atención al cliente el 38.89% prueban que algunas veces determinan dichos problemas, estos resultados contrastan por Gálvez Rodríguez (2017), ya que determinan en su investigación que el 69.90% determinan los problemas en mejorar el nivel del servicio, esto quiere decir que las empresas se preocupan por solucionar los problemas de sus usuarios para que de esta manera puedan obtener más clientes.

De acuerdo a si se realizan implementaciones de actividades para la atención al cliente un 52.80% mencionan que si desarrollan estrategias y técnicas para la debida atención al cliente, estos resultados coinciden por Gonzales Toledo (2016) quien determina que del total de los gerentes encuestados el 59.57% manifiesta que se realizan seguimientos y verifican las actividades que ejecuta en la empresa. Esto quiere decir que los representantes están al tanto a que realicen todas las actividades propuestas por la empresa.

De acuerdo así desarrollan capacitaciones sobre atención al cliente para mejorar la calidad en el servicio: un 44.44% indican que las empresas desarrollan capacitaciones para mejorar su desempeño, estos resultados coinciden con Torres Noriega (2017) que el 70.00% de los representantes manifiestan que capacitan al personal para brindar un buen servicio, esto quiere decir que es muy importante capacitar al personal para que estén al tanto de las mejoras que van implementando las empresas.

Además se implementan nuevos procesos de acuerdo a los resultados obtenidos un 50.00% prueban que casi siempre las empresas implementan los resultados que obtienen, estos resultados contrastan por Gonzales Toledo (2016) quien indica que un 59.57% los gerentes manifestaron que no utilizan nuevos indicadores para lograr

los objetivos de la empresa, esto quiere decir que la mayor parte de los representantes de las micro y pequeñas empresas no realizan nuevas técnicas y actividades que puedan mejorar la eficacia de la empresa.

Con respecto a las instalaciones físicas de la empresa son debidamente adecuadas para el cliente: un 44.44% manifiesta que siempre las instalaciones y los equipos son modernos y adecuados, pero estos resultados coinciden por Torres Noriega (2017) quien indica que un 60.00% las instalaciones de las organizaciones están alineados para el debido servicio al cliente. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que la mayor parte de las empresas cuentan con buenas instalaciones, lo que conlleva a que realicen una buena prestación del servicio, cumpliendo con las satisfacciones de los clientes.

Con respecto a los trabajadores de la empresa, ofrecen un adecuado servicio el 55.56% demuestran que casi siempre los trabajadores brindan un buen servicio, estos resultados coinciden con Torres Noriega (2017) quien manifiesta que el 65.00% promueven una cultura de buen servicio, pero contrasta con Rettis Alvarez (2016) quien describe que 88.29% es pésima la atención que se le brinda en la empresa, esto quiere decir que la mayor parte de las empresas cuentan con un buen servicio, ya que es fundamental para toda empresa tener bien atendidos a sus usuarios.

Con respecto a los trabajadores, les transmiten respeto y amabilidad al brindar el servicio un 72.22% evidencia que siempre los trabajadores son muy respetuosos con los clientes, contrasta por Torres Noriega (2017) quien describe que el 80.00% indican que tiene actitud de servicio para poder brindar un mejor servicio, esto quiere decir que es muy necesario transmitirles todas las cualidades mencionadas para dejar impresionado al cliente y de esta manera brindarles un buen servicio.

De acuerdo a si la empresa garantiza honestidad en los servicios que provee el 61.11% siempre la empresa garantiza los servicios, estos resultados coinciden por Torres Noriega (2017) quien menciona que el 55.00% si garantizan honestidad al en el servicio que realizan, esto quiere decir que es muy importante ser honesto con cada

uno de los clientes para que de esta manera puedan recomendarnos a familiares y amigos.

De acuerdo a si la empresa, muestra confianza a los clientes evitando sufrir algún incidente el 66.67% muestra confianza a los clientes asegurándoles que sus productos no sufrirán ningún tipo de incidente, estos resultados coinciden por Rojas y Ebner (2011) quien menciona que el 37.00% de los clientes tienen una satisfacción al momento de entrega de sus productos estos resultados contrastan por Rettis Alvarez (2016) quien indica un 65.75% menciona que es pésimo porque los trabajadores de la empresa de transportes no tienen cuidado al ordenar su producto y siempre llegan dañados. Esto quiere decir que la mayor parte de las empresas muestran confianza, por que realizan bien su servicio, siempre cuidando los productos que envían los clientes.

De acuerdo a la empresa, brinda información sobre los diversos servicios que ofrece un 55.56% menciona que siempre la empresa muestra información a los clientes, estos resultados coinciden por Torres Noriega (2017) quien revela que el 80.00% si consideran ofrecer todos sus servicios es por ellos que los clientes valoran su servicio. Esto quiere decir que es muy importante mencionar todos los servicios que brindan como empresa para que de esta manera el cliente esté bien informado acerca de ello para que pueda adquirir cualquier servicio que ellos crean conveniente.

Con respecto, la empresa reconoce como usuarios fieles a sus clientes el 44.44% alude que siempre se les reconoce como clientes fieles a la empresa, estos resultados coinciden por Rojas y Ebner (2011) quienes indican que un 47.00% las personas consideran la utilización del servicio de una forma fiel a la empresa, estos resultados coinciden por el investigador Torres Noriega (2017) quien describe que el 80.00% si considera a sus usuarios como clientes que valoran cada uno de sus servicios por ello las empresas generan fidelización con los clientes, esto quiere decir que si hay empresas que fidelizan a sus clientes porque son personas apegadas al servicio.

PLAN DE MEJORA SOBRE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE EL LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO SERVICIO DE TRASNPORTE DE CARGA TERRESTRE EN EL DISTRITO DE HUARAZ, 2018.

I. Datos Generales

- Empresas de servicio de transporte de carga.

II. Misión

Somos una empresa de servicios de transporte, dedicada al traslado de mercaderías en general con destinos a nivel regional y nacional, garantizando seguridad, puntualidad a nuestros usuarios y clientes de las micro y pequeñas empresas, generando desarrollo para los colaboradores y obteniendo beneficios económicos y a su vez satisfaciendo las necesidades y expectativas requeridas.

III. Visión

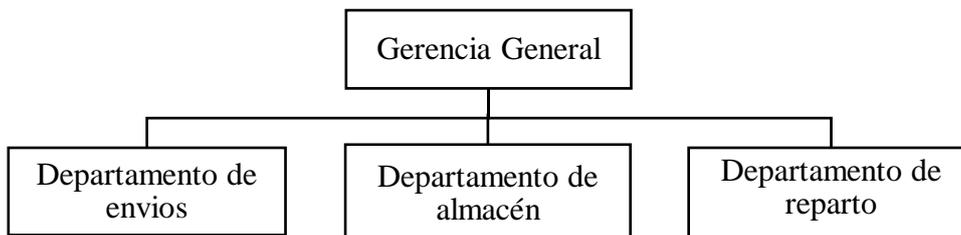
Para el 2024 seremos reconocidos como una organización líder por ser referente en el mercado como una empresa de transporte de carga, brindando un servicio adecuado que permita satisfacer las necesidades de los clientes, ya que será preferida por la excelencia de sus traslados a nivel nacional y regional, contando con colaboradores capacitados e identificados con la organización.

IV. Productos y Servicios

Las empresas de transportes brindan servicios de traslado de mercaderías a nivel regional y nacional en ello los envíos que ofrece son los siguientes:

- Carga de vidrios
- Carga de juguetes
- Carga de plásticos de cocina
- Carga artículos de construcción
- Cargas de repuestos para minas
- Carga en general

V. Organigrama Estructural de la empresa



Descripción de gerencia.

Área	Gerencia General
Puesto	Administrador
Perfil	Administrador con estudios universitarios culminados y que tenga experiencia mínima de dos años, en manejo en el rubro de servicios transporte de carga.
Funciones	Realizara la función de pago de los servicios de combustible, peajes y las declaraciones a la SUNAT.

Fuente. Elaboración propia

Descripción de envíos.

Área	Área de envíos
Puesto	Recepcionistas de mercadería
Perfil	Que sea una persona carismática, proactiva y que cuente con estudios técnicos en secretaria.
Funciones	Realiza el control de las llegadas de mercaderías y verifica si están conforme con lo solicitadas mediante la guía del transportista.

Fuente. Elaboración propia

Descripción del almacén.

Área	Área de almacén
Puesto	Encargado de la entrega de mercadería
Perfil	Que sea una persona comunicativa con virtudes de empatía y que cuente con estudios básicos.
Funciones	La función que cumplirá es recepcionar las mercaderías en base a las guías de remisión presentadas y da orden de salida de las mercaderías que se requiere enviar.

Fuente. Elaboración propia

Descripción de reparto.

Área	Área de reparto de mercancías
Puesto	Repartidor
Perfil	Que sea una persona que conozca las zonas sectoriales proveniente de Huaraz y que cuente con una licencia de conducir A2B y experiencia en manejo de dos años.
Funciones	La función que cumplirá es de entregar las mercaderías a los domicilios de los clientes con una responsabilidad absoluta

Fuente. Elaboración propia

VI. Diagnostico General

	Fortalezas	Debilidades
Matriz foda	<p>F1: Disponibilidad de camiones en excelentes condiciones.</p> <p>F2: Disposición de recursos monetarios.</p> <p>F3: Experiencia en el mercado de transporte.</p>	<p>D1: Los trabajadores no están capacitados.</p> <p>D2: Pocas unidades de transporte</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1: Incursionar nuevas rutas.</p> <p>O2: Buen control de las unidades de transporte.</p> <p>O3: Crecimiento de las MYPES</p>	<p>Aplicar el buen servicio al cliente capacitando a sus trabajadores para captar nuevos clientes para la empresa.</p>	<p>Aplicar los procesos de atención al cliente para mejorar la actividades del servicio y así poder entrar a nuevos mercados.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1: Existencia de una empresa con más presencia en el mercado, en el rubro de transporte de carga.</p> <p>A2: Los usuarios son exigentes con la llegada de sus mercaderías y buscan calidad en el servicio</p>	<p>- Aprovechar brindando una buena atención para satisfacer las necesidades de los clientes para poder alcanzar sus perspectivas.</p> <p>- Implementar mejoras en el ambiente, equipos de trabajo para que el cliente se sienta a gusto en la empresa</p>	<p>Capacitar a los trabajadores para que tengan conocimiento de las actividades que se realizan en la organización para que así mantenga fieles a los clientes .</p>

Fuente. Elaboración propia

VII. Indicadores de buena Gestión

INDICADORES	EVALUACIÓN DE INDICADORES DENTRO DE LAS MYPE
Asesoramiento en atención al cliente	Tiene problemas con la atención al cliente
Capacitación a los trabajadores	No realizan capacitación a los colaboradores
Implementar mejoras al ambiente y activos tecnológicos	Las empresas no cuentan con buenos ambientes para atender a los clientes
Satisfacción al cliente en relación al servicio	La satisfacción al cliente es regular

VIII. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Asesoramiento en atención al cliente	El 38.90% tiene problemas en atención al cliente.	Se conforman con la experiencia que se han logrado en el rubro de transportes de carga.
Capacitación a los trabajadores	El 44.40% no realizan capacitaciones a los colaboradores.	Por falta de interés de parte de los representantes de las empresas.
Implementar mejoras al ambiente y activos tecnológicos	El 44.40 % las empresas no cuentan con buenas instalaciones físicas	Poco interés del representante en implementar mejoras al ambiente y activos tecnológicos.
Satisfacción al cliente en relación al servicio	El 55.60% casi siempre ofrecen un buen servicio	Por falta de servicio de calidad

IX. Establecer soluciones

9.1 Establecer acciones

Indicadores	Problema	Accin de mejora
Asesoramiento en atencion al cliente	El 38.90 % tiene problemas en atención al cliente.	Contratar a un especialista para que asesore al administrador sobre los problemas que estan surgiendo en la empresa, para que de esa manera pueda solucionar los problemas que se les presenta.
Capacitación a los trabajadores	El 44.40% no realizan capacitaciones a los colaboradores.	Contratar a un especialista en atención al cliente para que realice las capacitaciones para que brinden una atención exitosa y de esa forma los clientes se sentirán satisfechos
Implementar mejoras al ambiente y activos tecnologicos	El 44.40 % las empresas no cuentan con buenas instalaciones físicas	Contratar a un especialista en remodelaciones para el ambiente y para las actualizaciones de los activos tecnologicos
Satisfaccion al cliente en relacion al servicio	El 55.60% casi siempre ofrecen un buen servicio	Analizar cada uno de las actividades que se realizan al momento de la entrega de las mercancías y de esta forma identificar los errores que se suscitan para poder eliminarlos

9.2. Estrategias que se desa implementar

N°	Acciones de mejora a llevar acabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Asesoramiento en atencion al cliente al dueño	Se conforman con la experiencia que se han logrado en el rubro de transportes de carga.	6 meses	Mejora en la calidad de los servicios reduciendo los problemas	Realizar seguimiento al administrador para ver si esta cumpliendo con el asesoramiento
2	Capacitación a los trabajadores en atencion al cliente	Por falta de interés de parte de los representantes de las empresas.	6 meses	Mejora encuan to los servicios de calidad que se brindara	Analizar los resultados, a los servicios brindados, despues de haber realizado las respectivas capacitaciones
3	Implementar mejoras al ambiente y activos tecnologicos	Poco interés del representante en implementar mejoras al ambiente y activos tecnológicos.	1 meses	Mejor en el ambiente y activos tecnológicos para la buena atención al cliente	Ver el cumplimiento de las mejoras del ambiente y actualizaciones de los equipos imformaticos
4	Analizar las actividades al momento de realizar las entregas de mercaderia	Por falta de servicio de calidad	1 año	Entrega de un mejor servicio de calidad	Identificar todos lo errores que se estan cometiendo durante los servicios que se esta brindando

9.3. Recursos para la implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Realizar asesoramiento al dueño en atención al cliente	Contratar a un auditor	s/. 500.00 Mensuales	Laptop	6 meses
2	Realizar capacitaciones a los colaboradores en atención al cliente	Contratar a un especialista	s/. 1200.00 Mensuales	Proyector Laptop	6 meses
3	Implementar mejoras al ambiente y a los activos tecnológicos	Arquitecto y un ingeniero de sistemas (estudiante)	s/. 1500.00 Mensual	Laptop	1 mes
4	Analizar las actividades que se van realizando para la entrega de una buena mercancía	Administrador	s/. 2000.00 Mensuales	Laptop	1 año

9.4. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	2021											
				E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1	Realizar asesoramiento al dueño en atención al cliente	01-01-21	01-06-2021	X	X	X	X	X	X						
2	Realizar capacitaciones a los colaboradores en atención al cliente	01-01-21	01-06-2021	X	X	X	X	X	X						
3	Implementar mejoras al ambiente y a los activos tecnológicos	01-01-21	01-02-21	X											
4	Analizar las actividades que se van realizando para la entrega de una buena mercancía	01-01-21	01-12-21	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga del distrito de Huaraz, 2018 tienen de 31 a 50 años, son del género masculino, tienen un grado de instrucción secundario, son administradas por los propios dueños y desempeñan en el cargo de 7 a más años.

La mayoría de la micro y pequeñas empresas permanecen en el rubro de 7 a más años, tienen de 1 a 5 trabajadores laborando en la empresa, el objetivo de creación de las organizaciones es de generar ganancia.

La mayoría de los representantes de las MYPE determinan los problemas que existen en atención al cliente, también realizan implementaciones de actividades para la atención al cliente mediante estrategias y técnicas, no desarrollan capacitaciones frecuentemente para que mejoren su desempeño, casi siempre implementan los procesos de acuerdo a los resultados obtenidos de las capacitaciones, siempre las instalaciones físicas son modernas y adecuadas, casi siempre los colaboradores ofrecen un buen servicio a los clientes, siempre los trabajadores transmiten respeto y amabilidad al brindar el servicio, también garantizan honestidad en sus servicios que ofrecen, siempre la empresa muestra confianza a los clientes evitando en sufrir algún incidente en sus mercaderías, brindan información correcta de los diversos servicios que brindan, también reconocen como clientes fieles a su servicio.

Para finalizar se realizó un plan de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, con el propósito de obtener estrategias para la mejora de atención al cliente, ya que hoy en día los clientes son más exigentes y esperan buenos tratos.

RECOMENDACIONES

Asesorar al dueño de la empresa para que tenga conocimiento de cada una de las actividades que están realizando sus trabajadores y ver los procesos que están realizando, para que de esta manera haya mejoras en la empresa de acuerdo a los servicios que están brindando a cada uno de los clientes, de esa manera mejorar la imagen de la empresa.

Capacitar al personal para que tenga conocimiento de cuán importante es brindar un adecuado servicio al cliente, ya que esto les ayudara a mejorar su interés en cada una de las actividades que están realizando. Esto beneficiara a la empresa diferenciándose a las demás organizaciones y ayudara a captar nuevos clientes para seguir cumpliendo con sus necesidades y expectativas.

Implementar mejoras en el ambiente y a los activos tecnológicos para que ofrezcan una buena atención al cliente en un ambiente agradable con equipos tecnológicos bien actualizados para que el colaborador no tenga ningún inconveniente en realizar una prestación al cliente.

Analizar las actividades al momento de realizar las entregas de las mercancías y ver que estén en buenas condiciones sus productos a la hora de entrega, esto ayudara a prevenir molestias de los clientes hacia la empresa.

Aplicar el plan de mejora elaborado en la presente investigación para que de esta manera puedan dar un buen servicio de calidad a los clientes, porque según los resultados obtenidos se han encontrado varias falencias que existen en los servicios de transporte de carga terrestre del distrito de Huaraz.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanco, A., & Rivero, V. (03 de 12 de 2009). Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente. *Redalyc*, 31-42. Recuperado el 24 de 05 de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/2150/215016887004.pdf>
- Bottger, A. (14 de 09 de 2017). *Tecnología*. Recuperado el 26 de 09 de 2017, de Agencias de Noticias Orbita: <https://agenciaorbita.org/divemotor-entrega-3-camiones-freightliner-a-empresa-de-transportes-m-r-guerrero/>
- Brow, A. (1992). *Gestión de la Atención al Cliente*. Madrid: Diaz de Santos, S.A. Recuperado el 04 de 11 de 2017
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la Calidad : Conceptos, Enfoques, Modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Recuperado el 24 de 06 de 2018, de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Cano Olivos, P., Orue Carrasco, F., Martínez Flores, J., Mayett Moreno, Y., & López Nava, G. (2015). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Scielo*, 1. Recuperado el 13 de 09 de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422015000100008
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2000). *Administración de las Operaciones*. California: Nueva Librería. Recuperado el 09 de 05 de 2018
- Cenobio, J., Jaramillo, G., & Serrano, I. (2006). *Gestión de la calidad en procesos de servicios y productivos*. Mexico D.F: Instituto Politécnico Nacional Dirección de Publicaciones Tresguerras 27, 06040, México, DF. Recuperado el 24 de 10 de 2017
- Duque Oliva, E. (01 de 2005). Revisión del Concepto de Calidad del Servicio y sus Modelos de Medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales.*, 17. Recuperado el 24 de 05 de 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
- Duran, M. (1992). *Gestión de Calidad*. Madrid: Diaz De Santos. Recuperado el 19 de 10 de 2017

- Finanzas, M. d. (02 de 06 de 2013). *Ley N° 30056, publicada el 02.07.2013*. Recuperado el 05 de 11 de 2017, de Poder Legislativo: www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/...LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf
- Gálvez Rodríguez, K. C. (2017). *Aplicación del Ciclo de Deming para mejorar el nivel de servicio en la empresa J&J Transportes y Soluciones Integrales SAC, Comas*. Lima. Recuperado el 17 de 07 de 2018, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12144/Galv%C3%A9z_RKC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzales Toledo, O. E. (2016). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el uso de instrumento normativos de gestion en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro otros tipos de transporte regular de pasajeros por via terrestre, en el distrito de huaraz*. Huaraz. Recuperado el 17 de 07 de 2018, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1072/MYPE_GESTION_DE_CALIDAD_GONZALES_TOLEDO_OLIVIA_ELISABET.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- González, T., & Camisón, C. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educacion. Recuperado el 29 de 10 de 2017
- Gordón , R. (2013). *La gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán*. Ecuador. Recuperado el 22 de 11 de 2018, de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/151/1/159%20LA%20GESTI%C3%92N%20ADMINISTRATIVA%20Y%20LA%20SATISFACCI%C3%92N%20DE%20LOS%20CLIENTES%20DEL%20SERVICIO%20DE%20TRANSPORTE%20PESADO%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20TULC%C3%80N%20-%20GORDON%2C%20ROBERT>
- Horovitz, J. (2006). *Los Secretos del Servicio al Cliente*. Madrid: Pearson Educación. Recuperado el 04 de 11 de 2017
- Horovitz, J., & Jurgens, M. (2008). *La Satisfaccion total del cliente*. Madrid: McGraw - HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A. Recuperado el 04 de 11 de 2017

- INEI. (2018). *Perú: Indicadores de Empleo e Ingreso 2007-2017*. Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado el 13 de 09 de 2020, de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf
- Jimenez, D. (13 de 01 de 2011). *Cómo utilizar la cortesía en el servicio al cliente en pymes*. Recuperado el 25 de 05 de 2018, de PYMES y Calidad 2.0: <https://www.pymesycalidad20.com> > PyMEs > Calidad
- Jimeno Bernal, J. (23 de 08 de 2013). *Ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar): El círculo de Deming de mejora continua*. Recuperado el 23 de 05 de 2018, de <https://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca/>
- López Parra, M. (08 de 11 de 2013). Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente. *El Buzón de Pacioli*. Recuperado el 24 de 05 de 2018, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Muñoz, A. (1999). *La gestión de calidad total en la administración pública*. España: Diaz de Santos. Recuperado el 19 de 10 de 2017
- Najul, J. (2011). *El Capital Humano en la Atención al Cliente*. venezuela: Observatorio Laboral Revista Venezolana. doi:www.redalyc.org/html/2190/219022148002/
- Ortiz Esquivel, L. (2012). *Estudio de la Satisfacción al cliente en el marco de una empresa de transporte terrestre dentro de una comunidad andina específicamente Ecuador, Colombia y Perú*. Quito. Recuperado el 22 de 11 de 2018, de repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6939/2.39.001843.pdf;sequence=4
- Pérez, J. (2004). *Gestión Por Procesos*. Madrid: Esic Editorial. Recuperado el 30 de 10 de 2017
- Rentería, J. (11 de 06 de 2018). *¿Qué es un representante legal y qué hace?* Recuperado el 12 de 10 de 2020, de <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-y-que-hace-un-representante-legal#:~:text=Un%20representante%20legal%20es%20quien,puede%20ser%20natural%20o%20jur%C3%ADDica.&text=En%20el%20segundo%20caso%2C%20el,de%20un%20conjunto%20residencial%2C%20etc.>

- Rettis Alvarez, J. (2016). *La Atención al Cliente y la demanda de pasajes en la empresa de transportes " turismo central" en la ciudad de huanuco* . Recuperado el 17 de 07 de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041309>
- Rodríguez Garraza, T. (23 de 05 de 2018). *PDCA*. Recuperado el 05 de 23 de 2018, de de.sugestion.quned.es/ajax/ops.php?funcion=pdf&op...
- Rojas Ancacura, A. E., & Ebner Soto, V. R. (2011). *Evaluación de la calidad del servicio de transportes a personas en la ciudad de Puerto Montt*. Chile. Recuperado el 22 de 11 de 2018, de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2011/bpmfer741e/doc/bpmfer741e.pdf>
- Rosales, L. (2010). *Importancia del Servicio al Cliente*. Costa Rica: Máster Juan Pablo Corella Parajeles. Recuperado el 15 de 10 de 2017, de www.revistas.una.ac.cr/index.php/bibliotecas/article/download/383/328
- Rubio Guerrero, G., Rodríguez Barrero, M., & Uribe Macías, M. (2012). Análisis de la percepción de los clientes respecto a la calidad ...- OJS. *Dimens. empres*, 21-31. Recuperado el 19 de 06 de 2018, de ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/download/207/191
- Sanchez, B. (2006). *Las Mypes en Perú. Su Importancia y Propuesta Tributaria*. Recuperado el 05 de 11 de 2017, de revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665
- Sanmiguel Jaimes, E. (13 de 07 de 2016). Medición de la calidad percibida en el servicio mediante la herramienta SERVQUAL en tiendas de café en Santander, Colombia. *Researchgate*, 141. Recuperado el 19 de 06 de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/312212667_Medicion_de_la_calidad_percibida_en_el_servicio_mediante_la_herramienta_SERVQUAL_en_tiendas_de_cafe_en_Santander_Colombia
- Santiago , J. (25 de 09 de 2017). *Empresarial*. Recuperado el 26 de 09 de 2017, de Press Peru.com: <http://pressperu.com/dhl-express-anuncia-sus-ajustes-de-tarifas-para-2018-en-peru/>
- Segura, R. (27 de 08 de 2015). *¿Que implica un buen servicio al cliente en el transporte?* Recuperado el 10 de 10 de 2017, de Revista Transportes y

- Turismo: <http://tyt.com.mx/reportajes/servicio-al-cliente-de-excelencia-la-clave-en-las-flotas-privadas/>
- Solórzano, G., & Aceves, J. (2013). *Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente*. México: María Elvira López Parra. Recuperado el 17 de 10 de 2017, de www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf
- Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*. Mexico: Pearson Educacion. Recuperado el 24 de 10 de 2017
- Sunat. (2014). *MYPE - SUNAT*. Recuperado el 05 de 11 de 2017, de Definicion de la Micro y Pequeña Empresa: www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html
- Sutran. (29 de 09 de 2011). *Definicion del Servicio de Transporte de Carga*. Recuperado el 05 de 11 de 2017, de Transporte de Carga depits: <https://transportedecargadepits.wordpress.com/2011/09/29/definicion-del-servicio-de-transporte-de-carga/>
- Torres Noriega, G. K. (2017). *Getión de calidad bajo el enfoque de atencion al cliente en las Mypes del sector servicio, Agencia de viaje y Tours turisticos*. Iquitos. Recuperado el 17 de 07 de 2018, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044822>
- Valerie, A., Zethaml, A., Leonard, L., & Berry. (2008). *Calidad Total en la Gestion de Servicios*. Madrid España: Diaz de Santos. Recuperado el 04 de 11 de 2017
- Vertice, S. (2010). *Atención al Cliente*. España: Vertice. Recuperado el 04 de 11 de 2017
- Villafaña Figueroa, R. (25 de 08 de 2015). *Calidad Total. Conceptos Basicos Sobre la Calidad Total*, 28. Recuperado el 23 de 05 de 2018, de inn-edu.com/Calidad/CalidadTotal.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2018								AÑO 2019								AÑO 2020			
		SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X																			
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X																		
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación o docente tutor			X																	
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X																
5	Mejora del marco teórico					X															
6	Redacción de la revisión de literatura						X														
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X													
8	Ejecución de la metodología								X												
9	Resultados de la investigación									X											
10	Conclusiones y recomendaciones										X										
11	Redacción del pre informe de investigación										X										
12	Reacción del informe final											X	X								
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación													X							
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X	X					
15	Redacción de artículo científico															X	X	X			
16	Redacción de la ponencia																	X			
17	Sustentación del informe final de tesis																		X		

Anexo 2. Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
CATEGORIA	BASE	% O NUMERO	TOTAL
SUMINISTRO			
• Impresiones	0.4	40	16.00
• Fotocopias	0.10	36	3.60
• Empastado	60	1	60.00
• Papel bond A4	0.1	80	8.00
• Lapiceros	0.7	5	1.40
• Internet	0.5	200	100.00
SERVICIOS			
• Uso de turnitin	50	2	100.00
• Pago de taller curricular	2000	1	2000.00
SUB TOTAL			2,289.00
GASTO DE VIAJE			
Pasaje para recolectar información	2.0	7	14.00
SUB TOTAL			14.00
TOTAL DEL PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			2,303.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
CATEGORIA	BASE	% O NUMERO	TOTAL
SERVICIOS			
• Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital – LAD)	30	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
• Soporte informático (módulo de investigación del ERP university – MOIC)	40	4	160.00
• Publicación del artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
SUB TOTAL			400.00
RECURSO HUMANO			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
SUB TOTAL			252.00
TOTAL DE PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			652.00
TOTAL			2,955.00

Anexo 3: Consentimiento Informado

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO SERVICIO DE TRANSPORTES DE CARGA DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2018

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación titulada gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transportes de carga del distrito de Huaraz, 2018. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

Participación

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

Propósito del estudio

El propósito de estudio es investigar acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transportes de carga del distrito de Huaraz, 2018.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntara si usted utiliza la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transportes de carga del distrito de Huaraz, 2018.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasara por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costos para usted. En todo

momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negatividad a no participar en el estudio, será aceptada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, una recomendación y un plan de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será total mente confidencial, los nombres y apellidos del participante quedara a custodio del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Huaraz; Perú. Bachiller en ciencias administrativas: Vela Ayala Anthony Lider. El celular 917568193 o al correo: anthony_vela_13@hotmail.com.

Y si tienes dudas acerca de sus derechos como participante de un estudio de investigación puede comunicarse con la escuela profesional de administración al 944960380.

Consentimiento / participación voluntaria

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

Declaración del participante

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

Nombre del Participante

Firma del Participante

Nombre del Investigador

Firma del Investigador

Fecha

Hora

Anexo 4: Población

EMPRESAS QUE BRINDAN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA					
N°	NOMBRE DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE	RUC	DIRECCION	N°	TAMAÑO DE MYPE
1.	L.M.S.' SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	20407869967	A. 27 DE NOVIEMBRE	104	Micro
2.	ACUNA SIFUENTES WILBER	10333288996	AV. FRANCISCO BOLOGNESI	125	Micro
3.	ARANDA DEXTRE EUDOCIA BACILIA	10326437552	JR. CARAZ	731	pequeña
4.	CASTILLEJO QUIÑONES VERONICA	10316676206	JR. PROLONG.CARAZ	1127	Micro
5.	CONDO TAIBE MACARIO ROMAN	10292480666	JR. SIMON BOLIVAR	621	Micro
6.	CONSTRUCTORA & MINERIA CAMONES S.A.C.	20533970428	AV. ANTONIO RAYMONDI	1532	Micro
7.	CONTRATISTAS GENERALES OSIR E.I.R.L.	20488346980	AV. CONFRATERNIDAD INT.0	335	Pequeña
8.	ÑOPE MENDOZA RICARDO	10320363298	JR. LARREA Y LOREDO	761	Micro
9.	SERVICIOS MULTIPLES E INVERSIONES KUSHI S.R.L.	20449315830	JR. CARAZ	845	Micro
10.	EMPRESA DE TRANSPORTE TOTI S.R.L.	20534100141	URB.VILLAZOL	MZA.	Micro
11.	EMPRESA DE TRANSPORTES JL & OMAR E.I.R.L.	20542009510	AV. AGUSTIN GAMARRA	629	Micro
12.	EMPRESA DE TRANSPORTES JUAN MARCO S.R.	20115625234	JR.13 DE DICIEMBRE	308	Micro
13.	GUZMAN POMA MILUSKA KARINA	10316620987	AV. AGUSTIN GAMARRA	544	Micro
14.	HEREDIA MORALES CRISALDA DARIA	10316132648	SAN CAMILO	SN	Micro
15.	HUAMAN ANDRADE NORA JUANA	10316683555	VILLA SOL	MZA.	Micro
16.	HUAMAN MORI VICENTE SIMEON	10326616031	PJ. VILLON BAJO	MZ.15	Pequeña
17.	HUAMAN YAURI MARIA	10316262207	AV. ROSAS PAMPA	S/N	Micro
18.	HUANAY SALAZAR MERCEDES	10316779617	PROL. CARAZ	1282	Micro
19.	JARA OCAÑA LUIS ELIAS	10466702060	CAL. JULIO ARGUEDAS	1261	Micro
20.	JAVIER REYES FELIX JUSTO	10316105594	JR. JULIAN DE MORALES	868	Micro
21.	MONTALVO'S CONTRATISTAS E.I.R.L.	20530859623	AV. CONFRATERNIDAD INT.O	385	Micro
22.	MORENO SOLIS TELEMACO DAVID	10316528436	AV.LAS AMERICAS	107	Micro
23.	OBREGON ROSAS NORA ALEJANDRINA	10316663953	JR. COMERCIO	701	Micro
24.	ORTIZ OSORIO SANTOS ABRAHAM	10419579764	JR. 13 DE DICIEMBRE	243	Micro
25.	PARDO SANCHEZ LEIBANA FELICIANA	10080067858	JR. JULIAN DE MORALES	535	Micro
26.	PINEDO CASTROMONTE RAMON HERBERT	10316722917	JR. J M VILLANUEVA	1043	Micro
27.	PROVEEDORA FAMILAGROS S.A.C	20530717322	AV. ANTONIO RAYMONDI	1206	Micro
28.	ROSARIO PINEDA FELISA SABINA	10316144182	JR. HUALCAN	217	Micro
29.	SANCHEZ VERGARA DE CARRION DINA ELSA	10316289636	AV. TARAPACA	2033	Micro
30.	SIGUEDAS MUÑOZ HUMBERTO EULOGIO	10322684784	BARRIO VILLON BAJO	S/N	Micro
31.	SR. DE SAN MIGUEL E.I.R. L	20533937056	PJ. HUANDROY	326	Micro
32.	TRANSPORTES EFRAIN E.I.R.L.	20530838979	CAL.GABINO URIBE	298	Micro
33.	TRANSPORTES HUERTA E.I.R.L.	20531086016	PJ. PROGRESO	146	Pequeña
34.	TRANSPORTES RAMIREZ HNOS S.R.L.	20530772188	JR. TAJAMAR	114	Pequeña
35.	TRUJILLO NAVARRO JULIO LORENZO	10459710553	JR. JAVIER PRADO UGARTE.	379	Micro
36.	VEGA ACEVEDO JULIA	10322944387	MLC.SUR ESTE RIO QUILLCAY	MZA. A	Micro

Anexo 5: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga en el Distrito de Huaraz 2018 Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

• GENERALIDADES

1.1. Referente a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

<p>1. Edad a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años</p> <p>2. Genero a) Masculino b) Femenino</p> <p>3. Grado de Instrucción a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria</p>	<p>4. Cargo que desempeña a) Dueño b) Administrador</p> <p>5. Tiempo que desempeña en el cargo a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años</p>
---	--

1.2 Referente a las Características de las Micro Y Pequeñas Empresas.

<p>6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años</p> <p>7. Número de Trabajadores a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores.</p>	<p>8. Objetivo de Creación a) Generar ganancia b) Subsistencia</p>
---	---

Nota para cada ítem se considera las siguientes escalas del 1 al 5 donde:

1.Nunca	2.Muy pocas veces	3.Algunas veces	4.Casi siempre	5.Siempre
---------	-------------------	-----------------	----------------	-----------

II. Referente a la variable Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente

Línea de investigación: Gestión de calidad: Ciclo de Deming					
Planear					
9.La empresa determina los problemas existentes en atención al cliente.	1	2	3	4	5
Hacer					
10. Se realizan implementaciones de programas, técnicas y actividades para desarrollar estrategias en atención al cliente.	1	2	3	4	5
Verificar					
11. En la empresa desarrollan capacitaciones sobre atención al cliente para mejorar la eficacia de los resultados ejecutados.	1	2	3	4	5
Actuar					
12. Se implementa nuevos procesos de acuerdo a los resultados obtenidos.	1	2	3	4	5
Elementos tangibles					
13. Las instalaciones físicas de la empresa de servicio de transporte son debidamente adecuadas y cuentan con equipos modernos y adecuados.	1	2	3	4	5
14. Los trabajadores de la empresa ofrecen un buen servicio a los clientes.	1	2	3	4	5
Cortesía					
15. Los trabajadores de la empresa de transportes, les transmiten respeto y amabilidad al momento de brindar el servicio a los clientes.	1	2	3	4	5
Credibilidad					
16. La empresa garantiza honestidad en los servicios que ofrece.	1	2	3	4	5
Seguridad					
17. La empresa muestra confianza a los clientes al momento de brindar el servicio, evitando sufrir algún incidente al momento de enviar los productos de los clientes.	1	2	3	4	5
Comunicación					
18. La empresa brinda información correcta sobre los diversos servicios que ofrece a los clientes.	1	2	3	4	5
Compresión del cliente					
19. Frecuentemente la empresa reconoce a los clientes como usuarios fieles.	1	2	3	4	5

Anexo 6: Figuras

1. Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz, 2018

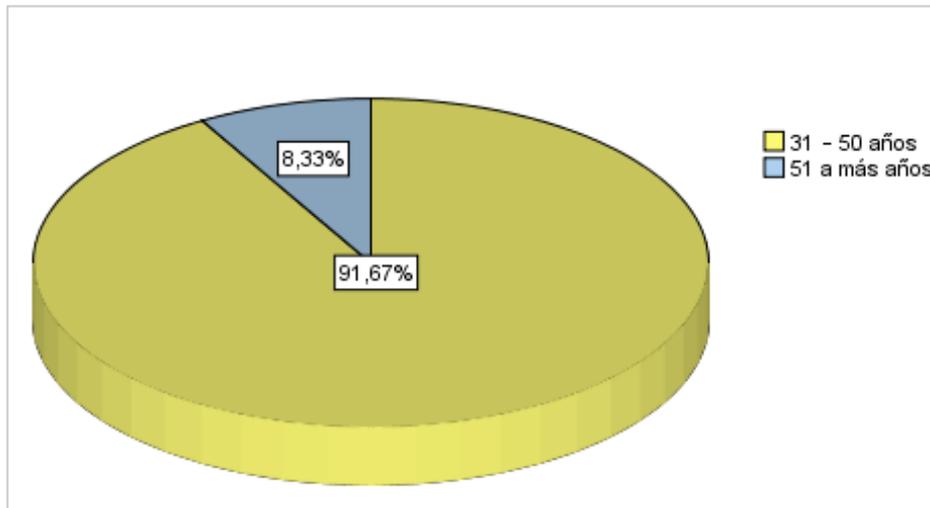


Figura 1. Edad del representante.
Fuente. Tabla 1

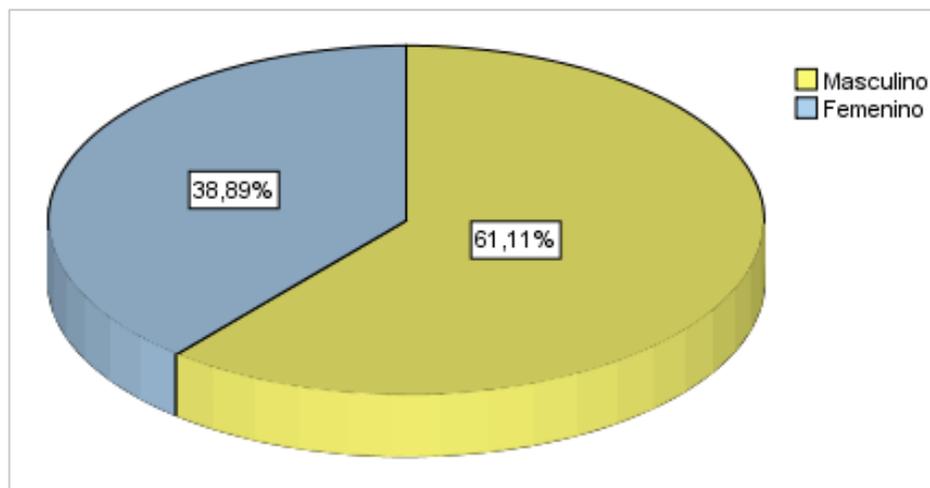


Figura 2. Género de los representantes.
Fuente. Tabla 1

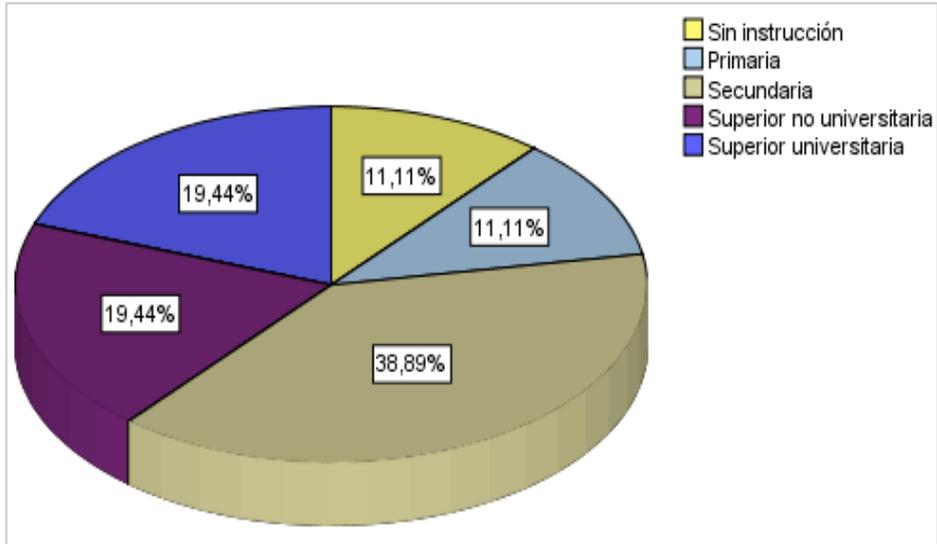


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.
Fuente. Tabla 1

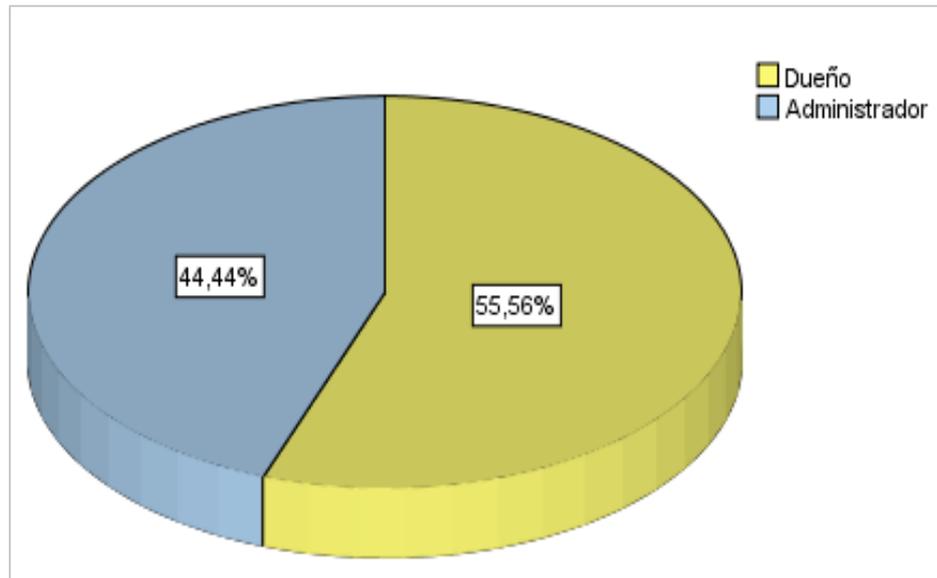


Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes.
Fuente. Tabla 1

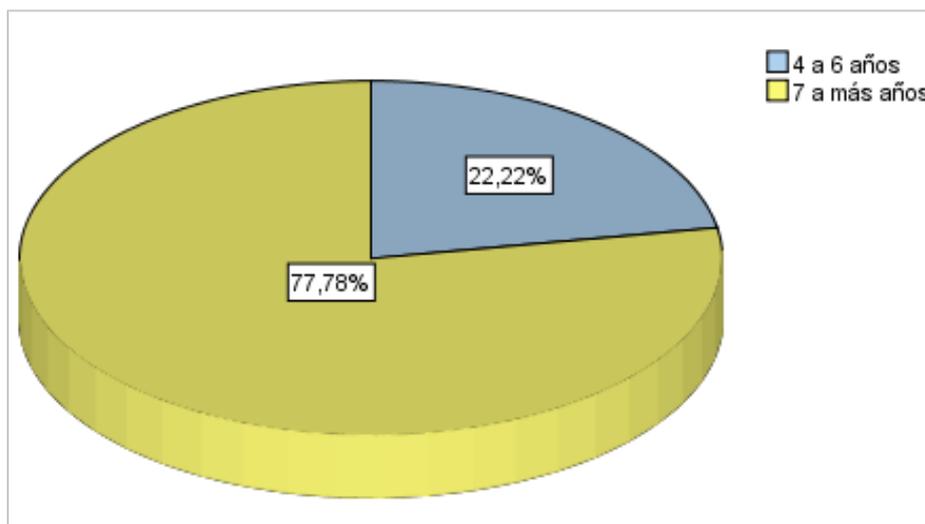


Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo.
Fuente. Tabla 1

2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga terrestre en el distrito de Huaraz, 2018

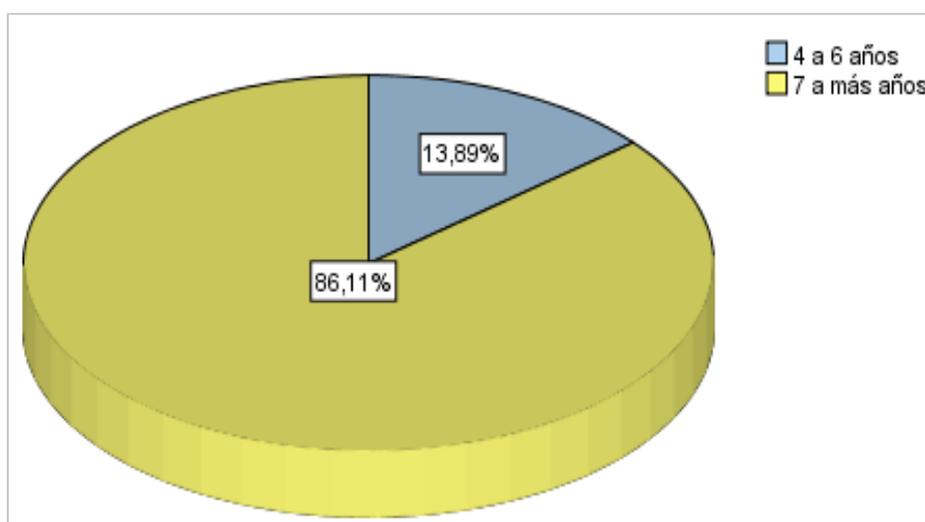


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa.
Fuente. Tabla 2

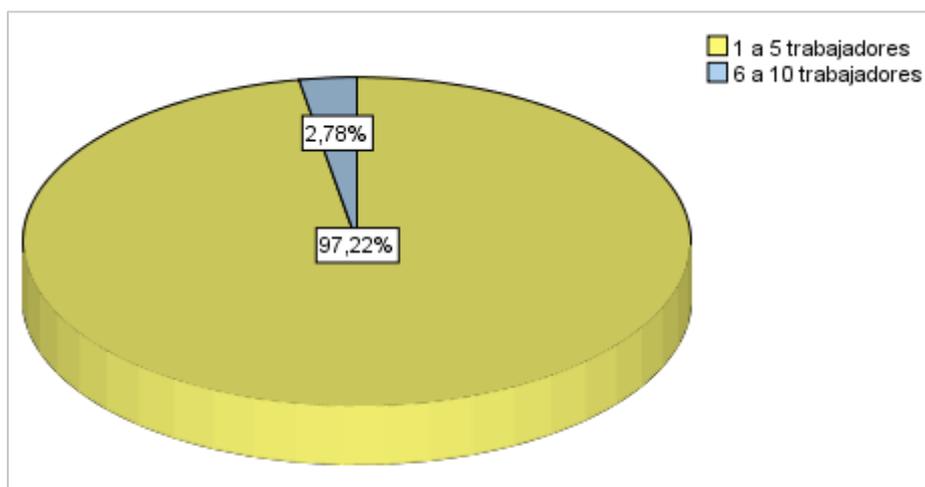


Figura 7. Número de trabajadores de las MYPE.
Fuente. Tabla 2

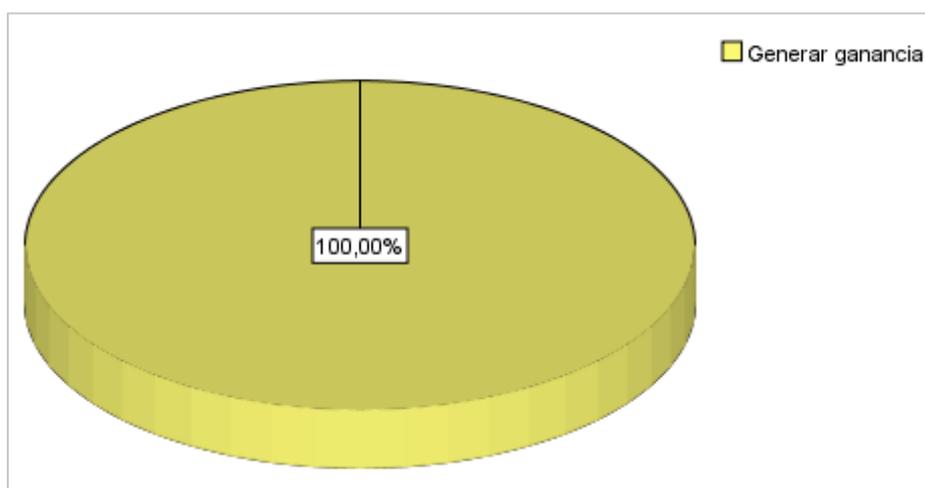


Figura 8. Objetivo de creación de la MYPE.
Fuente. Tabla 2

3. Referente a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro servicio de transporte de carga del distrito de Huaraz 2018

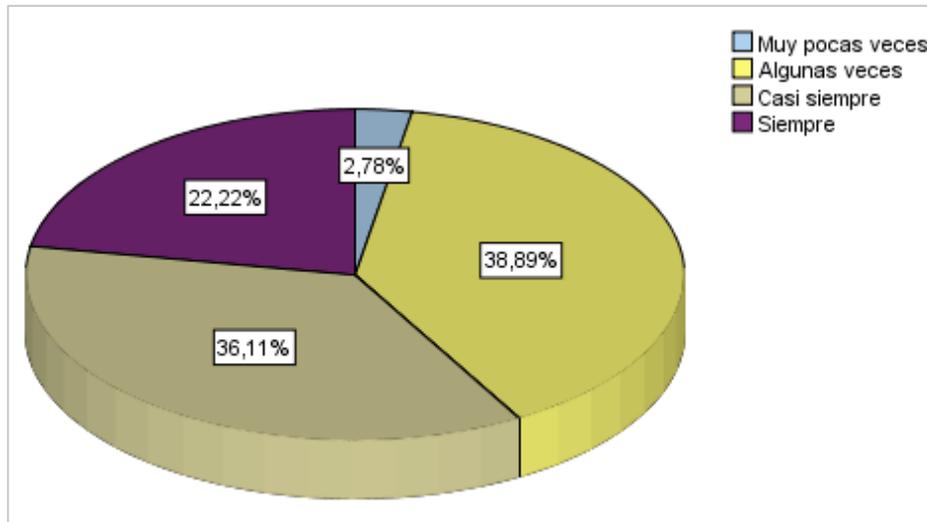


Figura 9. La empresa determina los problemas en atención al cliente.
Fuente. Tabla 3

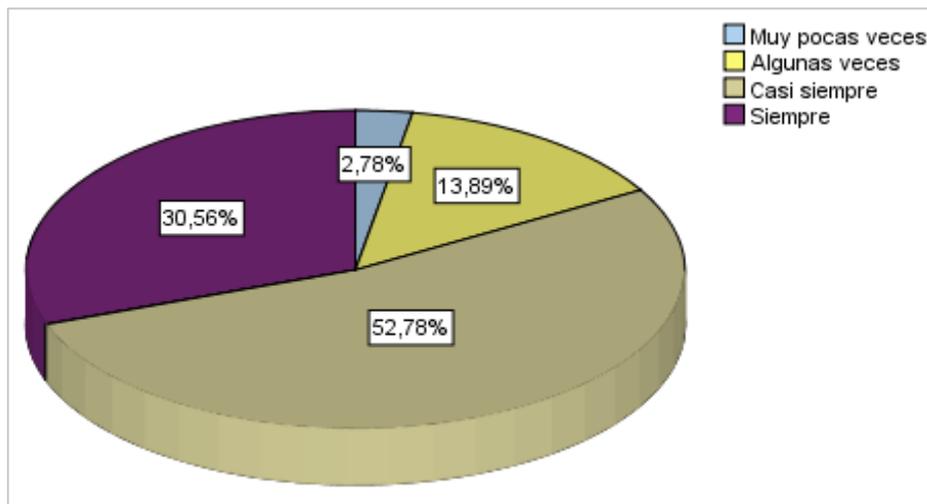


Figura 10. Se realizan implementaciones de técnicas y actividades para desarrollar estrategias.
Fuente. Tabla 3

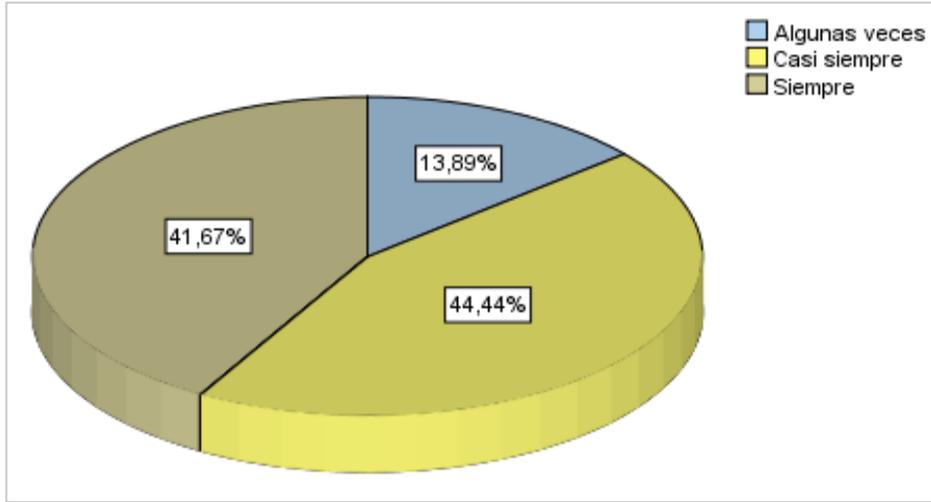


Figura 11. La empresa desarrolla capacitaciones sobre atención al cliente.
Fuente. Tabla 3

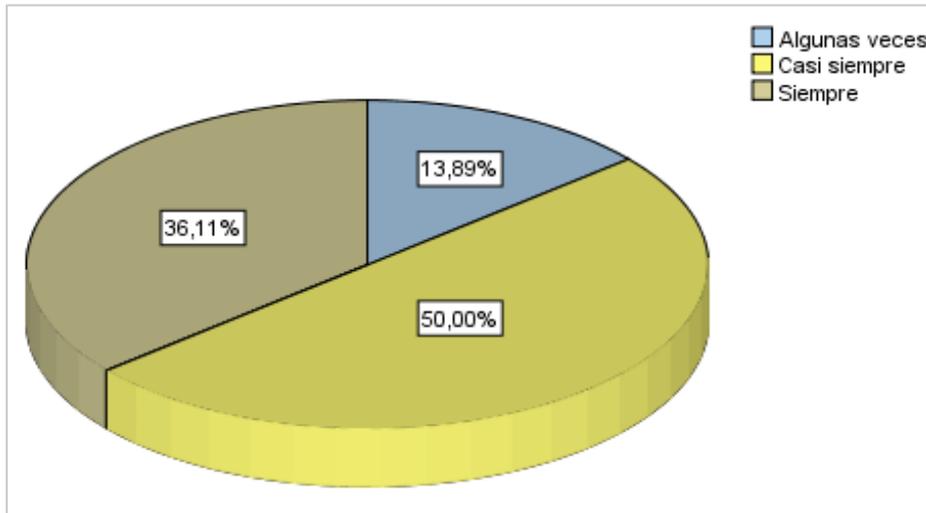


Figura 12. Se implementan procesos de acuerdo a los resultados obtenidos.
Fuente. Tabla 3

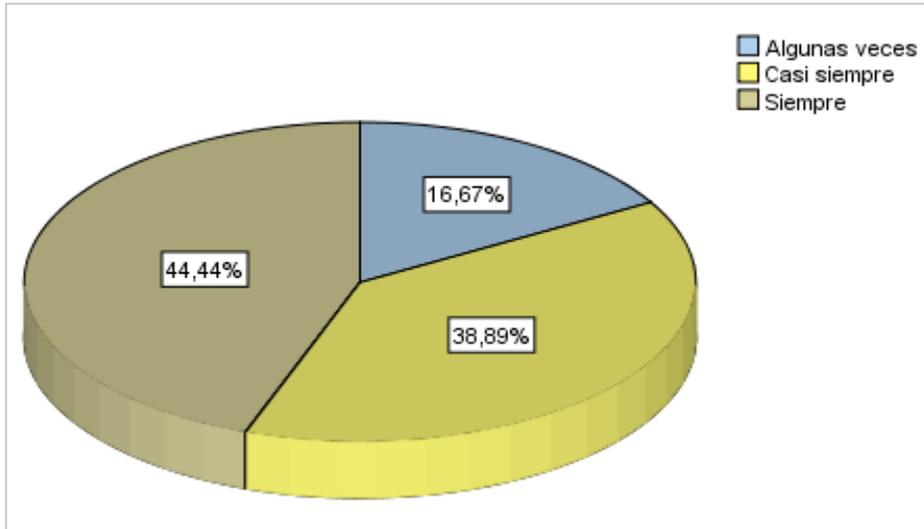


Figura 13. Las instalaciones de la empresa, equipos son adecuados.
Fuente. Tabla 3

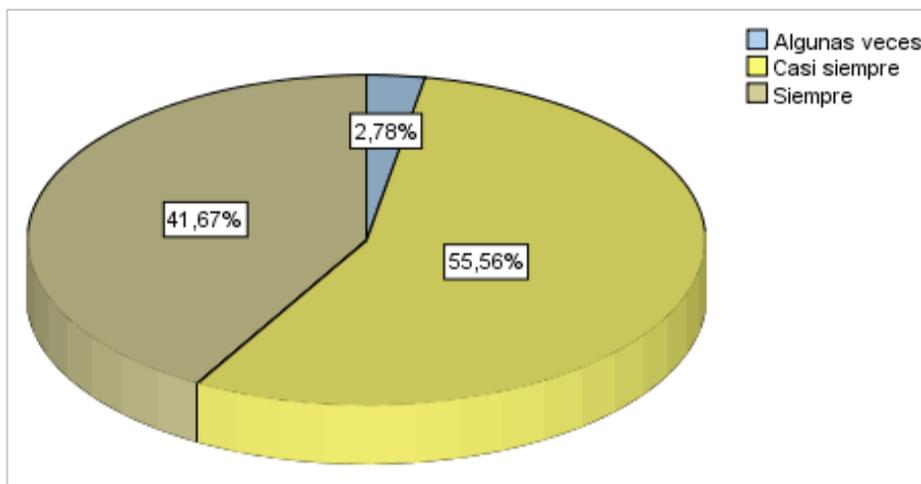


Figura 14. Los trabajadores ofrecen un buen servicio.
Fuente. Tabla 3

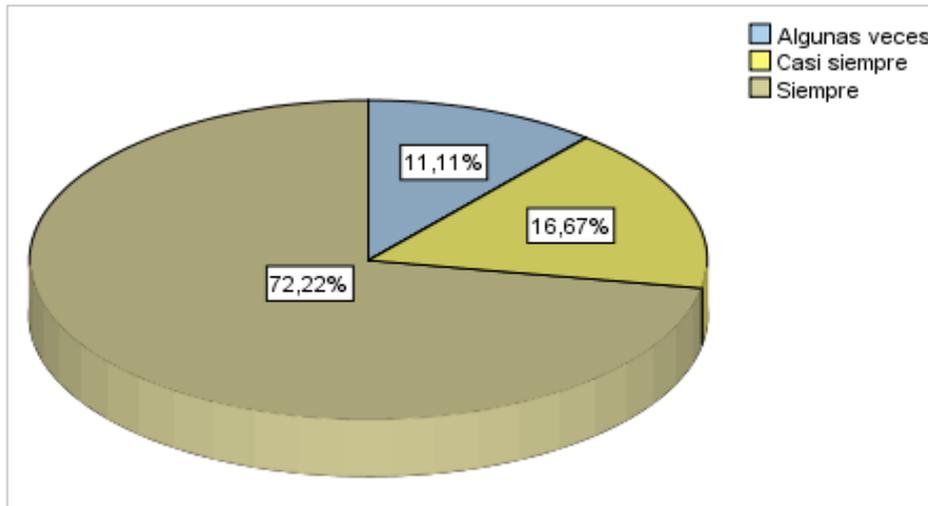


Figura 15. Los trabajadores transmiten respeto y amabilidad al momento de brindar el servicio.
Fuente. Tabla 3

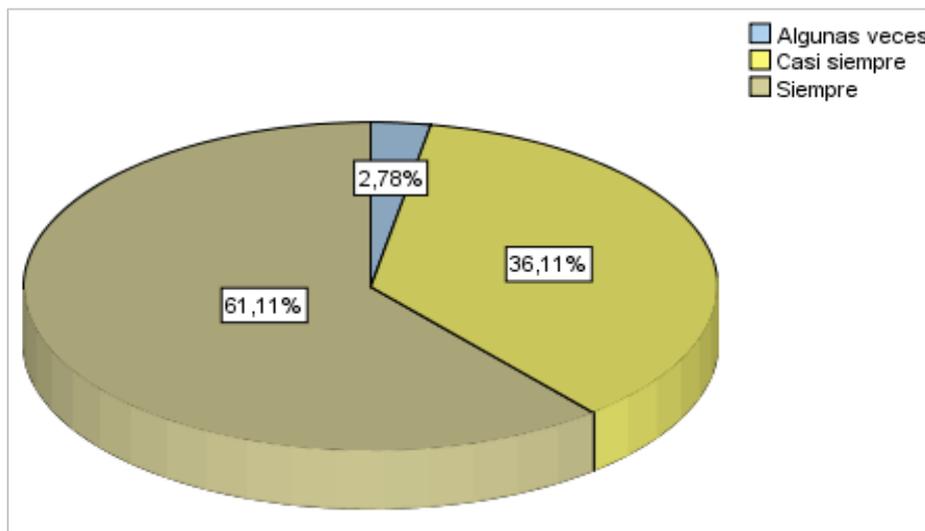


Figura 16. La empresa garantiza honestidad en los servicios.
Fuente. Tabla 3

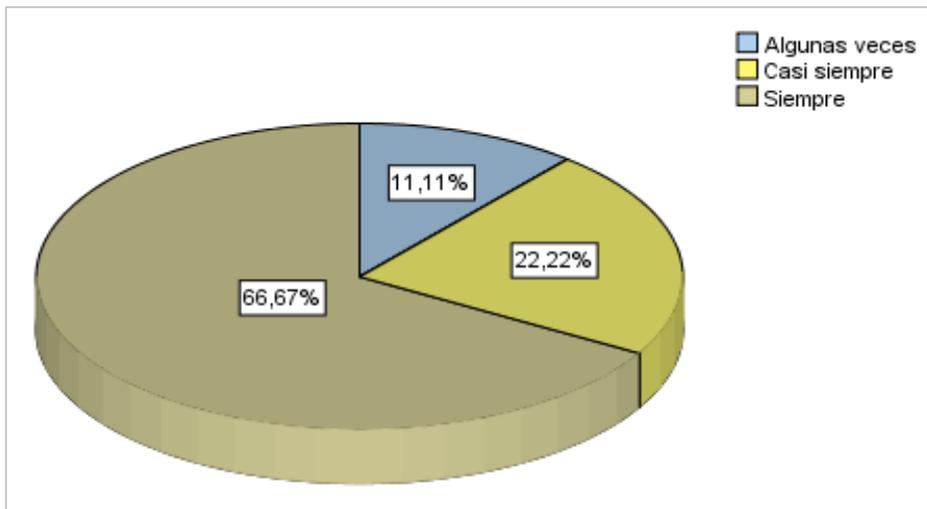


Figura 17. La empresa muestra confianza a los clientes.
Fuente. Tabla 3

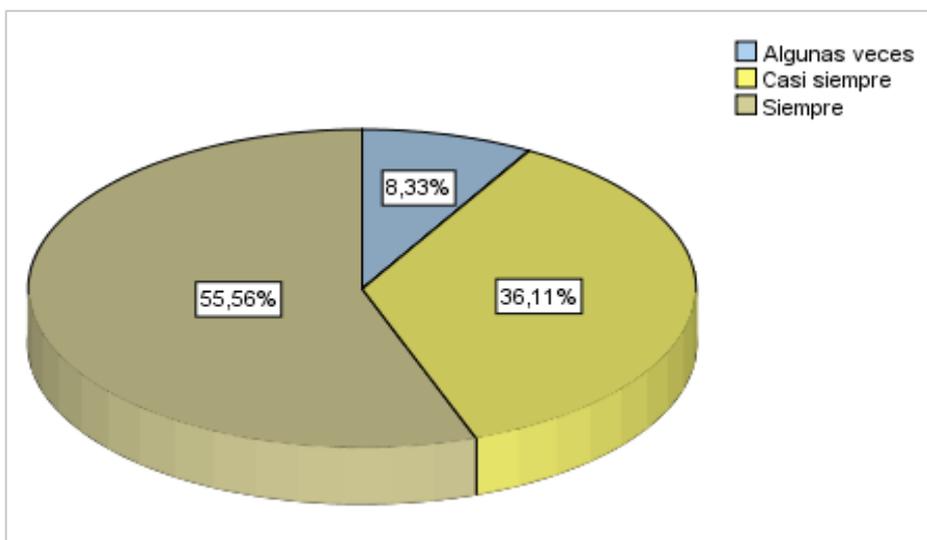


Figura 18. La empresa brinda información correcta de sus servicios.
Fuente. Tabla 3

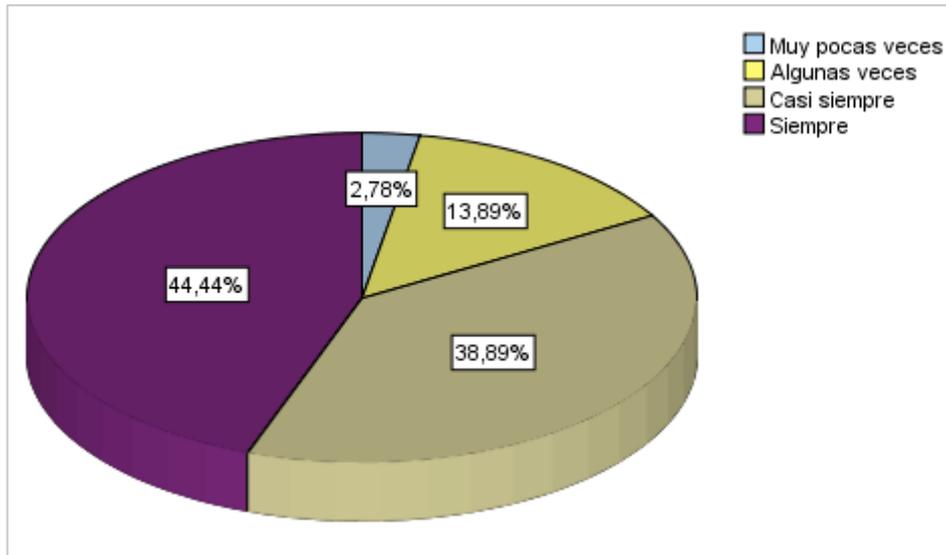


Figura 19. La empresa reconoce clientes fieles a su servicio.
Fuente. Tabla 3


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN
AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO SERVICIO DE
TRANSPORTE DE CARGA TERRESTRE EN EL DISTRITO DE
HUARAZ, 2018.
**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**
AUTOR
Br. VELA AYALA, ANTHONY LIDER
ORCID. 0000-0003-4757-539X
ASESOR
Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID. 0000-0002-6399-5928
CHIMBOTE – PERÚ
2020

Resumen de coincidencias

0 %

No existen fuentes coincidentes para este informe.