



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y
PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO
TRANSPORTE DE PASAJEROS RUTA CHIMBOTE -
NUEVO CHIMBOTE, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE,
2018

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

AUTOR

RIVERA FLORES; GINA JEMIMA
ORCID: 0000-0002-7320-0244

ASESOR:

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ
2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Rivera Flores, Gina Jemima

ORCID: 0000-0002-7320-0244

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad 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 Angel

ORCID:0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Angel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurion Medina, Reinerio

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, y junto a ella oportunidades de superación.

A mi familia en general, por sus constantes palabras de aliento y apoyo.

A la Universidad, a mis profesores, quienes a lo largo del tiempo compartieron sus conocimientos conmigo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis amados padres, quienes con su incondicional amor hicieron de mi un ser valiente, con su gran ejemplo me enseñaron a ser esforzada y disciplinada. Fueron y serán mi motor de superación siempre.

A mi querido esposo, por su comprensión y apoyo en este camino.
A mi apreciada hija, quien me anima constantemente con sus hermosas palabras a seguir adelante.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte de pasajeros, ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de información se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 27, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, por medio de la técnica de la encuesta, a través de la cual se obtuvo los siguientes resultados: el 26.70% de los representantes tiene de 18 a 30 años, el 100.00% es administrador, el 100.00% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 66.70% conoce el termino Gestión de Calidad, el 80.00% conoce atención al cliente como técnica administrativa, el 80.00% considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos, el 73.30% conoce el termino atención al cliente, el 66.70% aplica la gestión de calidad en su servicio, el 66.70% utiliza la comunicación como herramienta de comunicación, el 53.30% considera la atención personalizada como factor de calidad en su servicio, el 80.00% considera que la atención que brinda es buena. Concluyendo que: los representantes de las mypes de acuerdo a su edad cuentan con experiencia para mantener su negocio en el rubro por más de 7 años, si aplican técnicas para mejorar su gestión, identificando que la atención que brindan es buena, utilizando para ello la herramienta de comunicación.

Palabras clave: atención al cliente, gestión de calidad, micro empresa y pequeña empresa.

ABSTRACT

This research had the general objective of determining the characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the service sector, passenger transport category, Chimbote - Nuevo Chimbote route, Nuevo Chimbote District, 2018. The research was of non-experimental - cross-sectional design, for the collection of information a sample of 15 micro and small companies from a population of 27 was used, to whom a questionnaire of 23 questions was applied, using the survey technique, through from which the following results were obtained: 26.70% of the representatives are between 18 and 30 years old, 100.00% are administrators, 100.00% have from 1 to 5 workers, 66.70% know the term Quality Management, 80.00 % know customer service as an administrative technique, 80.00% consider that quality management helps achieve objectives, 73.30% know the term customer service, the 66.70% apply quality management in their service, 66.70% use communication as a communication tool, 53.30% consider personalized attention as a quality factor in their service, 80.00% consider that the attention they provide is good. Concluding that: the representatives of the mypes according to their age have experience to maintain their business in the field for more than 7 years, if they apply techniques to improve their management, identifying that the attention they provide is good, using the communication tool.

Keywords: Quality management, customer service, micro and small businesses.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	9
III. Hipótesis.....	42
IV. Metodología.....	43
4.1. Diseño de la investigación.....	43
4.2. Población y muestra.....	43
4.3. Definición y operacionalización de variable.....	44
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	46
4.5. Plan de análisis.....	46
4.6 Matriz de consistencia.....	47
4.7 Principios éticos.....	48
V. Resultados.....	49
5.1 Resultados.....	49
5.2 Análisis de resultados.....	55
VI. Conclusiones.....	71
Aspectos complementarios.....	72
Referencias bibliográficas.....	73
Anexos.....	78

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.....	49
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.....	50
Tabla 3. Características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.....	51
Tabla 4. Plan de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.....	54

Figuras (anexos)

Figura 1. Edad del representante.	92
Figura 2. Genero del representante.	92
Figura 3. Grado de instrucción del representante.	92
Figura 4. Cargo que desempeña el representante.	93
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo el representante.	93
Figura 6. Permanencia de la empresa.	93
Figura 7. Número de trabajadores.	94
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.	94
Figura 9. Objetivo de creación de la empresa.	94
Figura 10. Conoce el término Gestión de Calidad.	95
Figura 11. Qué técnica de gestión de calidad conoce.	95
Figura 12. Dificultades presentadas en la implementación.	95
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento.	96
Figura 14. La gestión de calidad mejora su negocio.	96
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos.	96
Figura 16. Conoce el termino atención al cliente.	97
Figura 17. Aplica gestión de calidad en su servicio.	97
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que regrese.	97
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.	98
Figura 20. Factores de calidad en su servicio.	98
Figura 21. La atención que brinda al cliente.	98
Figura 22. La mala atención es.	99
Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente.	99

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas en el Perú es un fenómeno que se manifestó con firmeza en los años setenta proveniente de dos causas, la caída de la modificación del sistema agrario del gobierno del ex presidente Velasco Alvarado que dejó sin empleo a muchas personas del campo, y el sector industrial no tenía suficiente capacidad para emplearlos, es entonces donde estas personas sin trabajo y con necesidad económica deciden crear sus propios negocios para poder generar ingresos, muchos de ellos decidiendo migrar a la capital, es ahí que se hace notar la creatividad e ingenio del peruano para poder subsistir.

Las micro y pequeñas empresas en su mayoría son formadas y puestas en ejercicio por personas con espíritu emprendedor, pero con falta de empleo, y que tienen la necesidad de generar ingresos para su hogar para la sostenibilidad de su familia y lograr una mejor calidad de vida. Pero a lo largo de la carrera en el mercado, algunas se quedan en los primeros años de vida, o como otras que logran mantenerse, o expandirse y llegar hacer grande empresa.

Las micro y pequeñas empresas son piezas fundamentales para el crecimiento y progreso de un país, ya que coopera en la creación de empleos, así como también le añade peso a la participación total de empresas, contribuye en el aumento del Producto Bruto Interno (PBI), y asciende las estadísticas de la Población Económicamente Activa (PEA).

La importancia de las Mypes se puede observar en la generación del empleo, ya que es una principal fuente de esta, brindándoles oportunidad de trabajo a las personas desempleadas, así como también es el motor de la actividad económica en el país, las

Micro y pequeñas empresas otorgan el 75% de empleo a los ciudadanos a nivel nacional, convirtiéndose en una población económicamente activa (Andina, 2018).

A pesar de su importancia, las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte tienen ciertas dificultades como lo es la gestión de calidad en cuanto a la organización de su personal para darle atención al cliente y la insatisfacción de estos por el mal servicio recibido.

Pero esta problemática no solo aqueja a las mypes peruanas si no también afecta al ámbito internacional como lo es el caso de los países de Europa. Por ejemplo en España según la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana empresa (2016) manifiesta que si bien las pequeñas y medianas empresas son el centro de atención por su capacidad en la generación de empleo y por su ayuda en la incrementación de las riquezas, aún necesitan de técnicas y estrategias para la toma de decisiones para la mejora continua de su gestión de calidad, como lo es la reeducación constante de su capital humano, expone que son dificultades que aún limitan su desarrollo y no las hace capaces de afrontar retos competitivos.

Siguiendo por América empezamos por la Central y nos encontramos con una de las potencias mundiales como lo es Estados Unidos donde el 99% de sus empresas son MIPYMES, que abastece el 75% de los nuevos empleos que se origina cada año, aportando con el 40,9% en las ventas privadas. A pesar de todo esto los datos registran que el 40% de estas empresas desaparece antes de los 5 años. Mientras que el resto logra ascender a la segunda y tercera generación. Pero sus necesidades son similares a la de otros países, requieren de preparación y capacidad para abrir mercados, y sobre todo necesitan refuerzo para su habilidad empresarial (Muñoz, A. y Mayor, M., 2016).

Pasando por América Latina empezamos por México donde el 95.2% son microempresas, que brinda trabajo al 45.6% de la población, mientras que las pequeñas empresas representan el 4.3% y brindan empleo a 23.8% , y el 47.1% de estas empresas se dedican al sector servicio, pero entre los problemas primarios que afectan a estas mypes se encuentran el acceso y funcionamiento al mercado de bienes y servicios producidos por una deficiente gestión de calidad y cooperación empresarial, entre otros de carácter particulares, según Muñoz, A. y Mayor, M., (2016). En el sector servicio de transporte público en la ciudad de Toluca en México también se presentan deficiencias principalmente en los niveles tácticos y estratégicos, así como también existe una escasa intervención pública que se encargue de regular el servicio, por lo tanto, no existe un esquema de regulación que garantice la calidad para un servicio deseado

Algo similar ocurre en el país de Bolivia, donde se reconoce la importancia de las mypes, por su contribución a la incrementación del empleo, pero en detalle el sector servicio contribuye al PBI en un aproximado de 9,000 dólares mensuales, se conoce también que estas mypes operan bajo una conducta de negocio familiar y casi siempre la persona que ocupa el liderazgo no posee formación y capacitación necesaria para administrar la organización con herramientas y técnicas de gestión de calidad, por lo cual entonces la administración que ejercen es empírica . El servicio de transporte en la ciudad de La Paz, se estima que es de mala calidad por factores como el desgaste de la unidad que presta el servicio, falta de ofertas, faltas en el cumplimiento del servicio como la ruta y/o horario, pésima atención al cliente, etc. (Patzí, 2017).

Llegando a Perú se puede observar que, según Andina (2018) el 99.8% de empresas son mypes, y el 96.6% representan el total de empresas existentes en nuestro

país. La mayoría de estas; evidencian deficiencias en su proceso administrativo en el escaso uso de técnicas de gestión debido a la falta de preparación de los micro y pequeños empresarios.

El sector servicio de transportes en Perú representa el 4.9% del PBI, logrando incrementarse en un 3.13% a comparación del mes de junio del año pasado, mostrando un aumento considerable, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017). En Lima en el sector servicio de transporte público el problema más relevante es el de gestión de calidad, puesto que así lo demuestra (Chávez, Quezada y Tello, 2017) quienes afirman que el problema está en la falta de disponibilidad de los empleados hacia la solicitud del cliente, viéndose reflejado en la falta de seguridad emocional que se otorga al cliente por la escasa amabilidad que presenta el empleado, además de la falta de empatía que se demuestra, de no preocuparse por el interés del usuario.

Algo parecido ocurre en la provincia de Ancash, quien hasta el 2014 era la sexta región que más aportaba al Valor Agregado Bruto Nacional, siendo el 3.7% proveniente de transporte y almacén, y su PBI per cápita era del 94% del promedio nacional. El 2.9% de las mipymes formales en el país lo aportaba Ancash (43,112 micro, 2, 584, pequeñas empresas), según el Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2016).

Aproximándonos a nuestro ámbito de estudio, según (Barbarán, Arteaga, Caballero, Rodríguez, Neciosup, 2018) en la provincia del Santa existe un aproximado de 27, 446 de micro y pequeñas empresas, 16,526 pertenecientes al distrito de Chimbote, 9, 062 al distrito de Nuevo Chimbote, 1,071 al distrito de Santa, 787 al

distrito de Coishco. De las cuales una muestra de 380 mypes consideran como una de sus limitaciones para el desenvolvimiento de su empresa, la escasa calidad y disponibilidad del recurso humano, siendo el factor importante la capacidad de tomar decisiones, capacidad de trabajo en grupo, formación y experiencia previa.

En el distrito de Nuevo Chimbote donde se desarrolló nuestra investigación, al igual que en todo el país, las mypes normalmente son administradas por una organización familiar y de manera empírica por lo tanto desconocen las técnicas administrativas que pueden emplear y el beneficio que pueden adquirir, por lo tanto se enfrentan a situaciones desafiantes como lo es la mala administración en cuanto a Gestión de Calidad, siendo muchas veces el motivo del declive de la empresa, ya que no están capacitados ni formados para una buena administración.

Todo esto genera un mal manejo en la empresa, al no reconocer la importancia de la técnica de atención al cliente la organización entra en un estado de paralización ya que no puede obtener un aumento en sus ingresos por la escasa fidelización de clientes o la pérdida de estos.

Por lo anteriormente mencionado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, 2018 y cómo se mejoraría?

Para poder encontrar una respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro

transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Para lograr alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Definir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Identificar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Elaborar un plan de mejora a la investigación de Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

La investigación se justifica porque se desarrolló en un marco de impulso a las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte de pasajeros del Distrito de Nuevo Chimbote, ya que con la investigación se logró proponerle un plan de mejora. Así mismo se justifica por que brinda información e invoca a la auto reflexión de los representantes de las mypes del sector de estudio, al reconocer con facilidad como se puede dirigir una organización con una gestión de calidad adecuada en atención al cliente, logrando así que el administrativo fidelice a su comprador y evite perdidas en sus ganancias, obteniendo la competitividad en el mercado. Se justifica también porque ayuda a evitar errores y riesgos futuros, en los posibles emprendedores que aventuren a incursionar en el sector servicio – rubro transporte,

tomando así decisiones premeditadas. Esta investigación se justifica también porque facilita información detallada y explícita a la sociedad en general, ya que describe las principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte. Además, este trabajo de investigación será de beneficio para estudiantes, ya que se podrá usarse como herramienta de consulta, pudiendo recopilar información certera para la elaboración de trabajos de investigación. La presente investigación aporta también como base para futuras investigaciones que se desarrollen dentro del ámbito geográfico de la región y el país, que busquen profundizar más en el tema de Gestión de Calidad en atención al cliente, tomando en cuenta que el elemento principal en una organización es el cliente. En la investigación se utilizó la metodología de tipo cuantitativo, descriptivo, el diseño fue no experimental – transversal, fue no experimental porque no se manipuló a la variable Gestión de Calidad en atención al cliente, se describió tal y como se presenta en la actualidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro transporte de pasajeros, fue transversal porque la investigación se realizó en un tiempo determinado teniendo una fecha de inicio y final en el año 2018, fue descriptivo porque se describió las principales características de Gestión de Calidad en atención al cliente. Para la recolección de información se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 27, a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado por 23 preguntas: 5 referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 referente a las características de las micro y pequeñas empresas, 5 referente a la gestión de calidad, y 9 referente a la técnica administrativa Atención al Cliente; obteniendo así los siguientes resultados: el 26.70% de los representantes tiene de 18 a 30 años, el 46.70% es de sexo masculino, el 100.00% es administrador, el 53.34% tiene de 7 años

a más en el cargo, el 100.00% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 53.30% de los trabajadores son personas no familiares, el 60.00% tiene como objetivo de creación generar ganancia, el 66.70% si conoce el termino Gestión de Calidad, el 80.00% conoce atención al cliente como técnica administrativa, el 100.00% si considera que la Gestión de Calidad mejora su negocio, el 80.00% considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos, el 73.30% si conoce el termino atención al cliente, el 66.70% si aplica la gestión de calidad en su servicio, el 66.70% utiliza la comunicación como herramienta de comunicación, el 53.30% considera la atención personalizada como factor de calidad en su servicio, el 80.00% considera que la atención que brinda es buena, como resultado de una buena atención el 40.00% obtuvo clientes satisfechos y el otro 40.00% obtuvo la fidelización sus clientes. Se tuvo como conclusión que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte de pasajeros dicen conocer y aplicar la técnica administrativa atención al cliente, pero lo aplican de manera muy básica; desaprovechando así los beneficios que las herramientas de la técnica administrativa le ofrecen.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Antecedentes internacionales

Medina (2018) en su tesis *Mejoramiento de la atención al cliente de Colombia Pizza*, tiene como objetivo general: contribuir en el mejoramiento del servicio y atención al cliente en Colombia Pizza, poniendo en práctica los diferentes métodos y actividades para lograr la calidad del servicio. Sus objetivos específicos son: Identificar las expectativas que los clientes tienen sobre el servicio adquirido, de la microempresa a sus públicos. Analizar los factores comunicativos que influyen en la prestación del servicio. Seleccionar y estructurar las estrategias de comunicación que permitan abordar las expectativas del servicio. Aplicar las estrategias planteadas para la prestación de un buen servicio. La investigación fue descriptiva – correlacional – cuantitativo, su población muestral fue de 137 clientes, utilizó la técnica de encuesta, con un cuestionario de 11 preguntas como instrumento, obteniendo los siguientes resultados: El 52.9% considera que encuentra la información necesaria dentro de los materiales de información, el 73.9% demora en el cumplimiento del tiempo de entrega más de 5 a 10 minutos a lo prometido por el personal, el 79,8% coincide con el personal está poco capacitado, el 77.2% que refiere al poco interés que brinda el personal, el 68.4% contestó que a veces se da una atención personalizada al cliente, el 73,3% considera que la cortesía brindada durante el proceso de entrega fue normal, el 69.9% fueron atendidas de manera normal las necesidades concretas del cliente, La confianza es neutral de los clientes a la empresa con el 71.3%, el 84.9% no está satisfecho con el servicio que le brindó la empresa, el 91.4% no está satisfecho a causa de la impuntualidad, El 79.8% señala que se debe mejorar el tiempo de entrega. La investigación concluye que; el buen manejo de la comunicación dentro de las

organizaciones es primordial debido a que esto incentiva a las personas a ser cada día mejores. El trabajo en equipo es un aspecto primordial dentro de la empresa, y para ello la comunicación es un proceso que genera entendimiento entre el personal.

Morán (2016) en su investigación *Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas – Ecuador desde la óptica del usuario*, su objetivo general es analizar la calidad de servicio de transporte urbano, siendo sus objetivos específicos el indicar el número de cooperativas de transporte urbano de buses y los principales problemas que repercuten al momento de brindar el servicio según las cooperativas, explicar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte urbano, identificar las fortalezas y debilidades del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas. Su investigación fue de tipo descriptivo, usando la técnica de la encuesta a los usuarios y entrevista a los directivos, obteniendo como resultado, que el 95.82% está insatisfecho en cuanto al trato por parte de los choferes y cobradores, el 79,61% está insatisfecho en cuanto a comodidad y limpieza, el 70,76% está de acuerdo en que se deben capacitar a los choferes y cobradores en el trato que entregan, la calidad de servicio de transporte en Esmeralda presenta múltiples deficiencias debido a la falta de evaluaciones al servicio.

Antecedentes Nacionales

Arenas (2020) en su investigación *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las mypes del sector servicio, rubro transporte interprovincial del distrito de amarilis-huánuco, 2020*, tuvo como objetivo

general determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco. Para conseguir el objetivo general planteó los siguientes objetivos específicos; identificar las características de los representantes de los MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Describir las características de las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Establecer las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación, para las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial en el Distrito de Amarilis-Huánuco 2020. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal. La población fue de 10 MYPES, la muestra es no probabilístico; muestreo poblacional, como técnica se utilizó la encuesta, instrumento fue el cuestionario, conformado por 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 70% tiene entre 31 a 50 años, el 70% son de género masculino, el 40% tiene estudios básicos, el 80% son dueños de los MYPES, el 50% tiene más de 7 años como dueño y administrador de su negocio, el 60% tiene de 6 a 10 trabajadores, el 60% tiene como trabajadores a personas no familiares, el 60% manifiesta que sí conocen lo que significa Gestión de Calidad, el 60% manifiesta que existe poca iniciativa para la implementación de la Gestión de Calidad, el 90% conoce la observación como técnica de medición de rendimiento, el 100% afirma que la gestión de calidad sí contribuyen al rendimiento del negocio, el 100% asegura que a través de la gestión de calidad se consigue los

objetivos y metas de la empresa, el 100% sí conocen el término la atención al cliente, el 50% afirma que sí aplican en los servicios de atención al cliente la gestión de calidad, el 90% utiliza la comunicación como herramienta para lograr un servicio de calidad, el 50% utiliza la atención personalizada, el 80% ofrece una buena atención a sus clientes, el 60% utiliza la amabilidad para mejorar la atención al cliente, el 60% considera mejorar la calidad del servicio con las estrategias que utiliza para la satisfacción del cliente, el 60% piensan haber logrado como ventaja la rentabilidad al ofrecer una buena atención al cliente. La investigación concluye que; la mayoría de los representantes tienen conocimiento del término gestión de calidad, y presentan dificultades en sus colaboradores lo que impide la implementación de la misma, debido a la poca iniciativa.

Ojanama (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa –Aguaytia, Región Ucayali, año 2018*, su objetivo general fue determinar si las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región de Ucayali, año 2018 aplican gestión de calidad a expectativas del cliente. Sus objetivos principales fueron: determinar la importancia de la gestión de calidad en las organizaciones dedicadas al servicio de transporte terrestre de pasajeros, determinar la satisfacción óptima y confiable del usuario en la gestión de calidad haciendo el servicio más consistente, decidir el uso correcto de los procedimientos de gestión de calidad que es una herramienta útil en la satisfacción del usuario. La investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo con un diseño no experimental descriptivo, tuvo una población de 37 mypes y una muestra de 18, se aplicó un temario

de 18 preguntas a través del cual se obtuvo los siguientes resultados: el 44.4% tienen de 18 a 29 años de edad, el 66.7% varones, el 38.9% tienen estudios superiores universitarios, el 66.7% si conocen y utilizan las técnicas de gestión empresarial, el 38.9 utilizan un plan de trabajo para mejorar la calidad en los servicios que brinda al usuario, el 88.9% si aprecian resultados en el cumplimiento de sus objetivos al aplicar una gestión de calidad, el 94.4% si definen su estructura organizativa, el 100% indican que si es importante poner en práctica los valores y ética en la organización, el 72.2% si conceptualizan y exhiben la misión y visión de su organización, el 72.2% indican que aplicando la gestión de calidad han obtenido mayores ventas, el 88.9% que si promocionan sus ventas para obtener nuevos usuarios, el 66.7% cuenta con autos, minivan y autobuses que cumplen con los estándares de seguridad requeridos por el Ministerio de Transportes y comunicaciones, el 83.3% manifiestan que los choferes que hacen las rutas si están bien capacitados ante cualquier eventualidad en el transcurso del viaje, el 100% de las organizaciones si se esmeran en dar buen trato amable, puntual y servicial a sus usuarios, el 88.9% si toman en cuenta las sugerencias que los usuarios dan, para que los ayude a mejorar el servicio, el 50% indica que su personal de oficina es capacitado por lo menos 2 veces al año para dar un servicio óptimo al usuario, el 100% si es importante tener tarifas con precios accesibles para sus usuarios, el 100% manifiesta que el personal de la empresa si da información oportuna y verídica al usuario. Concluye que; un gran porcentaje son muy jóvenes de género masculino, con un grado de instrucción universitaria. Tienen conocimiento sobre técnicas de gestión empresarial, utilizan documentos de gestión como el plan de trabajo, aprecian buenos resultados al utilizar un sistema de gestión de calidad, definen muy bien su estructura organizativa, consideran que es muy importante poner en

práctica la ética y valores en la organización, exhiben y cumplen con cabalidad la misión y visión, enfocándose en lo que creen fundamental que son mayores ventas, dejan de lado muchas veces la satisfacción de los usuarios. Consideran importante realizar promociones de ventas para obtener nuevos usuarios y mantenerlo satisfechos sus necesidades, cumplen los estándares requeridos por el Ministerio de transportes y comunicaciones, los choferes están bien capacitados para brindar un buen servicio de calidad, brindan un trato amable y servicial hacia los usuarios, toman en cuenta sugerencia de los usuarios para mejorar el servicio, tienen personal capacitado para brindar buen servicio, tienen en cuenta la economía del usuario para poner tarifas justas y accesibles, brindan información precisa y verídica de los acontecimientos antes, durante y después de utilizar los servicios.

Quispe (2020) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de la mype del sector servicios rubro transporte urbano de pasajeros línea 15 de la ciudad de Juliaca región Puno año 2019*, tiene como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPE. Sus objetivos específicos son; describir las principales características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio rubro transporte urbano de pasajeros de la línea 15 de la ciudad de Juliaca del año 2019, describir las principales características de la atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro transporte urbano de pasajeros de la línea 15 de la ciudad de Juliaca del año 2019. La investigación fue descriptiva de nivel cuantitativo, y de diseño no experimental, corte transversal, la población y muestra estuvo conformada por 1 mype, utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario a través de la cual

obtuvo los siguientes resultados: el 64% sí conoce el término gestión de calidad, el 64% conoce otras técnicas modernas sobre gestión de calidad, el 72% indica que la empresa tiene definida su misión y visión, el 44 % considera prioritario la atención al cliente para determinar la calidad en su empresa, el 68% presenta como dificultad la poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad, 100% manifiestan que planifican sus actividades para brindar un servicio de acuerdo a las necesidades de los usuarios, el 100% considera que la gestión de calidad contribuye en la mejora del servicio, el 100% considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar sus objetivos, el 88% cuenta con un plan de solución ante alguna emergencia que se pueda suscitar durante el servicio, el 100% no cuenta con una base de datos de sus usuarios, el 92% utiliza la estrategia de buena atención a sus clientes, el 100% sí toma en cuenta las sugerencias y reclamos para mejorar el nivel de servicio, el 100% considera que una atención eficiente puede generar competencia, 64% han manifestado que su personal si está capacitado para brindar una atención adecuada, el 56% manifestaron que el impacto que tiene enfocarse en los usuarios, es lograr clientes satisfechos, el 92% indicaron que conocen el procedimiento adecuado para atender a sus clientes, el 76% no evalúa el nivel de satisfacción de los clientes, el 96% si toma en cuenta las experiencias ocurridas con el fin de mejorar su servicio, el 100% si comunica de manera adecuada a sus clientes cualquier cambio ocurrido en la empresa. La investigación concluye que no se implementó técnicas modernas de gestión de calidad, asimismo los socios consideran como prioridad la atención al cliente para determinar la calidad de la empresa, sin embargo la mayoría tiene la dificultad para implementar la gestión de calidad debido a la poca iniciativa.

Villacorta (2019) en su tesis *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, trujillo 2018*, tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Para obtener el objetivo general se planteó objetivos específicos: Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del rubro – restaurante de dos tenedores en el distrito de Huaraz, 2014. Identificar las siguientes características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del distrito de Huaraz, 2014. La investigación fue cuantitativa de nivel descriptivo de diseño no experimental, la población y muestra estuvo conformada por 11 mypes, La técnica e instrumento utilizado fue la encuesta y cuestionario, a través del cual se obtuvo los siguientes resultados: el 55% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 64% son de género masculino, el 55% tiene grado de instrucción superior universitario, el 82% son dueños, el 45% tiene más de 7 años desempeñándose en el cargo, el 55% manifiestan que la permanencia de la empresa en el mercado es de más de 7 años, el 91% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 82% expresan que las personas que trabajan no son familiares, el 100% manifiesta que el motivo de creación de las Mypes es para generar ganancias, el 45% tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad, el 100% conoce la atención al cliente, el 82% manifiesta que las dificultades de los trabajadores es que no se adaptan a los cambios, el 82% manifiesta que utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 100% manifiesta que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, el 100% manifiesta que la gestión de calidad si permite que la empresa alcance los objetivos y metas de la

empresa, el 64% si conoce el termino atención al cliente, el 100% aplica la gestión de calidad en el servicio al cliente, el 92% manifiesta que si es fundamental la atención al cliente para que este regrese, el 64% utiliza la comunicación para brindar un buen servicio, el 55% manifiesta que el principal factor que utilizan en la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos, el 82% manifiesta que brinda una buena atención al cliente, el 73% manifiesta que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores, el 36% menciona que los clientes están satisfechos, el 36% nos menciona que han incrementado en las ventas. La investigación concluye que; los empresarios si conocen gestión de calidad y atención cliente, y la dificultad de los trabajadores es porque no se adaptan a los cambios.

Antecedentes Locales

Aponte (2020) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de nuevo chimbote, provincia del santa, año 2018*, tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, de la provincia del Santa, con propuesta de mejora. Para conseguir el objetivo general planteó los siguientes objetivos específicos; precisar los rasgos de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, año 2018. Especificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, año 2018. Referir las

particularidades de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, año 2018. Elaborar y proponer un plan de mejora de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en la atención al cliente del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. La investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo, la población y muestra estuvo conformada por 22 micro y pequeñas empresas del sector servicio y del rubro pollerías. La técnica e instrumento utilizado fue la encuesta y cuestionario, a través del cual se obtuvo los siguientes resultados: el 90.91 % tiene entre los 31 y 50 años, el 72.73 % tiene estudios superiores universitarios, el 63.64 % son administradores, el 45.45 % de los representantes tienen de 6 años a más en el cargo, el 45.45 % tiene de 3 a 6 años de permanencia en el rubro, el 45.45. % tiene de 1 a 5 trabajadores, el 63.64 % tiene trabajadores que no son familiares ni amigos, el 90.91 % fueron constituidos con la finalidad de atender una necesidad, el 100 % tienen un plan de gestión de calidad, el 90.91 % desconoce las técnicas modernas de gestión de calidad, el 95.45 % presentan poca iniciativa como dificultad para implementar la gestión de calidad, el 100 % utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, 100% manifiesta que la gestión contribuye a mejorar las utilidades o beneficios de su empresa, 100 % conoce el término atención al cliente, el 100 % considera buena la atención que brindan a sus clientes, el 95.45 % expresa aplican en la atención, la calidad como gestión, el 100 % manifiestan que los clientes son satisfechos, al brindar una buena atención, el 100 % manifiesta que la atención al cliente es de suma importancia, el 100 % afirma que son eficaces al momento de atender y brindar una solución a las quejas de sus comensales, el 95.45 % sostienen que es importante

atender bien al cliente. La investigación concluye que; la mayoría de las mypes del rubro pollería y sector servicios cuentan con un plan de gestión de calidad, pero desconocen sobre sus técnicas modernas, presentando poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad en sus organizaciones.

Moreno (2019) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018*, tuvo como 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 sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial) del distrito de Huaraz, 2018. Para conseguir el objetivo general planteó los siguientes objetivos específicos: (a) determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre(interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018; (b) determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018; (c) determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre(interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018; (d) determinar las principales características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre(interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018; (e) elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de una

gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018. La investigación fue de nivel descriptivo y tipo cuantitativo, con un diseño no experimental (transeccional - transversal); para la recolección de información utilizó la técnica de investigación encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado el cual se aplicó a una muestra de 37 representantes de las MYPES, a través de la cual se obtuvo los siguientes resultados: el 64,86% tienen una edad que fluctúa entre 31 a 50 años de edad, el 83,78% son del género masculino, el 45,95% tienen un grado de instrucción de superior no universitaria, el 70,27% se desempeñan como representantes de la empresa, el 51,35% tiene un tiempo de 4 a 6 años desempeñándose en el cargo, el 75,68% tienen un tiempo de permanencia en el mercado de 7 años a más, el 100,0% de las MYPES encuestadas tienen un nivel de ventas mensuales que fluctúan entre S/. 0.00 a S/. 51,875.00, el 75,68% afirman que cuentan con trabajadores no familiares en sus empresas, el 35,14% de las MYPES están constituidas como S.R.L, el 72,97% sí conoce el término gestión de calidad, el 70,27% utilizan otros tipos de técnicas modernas de la gestión de la calidad, el 62,16% de las empresas encuestadas sí tienen definida su misión y visión, el 43,24% consideran que la calidad del servicio es la prioridad más importante para determinar la calidad en la empresa, el 35,14% manifiestan que los empleados tienen como dificultad el aprendizaje lento, el 78,38% consideran que sí planifican sus actividades para determinar la calidad dentro de la empresa, el 94,59% afirman que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 94,59% afirman que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, el 56,76% no cuenta con un

plan de emergencia o plan de solución ante situaciones inesperadas, el 62,16% no cuenta con una base de datos de sus clientes, el 78,38% indican que la estrategia principal para lograr retener a sus clientes es brindar una buena atención, el 54,05% sí recoge las sugerencias y reclamos de los clientes, el 100% consideran que una atención eficiente genera competencia en el mercado, el 67,57% sí capacita al personal, el 37,84% mencionan que enfocarse en los clientes aumenta las ventas, el 59,46% no conocen el procedimiento para la atención al cliente, el 72,97% afirman no evaluar el nivel de satisfacción de los clientes luego del servicio prestado, el 62,16% sí toman en cuenta experiencias pasadas para mejorar el servicio y lograr la satisfacción de los clientes, el 83,78% considera que cualquier cambio ocurrido en la empresa son comunicados de manera adecuada. La investigación concluye que; es importante tener en cuenta siempre, que no se trata sólo de atraer nuevos clientes, sino de saber construir una relación duradera y valiosa con ellos, adaptarse a sus nuevas necesidades y ofrecerles soluciones específicas; así, la empresa podrá mantener su confianza y el cliente se sentirá satisfecho en todo momento.

Bases Teóricas

Las Micro y Pequeñas empresas

Según la Ley 28015, Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa (2003), en su artículo 2, define a la Micro y pequeña empresa (Mype) como una unidad económica compuesta por una persona ya sea natural o jurídica, puede tener cualquier tipo de organización empresarial (según forma jurídica), y puede dedicarse a una actividad específica como la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Se puede decir que; son organizaciones pequeñas con ánimo de lucro que puede ser formada por cualquier persona con espíritu emprendedor pero siempre bajo ciertas reglas y un régimen específico, pero muchas veces estas organizaciones nacen de la unión familiar por la idea brillante de un integrante de la familia, que se ve en la obligación de ingeniárselas en la búsqueda de una oportunidad de negocio y así proveer en la canasta familiar, y es así como logran emerger en el mundo empresarial, es por eso que casi siempre estas organizaciones son dirigidas por el propio dueño, estas pequeñas organizaciones pueden dedicarse a cualquier tipo de negocio como lo puede ser la producción, comercialización o prestación de servicios. Pero para que puedan ser consideradas como micro empresa deben tener ventas con un tope de 150 UIT, y para ser considerada pequeña empresa debe tener un mínimo de 150 UIT y un máximo de 1700 UIT en ventas anuales,

Anteriormente las empresas que deseaban acogerse al régimen de las Mypes tenían que cumplir con ciertas características:

Micro empresa: de 1 a 10 trabajadores, con un monto máximo de ventas de 150 UIT.

Pequeña empresa: de 1 a a100 trabajadores, con un monto máximo de ventas de 1700 UIT.

Pero, en la actualidad según menciona la Ley 30056 (2013) Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, en su título II, capítulo I, en su artículo 11, señala que la micro y pequeña empresa debe adoptar ciertas características:

Micro empresas: debe tener ventas anuales hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa: debe tener ventas anuales superiores a 150 UIT, hasta un monto máximo de 1700 UIT

Estas características pueden ser modificadas cada dos años, siendo determinado por un decreto supremo y autorizado por el Ministerio de economía y finanzas, y el Ministerio de producción.

La importancia de las micro y pequeñas empresas es algo innegable, ya que son protagonistas principales en el desarrollo productivo de los países que conforman América Latina, por su aporte a la generación de empleo, por su participación en el número total de empresas, por el peso que le otorga a Producto Bruto Interno, y por su impacto en el desarrollo de la economía global.

En el Perú, las micro y pequeñas empresas juegan un papel importante en su economía, ya que generan muchos puestos de trabajos elevando así la Población

Económicamente Activa (PEA), además es la pieza fundamental en el desarrollo de nuestro país, ya que genera ingresos gracias a su actividad comercial y a las exportaciones de productos, viéndose reflejado en el incremento del Producto Bruto Interno (PBI), generando el crecimiento económico.

Gestión de calidad

Gestión

Es un conjunto de acciones, a donde se llega por medio de técnicas y métodos, se emplea para dirigir y administrar una organización con la aportación de un equipo de trabajo, que con sus habilidades, destrezas y capacidades cooperan en el logro de metas y objetivos de la organización.

Así Luna (2015) señala que la gestión se desarrolla a través del capital humano, generalmente por medio de equipos de trabajo, con el fin de obtener resultados, así también el ejercer una gestión auténtica mejorará la forma en que una empresa reconoce y clasifica sus mejores iniciativas, proporciona los recursos necesarios para que estas se lleven a cabo y se asegura que una vez implementadas sean gestionadas de forma intensiva.

Una gestión apropiada dentro de una organización se logra a través de un equipo de trabajo que tenga una misión estratégica, que este siempre dispuesto a colaborar, a través de propuestas, análisis, y asumiendo riesgos, con el fin obtener resultados positivos y genere progreso.

Como suele suceder, cuando se obtiene buenos resultados dentro de la gestión lo que se quiere es permanecer así, y lo recomendable es proveer los recursos necesarios para el equipo de trabajo, de tal manera que se sientan cómodos y valorados dentro de su área de trabajo; para que los frutos de su esfuerzo sigan significando pasos importantes en el progreso de su organización.

Calidad

Calidad es lo que normalmente se espera de un producto o servicio por recibir, pero ahora se trata de la calidad en la gestión empresarial que es “el grupo de personas que hacen posible esa gestión”.

Se podría decir entonces que la calidad es una característica innata del ser humano que se encuentra capacitado para poder integrar un grupo de trabajo; con el único objetivo de conseguir un logro en común para la empresa u organización.

La calidad en el ser humano competente, lo lleva a buscar siempre lo mejor explotando sus conocimientos y capacidades, agotando todas las vías posibles y necesarias, buscando así las mejores estrategias para el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa u organización.

Es un atributo inherente de dicha persona que permite caracterizarlo dentro del grupo y es sinónimo de excelencia.

Gestión de calidad.

Gestión de calidad es un método actual que toda empresa necesita implementar en su organización si esperan ser líderes en su rubro en un futuro, la gestión de calidad se conoce como un conglomerado de actividades que centra toda su atención en planificar, organizar y controlar políticas de calidad, estableciendo responsabilidades y funciones con el objetivo de alcanzar una mejora continua.

Así lo afirma Luna (2015) que define a la gestión de calidad como un conjunto de actividades sistematizadas que provienen de la función de las personas que conforman el directorio de la empresa, debe estar centrada en definir y establecer la política de calidad, las responsabilidades, y objetivos, que se acuerdan por medio de la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad, y la mejora de la calidad dentro de un sistema de gestión, incluyendo también “la planeación estratégica, la asignación de recursos, el desarrollo de actividades operacionales y la evaluación relativa a la calidad”.

Esta gestión de calidad se logra cuando se tiene a un equipo de trabajo adecuado, esto quiere decir que debe estar capacitado, motivado, y dentro un excelente clima laboral, para que este pueda explotar sus virtudes, convirtiéndose en estrategias que se dirigen al cumplimiento de las metas empresariales. Así lo sostiene Gallego (2016) afirmando que una gestión de calidad se puede dar cuando; se logra que todas y cada una de las personas que conforman la empresa reconozcan y entiendan claramente el objetivo de su trabajo, para hacerlo bien desde el principio, es esencial que se trabaje dentro de un clima de cordialidad y satisfacción en donde cada día se tenga un reto al iniciar y un logro al terminar.

Entonces se puede definir qué; la calidad comienza por la actitud de los integrantes del equipo de trabajo y los de alto mando para lograr obtener relaciones favorables para ambas partes, así adoptaran la capacidad de prevenir y resolver problemas que afecten al cliente; con criterio, planteando cambios para el rendimiento de la calidad, la capacidad de análisis y la observación de procesos para mejorar en forma continua (Luna, 2015).

La importancia de la gestión de calidad es relevante ya que concede una herramienta para perfeccionar y asegurar la calidad en todos y cada uno de los procesos de la organización, así también puede favorecer a la empresa aumentando la satisfacción de sus clientes, enfocando a la empresa a que analice y considere los requisitos que el cliente dispone para luego determinar los procesos y actividades que se deben ejecutar para producir esos bienes o servicios aceptables para el cliente y de esa forma mantener todos los procesos controlados, ayudando así a la empresa a adquirir resultados favorables.

Sistema de gestión

El sistema de gestión de calidad es un conjunto de técnicas administrativas que se emplea a una organización con la intención de que el proceso de gestión que realice esta sea de calidad, este sistema se aplica empezando por la estructura de la organización es decir al capital humano, demarcando funciones y delegando responsabilidades a los participantes, ya que es ahí donde se empieza por cambiar la mentalidad del personal. Para poder llevar a la práctica esta gestión es necesario tener en cuenta la situación actual de la organización, así también es necesario saber a dónde

se quiere llegar, y para ello se tiene que diseñar cambios y procesos que los encamine a la mejora continua; donde se comprometa también a los participantes.

Los sistemas de gestión pueden aplicarse a cualquier tipo de organización que necesite evaluar su capacidad para proveer productos o servicios que acaten los requerimientos de sus clientes y las normas que sean de aplicación, siempre que su objetivo sea la satisfacción, en busca de asegurar la calidad en beneficio de todas las partes interesadas, este sistema ayuda a mejorar continuamente su desempeño.

Adoptar un sistema de gestión de calidad es una decisión estratégica de la organización, que busca aumentar su eficacia por medio del mejoramiento continuo y la eficiencia de los procesos, es un instrumento clave, ya que ayuda a la organización a cumplir su política y objetivos de calidad que tiene establecido. En relación a lo antes expresado Gallego (2016) señala que un sistema de gestión de calidad es un vinculado de acciones y procesos que se relacionan entre sí, con la finalidad de lograr objetivos dirigidos a la calidad de la organización, se trata de una combinación armoniosa de todos los instrumentos requeridos para programar una gestión orientada a cumplir los acuerdos y requerimientos pactados con los clientes, al igual que los requisitos y las leyes aplicables, con la intención de prevenir fallas y riesgos. Además, emplea un enfoque dinámico que apunta hacia las causas de fallas, y al mejoramiento continuo del desempeño.

Implementación de la Gestión de Calidad

El desarrollar una gestión de calidad dentro de una organización es como entrar a un mundo incierto donde no sabes qué resultados obtendrás, pero lo que si sabes es

que traerá cambios. Para desarrollar una gestión de calidad es necesario que todos los que conforman la organización “se la crean” y, piensen igual, que conozcan y entiendan su labor a realizar sin temor de lo que sucederá, saber que deben hacerle frente a cualquier obstáculo que venga como consecuencia de la nueva estrategia a implementar. Lo importante es que los directivos y subordinados se encuentren motivados ante esta nueva etapa dentro de la organización sintiéndose identificados con la misión y visión, logrando así sacar a flote todo el potencial que tienen para dar con el único objetivo de alcanzar las metas de la organización, así Gallego (2016) afirma que para emplear una estrategia fundada en la calidad es preciso que toda la organización, empezando por la organización de los directivos (gerencia) hasta el último eslabón de la cadena de trabajadores (operarios), se encuentren incluidos, se involucren y participen del proyecto. Por este motivo los recursos humanos juegan un papel importante en el proceso y logro de objetivos de gestión de calidad. Es casi nula la posibilidad de llevar a cabo tales objetivos de calidad que se tiene establecido sino ocurre una clara motivación de todo el recurso humano que integra la organización de la empresa, con entusiasmo y certeza plena de que es la mejor opción para satisfacer absolutamente a todos los clientes y lograr el grado de excelencia que se desea.

La gestión de calidad puede parecer un modelo de gestión de difícil implantación, ya que supone una alteración en la manera de pensar y en el enfoque de gestión, esto a su vez conduce a vencer una cadena de resistencias y conflictos que puedan presentarse, ya que al emplear una nueva estrategia en la organización trae una serie de cambios y aceptaciones ya sea nuevas ideas, enfoques, actitudes y nuevas herramientas, que puede generar inestabilidad a la organización si no se encuentra preparada.

Según Gallego (2016) existen dos hipótesis fundamentales para lograr que la implantación de Gestión de Calidad tenga éxito, la primera de ellas es contar con el compromiso activo de la dirección, así también contar con la gestión adecuada de los recursos humanos, esto se puede lograr mediante capacitación y motivación, la segunda es; contar con los mecanismos necesarios para lograr obtener información fiable y certera acerca de lo que esté ocurriendo en los procesos, productos y departamentos de la organización.

Fomentar cambios siempre representa afrontar retos y correr riesgos, solucionando con éxito los primeros y disminuyendo lo segundo, además demanda de voluntad y empuje, un esfuerzo pronosticado que se base en el conocimiento de nosotros mismos y reconociendo la realidad de donde partimos, para Gallego (2016) existen cinco aspectos fundamentales para asegurar una implantación exitosa:

- Definir y entender con claridad el concepto de Calidad Total.
- Comprender con precisión los alcances de sus principios y la significancia de sus elementos fundamentales, así como las implicaciones de éstos a lo largo y ancho de la organización.
- Contar con su liderazgo efectivo de alta dirección para asegurar que la organización logre en primer término el control de sus procesos para después iniciar un proceso de mejora continua.
- Enmarcar la implantación de Calidad Total en el plan estratégico de la empresa y contar con un plan maestro.
- Desarrollar entre todo el personal un sentido de copropiedad hacia la implantación de Calidad Total.

La organización debe comprender que la nueva cultura que trae consigo la nueva estrategia de Gestión de Calidad tiene ventajas que son indudablemente importantes, ya que lleva a la organización a una mejora continua, elevando su competitividad y buscando la excelencia como empresa.

Ventajas de la Gestión de Calidad

En todas las empresas siempre existe una forma de ver la calidad, ya sea dándole merecida importancia o dejándolo pasar y pensar solo en el lucro, pero no en la satisfacción del cliente, ignorando que de este es de quien depende su organización.

Este comportamiento dependerá de la administración que se encuentre a cargo, la Gestión de Calidad lo que haces es proponer una filosofía diferente, la cual debe ser primero interpretada para luego ser adecuada a la empresa para su funcionamiento, transmitiéndolo a todo el personal competente, hasta convertirla en un ideal común y que todos deciden adoptar.

Para Gallego (2016) la Gestión de Calidad ayuda a desarrollar todas las actividades de la empresa dentro de la calidad, aumentando el interés y la confianza de todo el equipo de trabajo hacia la empresa, y creando recíprocamente una atmosfera de confianza donde cada uno entienda su responsabilidad de trabajo y se comprometa a hacerlo bien desde el principio.

Las ventajas de una buena gestión de calidad es que los adquirientes de los productos o servicios que son los clientes; se sientan satisfechos por lo recibido, empezando por la calidad en atención y terminando en la calidad del producto a recibir, lo cual traería consigo un aumento eficaz del nivel de ventas de la organización,

traduciéndose en un incremento de los ingresos y ganancias, manifestándose en la rentabilidad de la organización.

ATENCION AL CLIENTE

Cliente

El cliente es el tesoro de cualquier actividad económica, ya que sin ellos no sería posible su ejercicio económico, además es el destinatario de los productos y servicios. El cliente es un actor importante dentro de la empresa ya que él es el único encargado que la puede hacer más o menos competitiva o valorada dentro de su rubro (y esto se verá definido por una buena o mala publicidad de los productos ofertados).

Normalmente se ve al cliente como una simple persona que se encarga de comprar un producto o servicio ya sea de forma esporádica o con frecuencia. Pero es preciso mencionar que el cliente es el motor de la economía, y no solo es suficiente venderles un producto o servicio, es necesario y primordial crear una relación de confianza entre las partes involucradas (vendedor y comprador) y esto se logra conociendo las necesidades y deseos de los clientes.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes, ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que intervienen en el juego de los negocios. Si las empresas no son capaces de satisfacer los deseos y necesidades de los clientes por medio de sus productos o servicios

ofertados, no serán capaces de retenerlos, traducéndose así en un declive de esta con existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben ser enfocados al cliente, ya que este es el verdadero generador de todas las actividades de la empresa.

Proceso de información y comunicación

La empresa tiene que saber llegar al cliente, ya que este es la pieza clave de la organización para su puesta en marcha, y esto se logra por medio de la comunicación efectiva.

Para realizar un excelente proceso con el cliente es necesario aplicar técnicas eficaces por medio de los procesos de comunicación e información, es necesario conocer que obstáculos se puede encontrar en una comunicación básica (ya sea diferencias culturales, sociales, etc.), es necesario también reconocer los puntos fuertes y débiles de la comunicación; para que nos lleve a realizar una comunicación eficaz, para que todo lo anterior se pueda realizar es necesario que se realice una escucha activa del cliente y de sus necesidades.

Qué es atención al cliente

La atención al cliente se puede definir como una comunicación, que sería el proceso de relación que existe entre la empresa y el cliente. Para Arenal (2017) la atención al cliente se trata del cometido que ejecuta el personal de una empresa que tiene relación con el cliente, con la finalidad de brindar recomendaciones y soluciones de calidad, siendo esta una oportunidad para generar satisfacción (...) el sector servicio al cliente es el responsable de la relación, la escucha y comprensión de las consultas, dudas, quejas y reclamaciones que formalizan los clientes; quienes son los

destinatarios del trabajo del sector, con respecto del servicio contratado o producto recibido.

La atención al cliente es el conjunto de atributos que el cliente espera como derivación de imagen, precio y la reputación del producto o servicio que puede percibir de una persona (vendedor), por medio de un trato.

Para poner en práctica una política eficaz de atención al cliente, la empresa debe contar con fuentes de información sobre su mercado objetivo y el comportamiento de los posibles consumidores, el saber reconocer los deseos y necesidades del cliente permitiría en un futuro convertirlas en demanda. El objetivo es que la empresa aprenda a ver mediante los ojos del consumidor, pudiendo así interpretar mejor sus necesidades, desarrollar y proporcionar un producto o servicio idóneo.

Según Arenal (2017) las características de atención al cliente son:

- **Diferenciación:** si bien es cierto se sabe que, en la actualidad en el mercado se ofertan productos de características y precios similares, pero la atención al cliente por parte del vendedor se convierte en una herramienta básica, ya que este le sumará un valor agregado, permitiendo así la diferenciación del producto.
- **Conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes:** es necesario conocer las necesidades y preferencias del cliente, para poder satisfacer sus expectativas de forma que ellos divisen lo que esperaban recibir.
- **Flexibilidad y mejora continua:** las deseos y preferencias son cambiantes en los clientes, entonces es necesario que la persona que imparte el servicio de atención esté capacitado y formado en cuanto a tendencias.

- **Orientación al trabajo y al cliente:** el trabajo que implica atención directa al cliente integra el componente técnico propio del trabajo desempeñado con un factor humano derivado del trato directo de personas.
- **Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización:** para obtener la fidelización del cliente se debe buscar y adoptar nuevos valores asociados al producto para que estos puedan sentirse satisfechos.
- **Canales digitales:** en la actualidad los clientes exigen respuestas rápidas, y eso las empresas lo saben, y para lograrlo la mayoría ya se está sumando al uso de la tecnología la cual es un mensajero rápido, ayudando así al crecimiento de la empresa.

Respeto y Amabilidad

El respeto y amabilidad son valores que no se deben de perder, y son factores principales que se deben mostrar al cliente, haciéndoles saber que es considerado por la persona que le ofrece atención con la finalidad de promocionarle un producto o servicio. Es la consideración que se le muestra a una persona sin la mínima intención de denigrar su dignidad e integridad.

Al unir los dos conceptos, respeto y amabilidad, en la atención al cliente; se tiene que a este se le debe agregar la dignidad y sujeto de derecho de una forma agradable. Este comportamiento siempre debe estar presente en cualquier tipo de relación, pero principalmente la relación vendedor – cliente. Ya que esa es la manera de atraer clientes nuevos; por el trato.

Ventajas de atención al cliente

- Una de las ventajas más sobresalientes para la empresa será que; les proporcionará una mayor entrega a sus clientes trayendo así mayor estabilidad para la empresa en el mercado. Además de que ya se conoce que el fin de cualquier negocio es el de hacer y conservar más clientes.
- El mejoramiento de planes futuros, mediante remedios rápidos y acciones preventivas que mejoren el atractivo conjunto de todos los servicios.
- Así también incrementará la confianza del reclamante (cliente) de la empresa, porque un reclamo bien atendido, trae como beneficio; aproximar aún más al cliente hacia la empresa y el producto o servicio que esta oferta.

El servicio al cliente es el único gestor de clientes leales

La acción cotidiana de toda empresa es desarrollar estrategias y actividades con la intención de ponerlos en práctica y así capturar clientes, volver leal al cliente y esa lealtad indicará que solo tiene una opción al momento de elegir su lugar de compra donde pueda adquirir su producto o servicio, y es lo que desea toda empresa; ser la única posibilidad en la mente del comprador, tener un cliente leal y así poder vender.

Como se sabe el único fin de toda empresa u organización es generar dinero, producir utilidades para los dueños, y es así; esas utilidades provienen del dinero que ingresa por las ventas de productos o servicios que se hacen y son adquiridos por los clientes, entonces el cliente es la clave de toda empresa.

Entonces si lo que se quiere es mantener a los clientes de una empresa, la calidad en el servicio es fundamental, así como lo primordial es mantener a los clientes; lo

primordial también debe ser el desempeño que muestran los empleados al momento de la venta. Un servicio solo es de calidad cuando iguala o sobrepasa las expectativas del cliente ya sea en atención o del producto o servicio, pero ambas se involucran y eso capturado por la mente del consumidor.

El servicio al cliente es entonces un conjunto de estrategias que una empresa diseña y pone en práctica para satisfacer las necesidades del cliente, aún mejor que su competencia. El servicio al cliente es el único generador de clientes leales, ya que aquellos son los que consideran a cierta empresa como opción a la hora de comprar, es una excelente defensa contra la competencia.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como “percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos”. Es una prioridad que la empresa se oriente hacia el cliente, para que después de haber entendido sus necesidades, ésta la expanda por todos los rincones de la empresa logrando crear un producto que cumpla todas sus expectativas. La satisfacción del cliente es un punto principal de la organización, que los colaboradores deben tomar como prioridad, siguiendo la visión de la organización, con la intención de cautivar al cliente.

Se sabe que no es un logro fácil de obtener ya que lo que el cliente espera es un conjunto de diferentes premisas dentro de un solo producto, como lo puede precio, calidad, servicio, comodidad, etc.

Para Arenal (2017) existen dos elementos que intervienen en la determinación del grado de satisfacción de los clientes, estos son:

- **Valor Percibido.**- es aquel valor que el cliente considera haber obtenido a través del desempeño del producto o servicio adquirido, esto se basa en el resultado que el cliente obtuvo depreendido del producto o servicio.

- **Expectativas.**- se denomina así a las esperanzas que el cliente tiene por adquirir algo, y se ocasiona por consecuencia de ciertas situaciones, que puede ser; las promesas que hace la empresa acerca del beneficio que ofrece el producto o servicio, o experiencia de compras anteriores.

También se puede dar la disminución de los grados de satisfacción de los clientes, pero esta no siempre está ligada a la pérdida de calidad del producto o servicio, en muchos casos esto deviene por un acrecentamiento de expectativas por parte del cliente.

Conseguir la satisfacción del cliente sería una gran recompensa para toda organización, que pretende distinguirse de sus contrincantes y obtener mejores resultados en su negocio, siendo este uno de sus factores críticos, pero no inalcanzables, existen algunos puntos básicos que se debe cumplir si lo que se busca es la satisfacción del cliente.

- Compromiso con un servicio de calidad
- Conocimiento del propio producto o servicio
- Conocimiento de los propios clientes
- Tratar a las personas con respeto
- Nunca se debe discutir con un cliente
- No hacer esperar a un cliente
- Cumplir con lo prometido

- Enfocarse en hacer clientes
- El proceso de compra debe ser fácil

Para cumplir con todos estos puntos es necesario que el personal a cargo se encuentre formado y capacitado en mantener y obtener clientes.

Fidelización del cliente

La empresa debe conocer a sus clientes de forma detallada, para poder desarrollar las estrategias que se dirigen a lograr su fidelización se tiene que centrar en reconocer sus necesidades, expectativas y demandas. De esta forma, cada vez que un cliente tenga una experiencia positiva en la compra de un producto o adquisición de un servicio deseará regresar y repetir esa experiencia. Para Díaz (2015) la fidelización es un sistema que se ve como un logro, gracias a esta la empresa mantiene un sistema de relaciones por el transcurso de un largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, con el fin de obtener una participación elevada en sus compras.

Factores de fidelización

El nivel de lealtad de un cliente a una empresa se determina por tres factores fundamentales:

- La satisfacción, que se da cuando las expectativas del cliente son cubiertas en un grado importante por el producto o servicio ofrecido por dicha empresa.

- Las barreras de salida, puede darse situaciones en la que el coste de abandonar la empresa es muy alto, ya sea por lo económico o por lo burocrático.
- El atractivo de las ofertas de la competencia, cuando las ofertas de la competencia son más atractivas el nivel de lealtad puede variar.

Ventajas de la fidelización

Para la empresa:

- Aumenta el volumen de sus ventas, el cliente fiel siempre está dispuesto a comprar más.
- Reduce el esfuerzo de marketing.
- La estabilidad de la empresa aumenta.
- Disminuye la sensibilidad del cliente al precio del producto.
- Aumenta la credibilidad y el prestigio de la empresa

Para el cliente:

- Reduce el riesgo de compra, ya que conoce los resultados de su producto cotidiano.
- Reduce el esfuerzo de compra, sin necesidad de optar por opciones.
- Elimina los costes económicos
- Posibilita un servicio personalizado, ya que su proveedor conoce sus preferencias.

La fidelización de un cliente también es una satisfacción para la organización, ya que es más rápido y convincente fidelizar a cinco clientes que conseguir un nuevo cliente, esta fidelización trae ventajas para ambas partes, ayuda a maximizar los ingresos de la empresa, y genera satisfacción de necesidades hacia los clientes gracias a los diferentes métodos de la empresa, es un logro que requiere de capacidades innatas.

III. Hipótesis

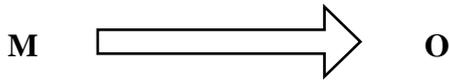
La presente investigación que lleva por título Gestión de Calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote - Nuevo Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, 2018, no plantea hipótesis porque la perspectiva de estudio de esta investigación es de tipo descriptiva, por lo tanto, enumera las características del objetivo de estudio mostrando la realidad.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal Investigación no experimental.- porque no se manipuló deliberadamente a la variable Gestión de Calidad en atención al cliente, solo se describió tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, 2018, sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Investigación Transversal.- fue transversal porque el estudio de investigación denominado Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, 2018 se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2018.



Dónde:

M = Muestra conformada por las micro y pequeñas empresas encuestadas

O = Observación de las variables: Atención al Cliente.

4.2. Población y la muestra

La población de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros fue de 20 mypes del sector y rubro en estudio, dicha información se obtuvo a través de un documento expedido por la Municipalidad Provincial del Santa, corroborado y corregido por un sondeo realizado por el investigador. La muestra estuvo conformada por 15 mypes del sector y rubro en estudio del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

4.3. Definición y operacionalización de variable

Aspectos complementarios	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes legales de las micro y pequeñas empresas	Personas que dirigen o son encargados de las empresas encuestadas.	Personas que representan a las mypes, pueden variar por su número de edad y género, pueden tener distintos grados de instrucción, y un cargo específico que vienen cumpliendo por un tiempo determinado.	Edad	a) 18 a 30 años b) 31 a 50 años c) 51 años a más	Razón
			Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	a) Primaria b) Secundaria c) Superior no universitario d) Superior Universitario e) Sin instrucción	Nominal
			Cargo	a) Propietario b) Administrador c) Otros	Nominal
			Tiempo en el cargo	a) 0 años a 3 años b) 3 años a 6 años c) 6 años a más	Razón

Aspectos complementarios	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.	Mypes de un rubro específico, recién creada o con años de permanencia, con un número definido de trabajadores, quienes pueden ser familiares o no, su finalidad puede ser generar ganancias o subsistencia.	Años de permanencia en la actividad	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a más	Razón
			Número de personas que laboran en la empresa	a) 1 a 5 b) 6 a 10 c) 11 a más	Razón
			Personas que trabajan en la empresa	a) Familiares b) Personas no familiares	Nominal
			Finalidad de la creación	a) Generar ganancias b) Subsistencia c) Generar puestos de trabajo	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en la atención al Cliente	Modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de calidad, con vista a la mejora permanente en la atención al cliente (Arenal, 2017).	Gestión de calidad en la atención al cliente es un conjunto de técnicas, su implementación no siempre es fácil, pero contribuye en la mejora de la organización, logrando alcanzar los objetivos esperados (Gallego, 2016).	Gestión de Calidad	a) Si b) No	Nominal
			Técnicas modernas de gestión de calidad	a) Benchmarking b) Marketing c) Empowerment d) 5 s e) Outsourcing f) Otros	Nominal
			Dificultades para implementar la Gestión de Calidad	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360 e) Otros	Nominal
			La gestión de calidad contribuye a la mejora de su negocio	a) Si b) No	Nominal
			La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	a) Si b) No c) A veces	Nominal
			Término Atención al Cliente	a) Si b) No c) Tiene cierto conocimiento	Nominal
			Emplea la gestión de calidad	a) Si b) No c) A veces	Nominal
			La atención al cliente es fundamental	a) Si b) No	Nominal
			Herramientas para un servicio de calidad	a) Comunicación b) Confianza c) Retroalimentación d) Ninguno	Nominal
			Principales factores para la calidad del servicio	a) Atención Personalizada b) Rapidez en la entrega de los productos c) Las instalaciones d) Ninguna	Nominal
			La atención que brinda	a) Buena b) Regular c) Mala	Nominal
			Mala atención	a) No tiene suficiente personal b) Mala organización de los trabajadores c) Si brinda buena atención	Nominal
Resultado logrado por buena atención al cliente	a) Clientes satisfechos b) Fidelización de clientes c) Posicionamiento de la empresa d) Incremento de ventas	Nominal			

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta que ayudó en la recolección de datos de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018, que fueron esenciales para la investigación. El instrumento que se utilizó para registrar los datos obtenidos fue el cuestionario el cual estuvo estructurado con 23 preguntas; de las cuales 5 estuvieron dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 dirigidas a las micro y pequeñas empresas, y 14 dirigidas a la variable Gestión de Calidad en atención al cliente. Dichas preguntas fueron de intervalos, dicotómicas, de alternativas múltiples, etc.

4.5. Plan de análisis

Después de la aplicación del instrumento cuestionario dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote y obtenida la información, se procedió al procesamiento de los resultados que se realizó en el programa de Microsoft Excel, donde se construyó la base de datos; a partir del cual se elaboró las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como las figuras estadísticas de la variable Gestión de Calidad en atención al cliente, posteriormente se utilizó el programa office WORD para registrar la información obtenida, Power Point donde se elaboró diapositivas de sustentación de informe final, y finalmente el convertidor PDF.

4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y Variable	Metodología	Técnica e Instrumento Plan de análisis
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018?</p>	<p>Objetivo general Determinar y definir las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Objetivos específicos Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Definir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Identificar las características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Elaborar un plan de mejora a la investigación de Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p>	<p>Gestión de calidad en Atención al Cliente</p>	<p>Población Se utilizó una población de 20 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros, del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Muestra Se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros, del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p>	<p>Tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal. Cuantitativo, porque se utilizó instrumentos de medición y evaluación</p> <p>Descriptiva porque se describió a la variable en su situación actual.</p> <p>No experimental porque no se manipuló a la variable.</p> <p>Transversal porque se desarrolló en un periodo de tiempo determinado.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p> <p>Plan de Análisis: Se utilizó los programas office: Excel, Word, PDF, para la recopilación, redacción, y presentación del informe.</p>

4.7. Principios éticos

Para la elaboración de este trabajo de investigación se utilizó los siguientes principios éticos:

Protección a las personas.- la persona es el fin de la investigación y por ello se respeta su dignidad humana, su identidad, diversidad, confidencialidad y privacidad.

Beneficencia y no maleficencia.- se hizo lo posible para que la persona que proporcionó información sienta bienestar en su participación, sin causarles daño y maximizando los beneficios.

Justicia. - se ejerce un juicio razonable y ponderable, con la finalidad de no cometer injusticias con las personas que proporcionaron información.

Integridad científica.- esta investigación se realizó bajo principios de respeto, beneficencia y justicia de manera honesta y precisa, siguiendo el correcto procedimiento de cada uno de los pasos a seguir para la elaboración de este trabajo de investigación.

Consentimiento informado y expreso.- se respeta y agradece la colaboración de los informantes, quienes brindaron su manifestación libre e inequívoca con voluntad propia.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Datos Generales	n	%
Edad		
18 – 30	2	13.30
31 – 50	4	26.70
51 a más	9	60.00
Total	15	100.00
Género		
Masculino	7	46.70
Femenino	8	53.30
Total	15	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	3	20.00
Sup. No universitaria	8	53.30
Sup. Universitaria	4	26.70
Total	15	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	0	0.00
Administrador	15	100.00
Total	15	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	2	13.33
4 a 6 años	5	33.33
7 a más años	8	53.34
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas en el sector Servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

De las micro y pequeñas empresas	n	%
Permanencia de la empresa		
0 a 3 años	5	33.33
4 a 6 años	2	13.33
7 a más años	8	53.34
Total	15	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	15	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	15	100.00
Personas que trabajan en la empresa		
Familiares	7	46.70
Personas no familiares	8	53.30
Total	15	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	9	60.00
Subsistencia	6	40.00
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 3

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Gestión de Calidad en Atención al Cliente	n	%
Conoce el término gestión de calidad		
Si	10	66.70
No	3	20.00
Tiene poco conocimiento	2	13.30
Total	15	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	3	20.00
Atención al cliente	12	80.00
Empowermet	0	0.00
Las 5 S	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	15	100.00
Dificultades para implementar la Gestión de Calidad		
Poca iniciativa	7	46.70
Aprendizaje lento	3	20.00
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	5	33.30
Otros	0	0.00
Total	15	100.00
Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	9	60.00
La evaluación	6	40.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	15	100.00
La gestión de calidad contribuye a la mejora de su negocio		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Total	15	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas		
Si	12	80.00
No	0	0.00
A veces	3	20.00
Total	15	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Gestión de Calidad en Atención al Cliente	n	%
Término Atención al Cliente		
Si	11	73.30
No	1	6.70
Tiene cierto conocimiento	3	20.00
Total	15	100.00
Aplica la gestión de calidad		
Si	10	66.70
No	3	20.00
A veces	2	13.30
Total	15	100.00
La atención al cliente es fundamental		
Si	14	93.30
No	1	6.70
Total	15	100.00
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	10	66.70
Confianza	3	20.00
Retroalimentación	2	13.30
Ninguno	0	0.00
Total	15	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

	Concluye	
Gestión de Calidad en Atención al Cliente	n	%
Principales factores de Calidad en su servicio		
Atención personalizada	8	53.30
Rapidez en la entrega de los productos	7	46.70
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	15	100.00
La atención que brinda al cliente		
Buena	12	80.00
Regular	3	20.00
Mala	0	0.00
Total	15	100.00
Mala atención		
No tiene suficiente personal	3	20.00
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brinda una buena atención al cliente	12	80.00
Total	15	100.00
Resultado logrado por buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	6	40.00
Fidelización de los clientes	6	40.00
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento de las ventas	3	20.00
Total	15	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas en el sector Servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 4

Plan de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Problema	Causa	Solución – Aplicación de mejora	Responsable
La poca iniciativa del personal ante la implementación de la gestión de calidad	La mayoría de los representantes se resisten al cambio por miedo o temor a ser removidos de su zona de confort.	Instruir a todo el personal en el tema Gestión de Calidad e impulsarlos a nuevos retos para obtener una mejoría en la organización	Administrador / dueño
No aplican Gestión de Calidad en su servicio.	La negativa o escasa aplicación del término Gestión de Calidad es por desconocimiento del término y todo lo que esta implica.	Brindar información acerca del Tema Gestión de Calidad y sus beneficios de implantación.	Administrador / dueño
La atención que brindan es regular.	Los trabajadores no se esfuerzan por entregar un servicio de calidad.	Reeducar al personal con cursos que oriente al cuidado del cliente.	Administrador / dueño
Escasa consideración de factores de calidad en su servicio	Consideran los factores más comunes y fáciles de brindar.	Considerar y emplear más factores, como unidades vehiculares en buen estado.	Administrador / dueño

Fuente: Elaboración propia

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Contrasta, coincide

Edad: el 60.00% tiene de 51 años de edad a más, este resultado contrasta con Aponte (2020) y Arenas (2020) quienes afirman que el 90.91 % y el 70% respectivamente de los representantes tiene entre 31 y 50 años. Se observa que los representantes de las mypes tienen una edad cronológica promedio que va desde los 51 años a más, siendo ya personas adultas que pueden tomar decisiones con certeza en el ámbito donde se encuentren y puedan desenvolverse.

Género: el 53.30% son de género femenino, resultado que contrasta con Moreno (2019) y Arenas (2020) quienes afirman que el 83,78% y el 70% respectivamente son de género masculino. En la actualidad; el resultado obtenido rompe los esquemas en el rubro de transportes de pasajeros ya que se observa que los representantes de las mypes del sector servicio son en su mayoría de género femenino, mostrando el liderazgo por parte de las féminas para poder dirigir una mype a totalidad.

Grado de instrucción: el 53.30% tienen superior no universitario como grado de instrucción, lo cual contrasta con Aponte (2020), quien menciona que el 72.73 % tiene estudios superiores universitarios. Se aprecia según el resultado obtenido que la mayoría de los representantes tienen un grado de educación no universitario, pero sí técnico, lo que les amerita una educación sólida que respalda su función dentro de la mype.

Cargo que desempeña: el 100.00% son administradores, este resultado contrasta con Villacorta (2019) quien indica que el 82% son dueños de los MYPEs. Se observa que la totalidad de los representantes asumen el cargo de administrador de las mypes, esto puede ser debido a lo que los dueños consideran que; su empresa puede estar mejor dirigida por personas con conocimientos de administración.

Tiempo en el cargo: el 53.34% tienen de 7 años a más, lo cual coincide con Arenas (2020) y Villacorta (2019) quienes afirman que el 50% y el 45% tiene más de 7 años cumpliendo la función de representantes. Se observa que el tiempo de desempeño de los representantes de las mypes es de 7 años a más, por la cual se puede decir que el tiempo de experiencia le juega a favor en conocimientos, siendo este un tiempo prologando.

Tabla 2.

Permanencia de la empresa: el 53.34% tienen de 7 años a más, este resultado coincide con Moreno (2019) quien afirma que el 75,68% manifiestan que la permanencia de la empresa en el mercado es de más de 7 años. Según los resultados se observa que las empresas de transporte de pasajeros ya tienen una antigüedad visible, lo cual puede ser un punto a favor para su desempeño futuro; debido a que ya conoce a su mercado y por ende el comportamiento de sus clientes.

Número de trabajadores: el 100% indica que tienen de 1 a 5 trabajadores, lo cual coincide con Villacorta (2019) quien indica que el 91% tiene de 1 a 5 trabajadores. Se observa entonces que el número de trabajadores es una cantidad reducida; siendo de 1 a 5 trabajadores, esto puede ser debido a que según los movimientos de la empresa solo necesitan un límite de talento humano.

Personas que trabajan en la empresa: el 53.30% son personas no familiares. Este resultado coincide con Villacorta (2019) quien expresa que el 82% de las mypes emplean a personas que no son familiares. Se observa según los resultados que la mayoría de los representantes indican que las personas que laboran en la mype son personas no familiares, esta es una decisión difícil de tomar ya que puede tener su beneficio y contra, beneficio porque no perjudica lazos familiares a través de conflictos que pueda surgir, y en contra porque no se conoce a totalidad la persona a contratar.

Objetivo de creación: el 60.00% indica que el objetivo es generar ganancias, lo cual coincide con Villacorta (2019) quien manifiesta que el 100% persigue el mismo objetivo de creación. Se observa que la mayoría de mypes tiene como único objetivo generar ganancias, ya que hoy en día todos ambicionan o visionan crear una empresa de donde se perciba ganancias para mejorar su calidad de vida.

Tabla 3.

Termino Gestión de Calidad: el 66.70% si conoce el termino, este resultado coincide con Moreno (2019) quien afirma que el 72,97% que sí tienen conocimiento del término. Se observa que según los resultados los representantes indican que si tienen conocimiento acerca del Termino Gestión de Calidad, esto puede representar un punto a favor para la organización si deciden profundizar y aplicar una Gestión de Calidad. Para Gallego (2016) la Gestión de Calidad es un conjunto de actividades vinculadas entre sí; que provienen del accionar del capital humano de la organización con la finalidad de establecer sus políticas de Gestión, responsabilidades y objetivos para sumergirse en una mejora continua.

Técnicas de Gestión de Calidad: el 80.00% indica que conoce la técnica administrativa Atención al Cliente, lo cual coincide con Villacorta (2019), quien menciona que el 100% conoce la misma técnica. Se observa que la mayoría de los representantes conocen Atención al Cliente como técnica de Gestión de Calidad, y aplicarlo sería de gran beneficio para la empresa, ya que se reflejaría en el aumento de clientes logrando así la fidelización de estos y el posicionamiento en su mercado. Para Luna (2015) un sistema de Gestión de Calidad está conformado por técnicas administrativas que se emplea en la gestión de una organización para que esta sea de calidad.

Dificultades de implementación: el 46.70% indica que presentan poca iniciativa como dificultad, este resultado obtenido coincide con Aponte (2020) quien afirma que el 95.45 % presenta la misma dificultad para implementar la gestión de calidad. Según los resultados obtenidos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio se

presenta la poca iniciativa como dificultad de implementación, este es un problema muy grave en una organización ya que solo se logra cumplir los objetivos si se trabaja bajo un equipo y con actitud positiva. Gallego (2016) afirma que para implementar un Sistema de Gestión para asegurar la calidad es necesario que todos los eslabones de la cadena jerárquica que conforma la empresa se encuentren involucrados en busca del mismo propósito.

Técnicas para medir el rendimiento: el 60.00% indican que conoce la observación, este resultado coincide con Aponte (2020) y Arenas (2020) quienes señalan que 100 % y el 90% respectivamente utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal. Se aprecia según los resultados que los representantes conocen y emplean la observación como técnica para medir el rendimiento, dicha técnica se considera útil, eficaz, desapercibida y no emplea costos, arrojando resultados sin margen de error.

La Gestión de Calidad mejora su negocio: el 100% indica que la Gestión de Calidad si mejora su negocio, dicho resultado coincide con Aponte (2020), Arenas (2020), Quispe (2020), Villacorta (2019) quienes mencionan que el 100% de las mypes confirman que la Gestión de Calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Según lo obtenido a través de los resultados; se resalta que los representantes si consideran que la Gestión de Calidad mejora su negocio y esto puede suceder a través de una buena implementación. Según Luna (2015) la Gestión de Calidad puede reorganizar la gestión administrativa a través de una buena implementación, su finalidad es que la organización desarrolle la mejora continua que la llevará al éxito.

La Gestión de Calidad ayuda alcanzar los objetivos: el 80.00% indica si les ayuda a alcanzar sus objetivos establecidos, este resultado coincide con Arenas (2020), Quispe (2020), Villacorta (2019), quienes mencionan que el 100% de las mypes afirman lo mismo. Se observa entonces que los representantes si consideran que la Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas establecidos por la empresa. Para Luna

(2015) la Gestión de Calidad se da cuando el capital humano entiende claramente el objetivo de función, para hacerlo bien desde el inicio y de esa manera cumplir con los objetivos de la empresa.

Conoce el termino Atención al Cliente: el 73.30% afirma que si conocen el termino, este resultado coincide con Arenas (2020) y Aponte (2020), quienes afirman que el 100% sí conocen el termino la atención al cliente. Según los resultados; los representantes si conocen el termino antes mencionado. Para Arenal (2017) atención al cliente es la acción ejecutada por el personal de la organización que tiene relación de comunicación con el cliente, con la finalidad de darle solución o recomendaciones de calidad.

Aplica Gestión de Calidad en su servicio: el 66.70% de las mypes indica que si aplican, este resultado coincide con Villacorta (2019) y Aponte (2020), quien afirma que el 100% y 95.45 % respectivamente aplica la gestión de calidad en su servicio. Según los resultados obtenidos la mayoría de los representantes dicen aplicar Gestión de calidad, pero se puede observar que no lo hacen a cabalidad de todos sus procesos de gestión.

Es fundamental la Atención al Cliente: el 93.30% indican que la Atención al Cliente si es fundamental para que este regrese, dicho resultado coincide con Villacorta (2019), y Aponte (2020) el 92% y el 100 % respectivamente. Según los resultados obtenidos la mayoría de los representantes indican que la atención al cliente si es fundamental para que este regrese. Para Arenal (2017) el cliente siempre regresará al establecimiento donde recibió un buen trato; así no haya conseguido el producto que satisfacía su necesidad, ya que la atención al cliente siempre será el gestor de clientes leales.

Herramientas que utiliza para un servicio de Calidad: el 66.70% utiliza la comunicación, este resultado coincide con Arenas (2020) quien afirma que el 90% también utiliza la misma herramienta. Según los resultados la mayoría de los representantes encuestados afirman que utilizan la comunicación como herramienta para que su servicio sea de calidad. Según Arenal (2017) la empresa tiene que saber llegar al cliente; ya que este siempre será su pieza fundamental para su puesta en marcha, y esto lo logrará a través de la comunicación efectiva.

Factores de Calidad en su servicio: el 53.30% indica que la atención personalizada es un factor de calidad en su servicio brindado, este resultado contrasta con Villacorta (2019) quien expresa que el 55% brinda rapidez en la entrega de los productos como factor de calidad del servicio. Según los resultados de la investigación el factor más empleado por las mypes es la atención personalizada; es decir el contacto directo con el cliente; quien permite que se conozca las necesidades y deseos demandantes por el mercado.

La atención que brinda: el 80% indica que la atención que brinda es buena, dicho resultado coincide con Villacorta (2019) y Arenas (2020) quienes afirman que el 82% ,y 80% ofrece la misma condición de atención. Según los resultados la mayoría de los representantes afirman brindar una buena atención, para tener certeza de lo que cree; en toda organización se puede comprobar posteriormente a través de la visita consecuente de su cliente y /o por medio de una encuesta breve online o física.

La mala atención es: el 80.00% indican que, si brinda una buena atención, este resultado contrasta con Villacorta (2019), quien indica que el 73% de las mypes manifiesta que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. Según los resultados la mayoría de los representantes indican que sí brindan una buena atención; y esto se logra siempre y cuando se tiene en mente que la finalidad y su eje de movimiento siempre es y será el cliente.

Resultados de buena atención al cliente: el 40.00% indica que tienen clientes satisfechos, resultado que contrasta con Ojanama (2018) quien indica que el 72.2% han obtenido mayores ventas. Según los resultados se observa que los representantes afirman que gracias a una buena atención han obtenido clientes satisfechos. Para Arenal (2017) la satisfacción del cliente es la percepción de este sobre el grado en que se ha cumplido sus expectativas a través de un producto o servicio.

Tabla 4.

1. DATOS GENERALES:

Nombre o razón social: Empresas de Transporte de pasajeros

Giro de la empresa: Servicio y Transporte

Dirección: Nuevo Chimbote – Perú

Nombre del representante: Representante de Empresas de Transporte de pasajeros

Historia:

Las empresas de Transporte de pasajeros son pequeñas organizaciones de mucha demanda en el Distrito de Nuevo Chimbote, esto es debido a que otorgan el servicio de movilidad a través de transporte a los ciudadanos que desean ir de un lugar a otro, en este caso ir del distrito de Nuevo Chimbote al distrito de Chimbote. Estas micro y pequeñas empresas cumplen un rol importante en la sociedad al satisfacer una de las primeras necesidades entre los ciudadanos, como lo es el transporte.

2. Misión

Brindar a sus clientes un servicio que supere sus expectativas frente a sus deseos y necesidades al momento de transportarse, otorgando así el bienestar y confianza hacia el cliente.

3. Visión

Ser empresas líderes en su sector, por su buena atención y calidad en su servicio de transporte de pasajeros.

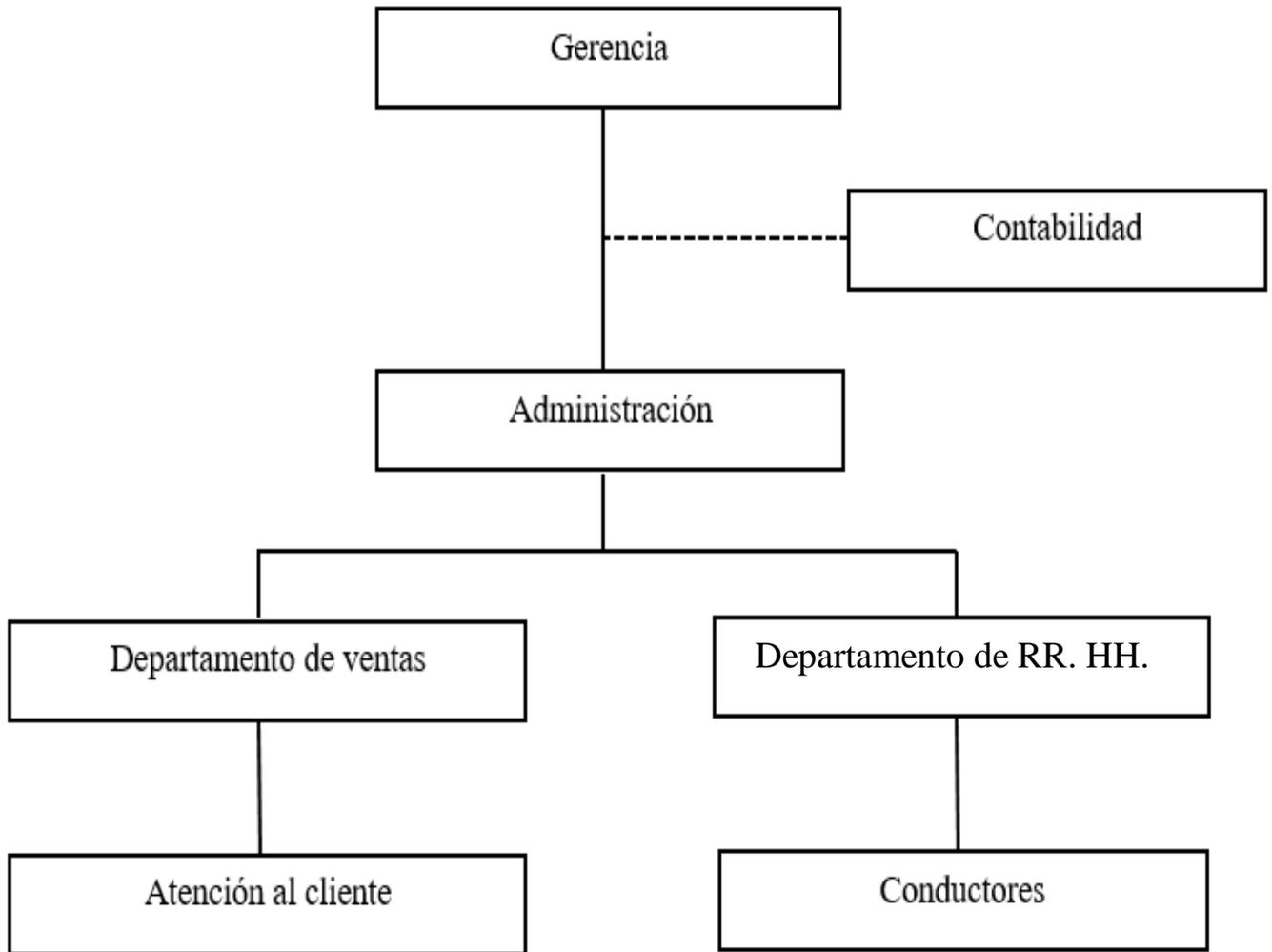
4. Objetivos

- Ser reconocidos por las personas demandantes como la empresa líder del sector.
- Satisfacer las necesidades de sus clientes mediante su servicio de calidad.
- Establecer relaciones laborales saludables entre todas las personas que conformen la micro y pequeña empresa.

5. Servicio

Transporte de pasajeros, movilizarlos del distrito de Nuevo Chimbote al distrito de Chimbote.

6. Organigrama



7. Diagnostico General

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<p>Son empresas de vital importancia en la sociedad. Cuentan con una demanda activa.</p>	<p>La competencia entre las mismas empresas. Exceso de vehículos de transporte.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>Personal administrativo con experiencia calificada.</p>	<p>Número de trabajadores adecuado e idóneos para una micro y pequeña empresa.</p>	<p>Unidades de transporte (vehículos) propios.</p>
<p>Debilidades</p> <p>No aplican una gestión de calidad.</p>	<p>Falta de normativas e instrucciones adecuadas para su personal.</p>	<p>Transporte (vehículos) en no muy buenas condiciones.</p>

|

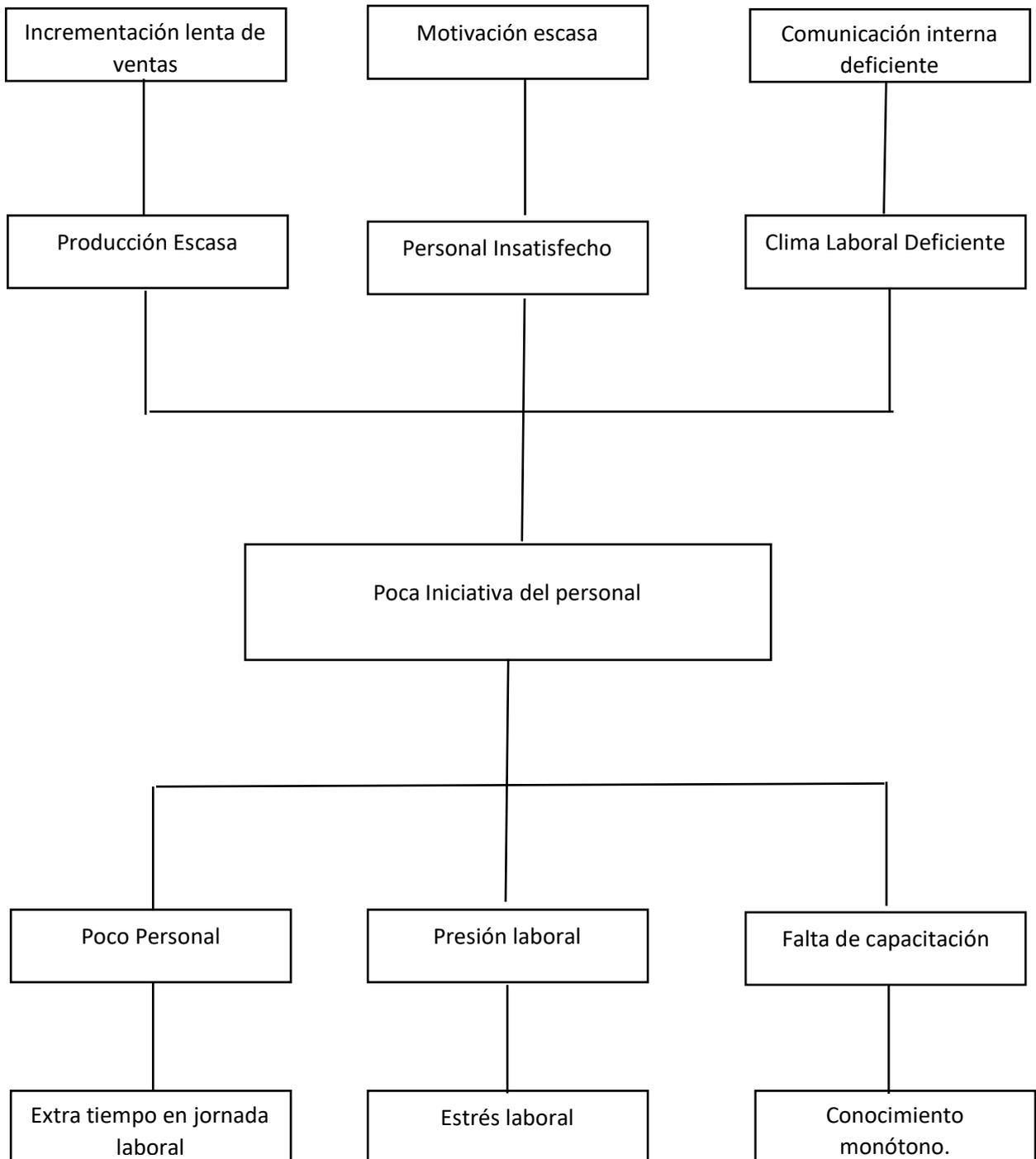
8. Indicadores de una Buena Gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la Micro y pequeñas empresas.
Dificultad del personal para la implementación de la gestión de calidad	La dificultad que se presenta para implementar correctamente la Gestión de Calidad es la poca iniciativa por parte de los trabajadores, por temor a ser removidos de su zona de confort.
Aplica la Gestión de Calidad en su servicio	La negativa o escasa aplicación del término Gestión de Calidad es por desconocimiento del término y todo lo que esta implica.
La atención que brinda al cliente	La atención que brinda al cliente es considerado regular porque no se toma en cuenta el valor que representa el cliente para la empresa, como consumidor final.
Factores de Calidad en su servicio	Consideran como factor de calidad solo la atención personalizada, olvidando que todos los factores se complementan entre sí.

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Dificultad del personal para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa.	La dificultad se presenta por falta de entusiasmo a través de la escasa motivación de los altos mandos.
Aplica la Gestión de Calidad en su servicio	No aplica	Es por desconocimiento del término y todos los beneficios de este nuevo sistema.
La atención que brinda al cliente	La atención es regular	No se toma en cuenta el valor que representa el cliente para la empresa, como consumidor final.
Factores de calidad en su servicio	Mala organización de los trabajadores	Se prioriza el lado lucrativo, dejando de lado la inversión para el mejor rendimiento.

10. Causas (diagrama de causa efecto)



11. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Dificultad del personal para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa del personal.	Motivar al personal con distintivos que realcen su labor como empleado, y así impulsarlos a nuevos retos para obtener una mejoría en la organización.
Aplica la Gestión de Calidad en su servicio	No aplica	Brindar información acerca del Tema Gestión de Calidad y sus beneficios de implantación.
La atención que brinda al cliente	La atención es regular	Orientar al personal en cuanto Atención al Cliente.
Factores de Calidad	Mala organización de los trabajadores	Proporcionar teorías de vanguardia según estudios actuales de administración moderna, que haga hincapié en la reinversión de la empresa.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos
- Tiempo

N°	Estrategia	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Motivar al personal con distintivos que realcen su labor como empleado, y así impulsarlos a nuevos retos para obtener una mejoría en la organización	Personal de atención (4)	s/. 300.00	Internet Computadora Proyector Impresora	3 Días
2	Brindar información acerca del Tema Gestión de Calidad y sus beneficios del sistema y su implantación.	Representante	s/. 400.00	Internet Computadora Proyector Impresora	3 Días
3	Orientar al personal en cuanto Atención al Cliente.	Personal de Atención (4)	s/. 200.00	Internet Computadora Proyector Impresora	1 Día
4	Proporcionar teorías de vanguardia según estudios actuales de administración moderna, que haga hincapié en la reinversión de la empresa.	Representante	s/. 350.00	Computadora	2 Días

Cronograma de Actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero
1	Motivar al personal con distintivos que realcen su labor como empleado, y así impulsarlos a nuevos retos para obtener una mejoría en la organización	02/01/21	04/01/21	
2	Brindar información acerca del Tema Gestión de Calidad y sus beneficios de implantación.	05/01/21	07/01/21	
3	Orientar al personal en cuanto Atención al Cliente.	08/01/21	09/01/21	
4	Proporcionar teorías de vanguardia según estudios actuales de administración moderna, que haga hincapié en la reinversión de la empresa.	10/01/21	11/01/21	

VI. Conclusiones

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador. La mayoría tienen una edad cronológica que va desde los 51 años a más, son de sexo femenino y tienen como grado de instrucción superior no universitaria, además tienen de 7 años a más desempeñándose en su cargo.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro, y sus trabajadores son personas que no pertenecen a su familia, y su objetivo de creación es generar ganancia.

La totalidad de los representantes indica que la gestión de calidad sí mejora su negocio. La mayoría indica que sí conocen el término Gestión de Calidad, conocen Atención al Cliente como técnica de Gestión de Calidad, indican también que conocen la observación como técnica para medir el rendimiento, consideran que la Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa, si conocen el término Atención al Cliente, y también dicen aplicar la Gestión de Calidad en su servicio, afirman que la atención al cliente es fundamental para que este regrese, utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, consideran que la atención personalizada es su factor de calidad en su servicio, así también afirman que el servicio que brindan es bueno. La minoría afirma que presenta poca iniciativa como dificultad de implementación de la Gestión de Calidad, y han obtenido clientes satisfechos y la fidelización de estos como resultados de una buena atención al cliente.

Se elaboró un plan de mejora conforme a los resultados estadísticos que se obtuvo a través del instrumento utilizado para la recolección de datos de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros. El plan de mejora tiene la finalidad de aplicarse en las mypes participantes del estudio, con la intención de que estas logren alcanzar los estándares del mercado en cuanto a la gestión de calidad en atención al cliente.

Aspectos complementarios

Reeducar a los representantes en cuanto a formación adecuada sobre actualizaciones de vanguardia en gestión empresarial, ya que según los resultados los representantes tienen de 51 años a más; este puede ser un indicador de que la empresa es dirigida a través de solo experiencias y no bajo condiciones de planificación, organización y ejecución, y control.

Realizar un proceso de selección de personal a la hora de contratar recursos humanos, considerar si sus capacidades son las adecuadas para el puesto de trabajo, y evitar así el reclutamiento de personal no idónea para el área, sin hacer consideraciones por ser familiar o amigo cercano. Esto conllevará a la mejora continua a la organización si se trabaja con un equipo de trabajo que se complementen entre sí, y den la talla necesaria ante las situaciones que se puedan presentar.

Motivar al personal con el que se cuenta actualmente; a través de incentivos, reconocimientos, o ascenso de puestos; con la finalidad de cambiar su chip mental. Logrando así que se apropien y se identifiquen con los objetivos de la empresa, buscando en todo tiempo cumplirlos.

Implementar el plan de mejora propuesto; elaborado a raíz del estudio realizado en las organizaciones que participaron como muestra. Con la finalidad de lograr la reestructuración de la empresa aplicando los métodos planteados.

Referencias bibliográficas

Andina. (2018). *Perú emplea al 75% de la Población Económicamente Activa del Perú*. Recuperado de:

<https://andina.pe/agencia/noticia-pyme-emplea-al-75-de-poblacion-economicamente-activa-del-peru-714211.aspx>

Aponte, N. (2020). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de nuevo chimbote, provincia del santa, año 2018*. (Tesis de pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú. Recuperado el 15 de Mayo del 2020 de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21708/ATENCION_AL_CLIENTE_CALIDAD_APONTE_CARRANZA_NIXON_AUGUSTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arenas, F. (2020). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las mypes del sector servicio, rubro transporte interprovincial del distrito de Amarilis-Huánuco, 2020*. (Tesis de pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Lima, Perú. Recuperado el 15 de Mayo del 2020 de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/20002/ATENCION_CALIDAD_ARENAS_CAPCHA_FABIOLA_KRIHESLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. UF0036*. Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5190124>.

Barbarán, N., Arteaga, P., Caballero, A., Rodríguez, W., & Neciosup, E. (2018). *Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de Mypes: distritos de Coishco, Chimbote, Nue-vo Chimbote y Santa – 2017*. Repositorio de la Universidad San Pedro. Recuperado el 1 de Octubre de 2018 de <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/57/PI1710171.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chávez, C., Quezada, R., & Tello, D., (2017). *Calidad en el servicio en el sector transporte terrestre interprovincial en el Perú*. (Tesis de Posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado el día 1 de Octubre de 2018 de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9587/CHAVEZ_QUEZADA_CALIDAD_INTERPROVINCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Díaz, M. (2015). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/uladech/50772?page=1>

Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa. (2016). *Análisis Estratégico para el desarrollo de la PYME en España: Internacionalización y orientación emprendedora*. INFORME PYME, ESPAÑA 2016. España. Recuperado de: <https://www.cepyme.es/wp-content/uploads/2017/04/Informe-Pyme-Espa%C3%B1a-2016-Faedpyme-1.pdf>

Gallego, T. (2016). *Gestión integral*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/51688?page=13>.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Boletín estadístico del Sector Servicios N° 1 Enero*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-del-sector-servicios-n-01-enero-2017_1.pdf

Ley N° 28015. (03 de Julio de 2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 4 de Octubre, de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>

Ley N° 30056. (02 de Julio de 2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar e, desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Recuperado el 4 de Octubre, de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>

Luna, A. (2015). *Proceso administrativo*. México D.F, México. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/39415?page=279>.

Medina, S. (2018). *Mejoramiento de la atención al cliente de Colombia Pizza*. (Tesis de Pregrado). Cuenca, Ecuador. Recuperado el 15 de Mayo de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31328>

Ministerio de la Producción (Abril de 2016). *Ancash Sumario Regional*. Recuperado el 20 de Setiembre de 2018 de http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc_03/Regionales/Ancash.pdf

Moreno, A. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras*

actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018. (Tesis de pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú. Recuperado el 15 de Mayo del 2020 de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11782/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_MORENO_HUERTA_ANA_LY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Muñoz, A. y Mayor, M. (2016). *Las pyme en América Latina, Japón, la Unión Europea, Estados Unidos y los clúster en Colombia. Administración y Desarrollo.* Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/318218940_Las_pyme_en_America_Latina_Japon_la_Union_Europea_Estados_Unidos_y_los_cluster_en_Colombia/fulltext/595dffb0f7e9b1a0754fa03/Las-pyme-en-America-Latina-Japon-la-Union-Europea-Estados-Unidos-y-los-cluster-en-Colombia.pdf

Ojanama, H. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región Ucayali, año 2018.* (Tesis de pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Ucayali. Perú. Recuperado el 1 de octubre del 2018 de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6411/gestion_calidad_ojanama_rojas_hermes_amado.pdf?sequence=1&isallowed=y

Patzi, M. (2017). *Sostenibilidad financiera del servicio de transporte público en la ciudad de la Paz: Bus Pumakatari.* (Tesis de Pregrado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia. Recuperado el 1 de Octubre de 2018 de

<http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/10379/T-2254.pdf?sequence=1>

Quispe, A. (2020). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de la mype del sector servicios rubro transporte urbano de pasajeros línea 15 de la ciudad de Juliaca región puno año 2019*. (Tesis de Pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote. Juliaca, Perú. Recuperado el 15 de Mayo del 2021 de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/20417/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_QUISPE_PONGO_ANA_ANTONIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	2018				2019								2020			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I			
		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			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información									X							
7	Elaboración del consentimiento informado										X						
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados											X					
10	Análisis e Interpretación de los resultados											X					
11	Redacción del informe preliminar												X				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación.														X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2: Esquema de presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	25.00	3	75.00
Fotocopias	20.00	2	40.00
Empastado	50.00	1	50.00
Papel bond A-4 (500 hoja)	10.00	2	20.00
Lapiceros	2.50	3	7.5
Servicios			192.5
Uso de turnitin	50.00	2	100
Sub Total			292.5
Gastos de Viaje			
Pasajes para recolectar información	15.00	3	45.00
Sub total			337.50
Total Presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (s/.)
Servicios			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub Total I			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub Total			252.00

Anexo 3: Consentimiento Informado

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO TRANSPORTE DE PASAJEROS RUTA CHIMBOTE – NUEVO CHIMBOTE, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote - Nuevo Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

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 preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote - Nuevo Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote - Nuevo Chimbote, distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará 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 costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones y un plan de mejora sobre la gestión de calidad en atención para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tuviese alguna duda sobre el estudio puede comunicarse con el investigador principal de Nuevo Chimbote, Perú estudiante Rivera Flores Gina Jemima al celular 951863009, o al correo: riveragina@hotmail.com

Y si tuviese alguna duda acerca de sus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración. Telf: 350190 E-mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

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

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. 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: Cuadro de Sondeo

N°	NOMBRE	RUC	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN
1	Transportes y Servicios N° 1 S.R.	20361047592	Luis Alberto Loayza Egusquiza	HUP. California Mz. A Lt. 11 Nvo. Chimbote
2	Empresa de Transportes y Servicios Rápido N° 15 Inmaculada Virgen de la Puerta		Mariela Mejía Moreno	Urb. Bellamar Mz. H Lt. 6
3	Empresa de Transportes y Servicios 5 S.A.C.	20229105231	José Sánchez Mendoza	Av. Central Mz. 63 Lt. 31 Nicolás Garatea
4	Empresa de transportes y servicios N° 99 Victoria Isabel S.A.	20445057542	Felipa Isabel Lopez Palomino	Av. Universitaria Mz. A6 Lt. 13, 2da etapa Bellamar
5	Empresa Turismo Transporte Servicios Múltiples AOI S.A.C.	20445606589	Pedo Juan Grados Saucedo	Urb. Cáceres Aramayo Mz. G1 Lt. 15
6	Empresa de transporte y servicio Nuevo Chimbote S.A.C.	20213788281	Roberto Navarro Zavaleta	Alberto Romero Leguía Mz. P Lt. 20 Las Brisas
7	Empresa de Transporte Arco Iris SA	20445328759	Carlos Rodríguez Chávez	Urb. Santa Rosa Mz. C1 Lt. 13 Nvo. Chimbote
8	Empresa de Transportes AIRIS S.A.		Fiorella Rodríguez Mejía	Urb. Santa Rosa Mz. C1 Lt. 13 Nvo. Chimbote
9	Empresa de Transportes y Servicios Múltiples Las Delicias SAC	20541740989	Julia Matienzo Quispe	H.U.P. Las Delicias Mz. A4 Lt. 23
10	Empresa de Transportes, Servicios y Comercio San Luis N° 50 S.A.	20445349594	Tomas Peñares Quispe	Av. La Paz Mz. N Lt. 25 AH Los Ángeles
11	Empresa de Transportes Múltiples Sarita Colonia S.A.C	20445479293	Tomas Peñares Quispe	Av. La Paz Mz. N Lt. 25 AH. Los Ángeles

12	Empresa de Transportes y Servicios Múltiples Los Cedros	20541632582	Teresa Alva	Teresa de Calcuta Mz. A Lt. 24
13	Empresa de Transportes y Multiservicios Anchoqueta de Oro S.A.C.	20532004439	Victor Quispe Vega	Bellamar Mz. J Lt. 10
14	Empresa de Transportes y Servicios Múltiples Las Palmeras S.A.C.	20445353516	Victor Ibáñez Minchola	Av. La Paz Mz. A Lt. 14 A.H. San Felipe
15	Empresa de Transportes Profesionales S.A.	20402754525	Noé Richard Herrera Trinidad	Av. Agraria Mz. 61 Lt. 49 Nicolas Garatea

Anexo 5: Cuestionario de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

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



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO TRANSPORTE DE PASAJEROS RUTA CHIMBOTE - NUEVO CHIMBOTE, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.**

Para obtener el grado de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

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

2. Genero
 - a) Masculino
 - b) Femenino

3. Grado de instrucción
 - a) Sin instrucción
 - b) Educación básica
 - c) Superior no universitaria
 - d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña
 - a) Dueño
 - b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años

REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro
 - a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores
 - a) 1 a 5 trabajadores
 - b) 6 a 10 trabajadores
 - c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:
 - a) Familiares
 - b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación
 - a) Generar ganancia
 - b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Tengo cierto conocimiento.

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:
 - a) Benchmarking
 - b) Atención al cliente
 - c) Empowerment
 - d) La 5 s
 - e) outsourcing

- f) otros
- g) Ninguno

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

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

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

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No
- c) A veces

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

- a) Si
- b) No
- c) A veces

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

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

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas

Anexo 6: Cuadro de tabulaciones

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Características de los representantes	Indicadores	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
<u>Edad</u>	<u>18 – 30</u>	<u>II</u>	<u>2</u>	<u>13.30</u>
	<u>31 – 50</u>	<u>IIII</u>	<u>4</u>	<u>26.70</u>
	<u>51 a más</u>	II <u>IIII</u>	<u>9</u>	<u>60.00</u>
	<u>Total</u>	II IIII IIII	<u>15</u>	<u>100.00</u>
<u>Género</u>	<u>Masculino</u>	II <u>II</u>	<u>7</u>	<u>46.70</u>
	<u>Femenino</u>	II <u>IIII</u>	<u>8</u>	<u>53.30</u>
	<u>Total</u>	II IIII IIII	<u>15</u>	<u>100.00</u>
<u>Grado de instrucción</u>	<u>Sin instrucción</u>	=	<u>0</u>	<u>0.00</u>
	<u>Educación básica</u>	<u>IIII</u>	<u>3</u>	<u>20.00</u>
	<u>Sup. No universitaria</u>	II <u>IIII</u>	<u>8</u>	<u>53.30</u>
	<u>Sup. Universitaria</u>	<u>IIII</u>	<u>4</u>	<u>26.70</u>
	<u>Total</u>	II IIII IIII	<u>15</u>	<u>100.00</u>
<u>Cargo que desempeña</u>	<u>Dueño</u>	=	<u>0</u>	<u>0.00</u>
	<u>Administrador</u>	II IIII IIII	<u>15</u>	<u>100.00</u>
	<u>Total</u>	II IIII IIII	<u>15</u>	<u>100.00</u>
<u>Tiempo en el cargo</u>	<u>0 a 3 años</u>	<u>II</u>	<u>2</u>	<u>13.30</u>
	<u>4 a 6 años</u>	II	<u>5</u>	<u>33.33</u>
	<u>7 a más años</u>	II <u>IIII</u>	<u>8</u>	<u>53.34</u>
	<u>Total</u>	II IIII IIII	<u>15</u>	<u>100.00</u>

Tabla 4

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Características de las micro y pequeñas empresas	Indicadores	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Permanencia de la empresa	0 a 3 años	II	5	33.33
	4 a 6 años	II	2	13.33
	7 a más años	II III	8	53.34
	Total	II II IIII	15	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	II II II	15	100.00
	6 a 10 trabajadores	-	0	0.00
	11 a más trabajadores	-	0	0.00
	Total	II II II	15	100.00
Personas que trabajan en la empresa	Familiares	II II	7	46.70
	Personas no familiares	II III	8	53.30
	Total	II II II	15	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancia	II IIII	9	60.00
	Subsistencia	II I	6	40.00
	Total	II II II	15	100.00

Tabla 5

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Características de las mypes	Indicadores	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término gestión de calidad	Si	IIII II	10	66.70
	No	III	3	20.00
	Tiene poco conocimiento	II	2	13.30
	Total	IIII IIII IIII	15	100.00
Que técnica de Gestión de Calidad conoce	Benchmarking	III	3	20.00
	Atención al cliente	IIII IIII II	12	80.00
	Empowermet	-	0	0.00
	Las 5 S	-	0	0.00
	Outsourcing	-	0	0.00
	Otros	-	0	0.00
	Total	IIII IIII IIII	15	100.00
Dificultades presentadas en la implementación	Poca iniciativa	IIII II	7	46.70
	Aprendizaje lento	III	3	20.00
	No se adapta a los cambios	-	0	0.00
	Desconocimiento del puesto	IIII	5	33.30
	Otros	-	0	0.00
	Total	IIII IIII IIII	15	100.00
Técnicas para medir el rendimiento	La observación	IIII IIII	9	60.00
	La evaluación	IIII I	6	40.00
	Escala de puntuaciones	-	0	0.00
	Evaluación de 360°	-	0	0.00
	Otros	-	0	0.00
	Total	IIII IIII IIII	15	100.00
La gestión de la calidad mejora su negocio	Si	IIII IIII IIII	15	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	IIII IIII IIII	15	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos	Si	IIII IIII II	12	80.00
	No	-	0	0.00
	A veces	III	3	20.00
	Total	IIII IIII IIII	15	100.00

Características de las mypes	Indicadores	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el termino atención al cliente	Si	/// /// 1	11	73.30
	No	1	1	6.70
	Tiene cierto conocimiento	III	3	20.00
	Total	/// /// ///	15	100.00
Aplica gestión de calidad en su servicio	Si	/// ///	10	66.70
	No	III	3	20.00
	A veces	II	2	13.30
	Total	/// /// ///	15	100.00
La atención al cliente es fundamental	Si	/// /// IIII	14	93.30
	No	1	1	6.70
	Total	/// /// ///	15	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación	/// ///	10	66.70
	Confianza	III	3	20.00
	Retroalimentación	II	2	13.30
	Ninguno	-	0	0.00
	Total	/// /// ///	15	100.00
Factores de Calidad en su servicio	Atención personalizada	/// III	8	53.30
	Rapidez en la entrega	/// II	7	46.70
	Las instalaciones	-	0	0.00
	Ninguna	-	0	0.00
	Total	/// /// ///	15	100.00
La atención que brinda al cliente	Buena	/// /// II	12	80.00
	Regular	III	3	20.00
	Mala	-	0	0.00
	Total	/// /// ///	15	100.00
La mala atención es	No tiene suficiente personal	III	3	20.00
	Mala organización de los trabajadores	-	0	0.00
	Si brinda una buena atención	/// /// II	12	80.00
	Total	/// /// ///	15	100.00
Resultados de una buena atención	Cientes satisfechos	/// 1	6	40.00
	Fidelización de los clientes	/// 1	6	40.00
	Posicionamiento de la empresa	-	0	0.00
	Incremento de las ventas	III	3	20.00
	Total	/// /// ///	15	100.00

Anexo 7: Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

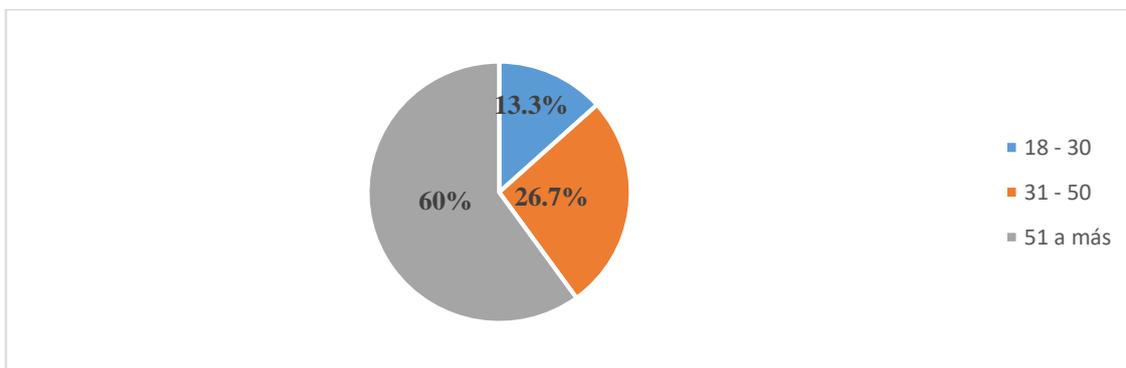


Figura 1. Edad del representante.
Fuente. Tabla 1

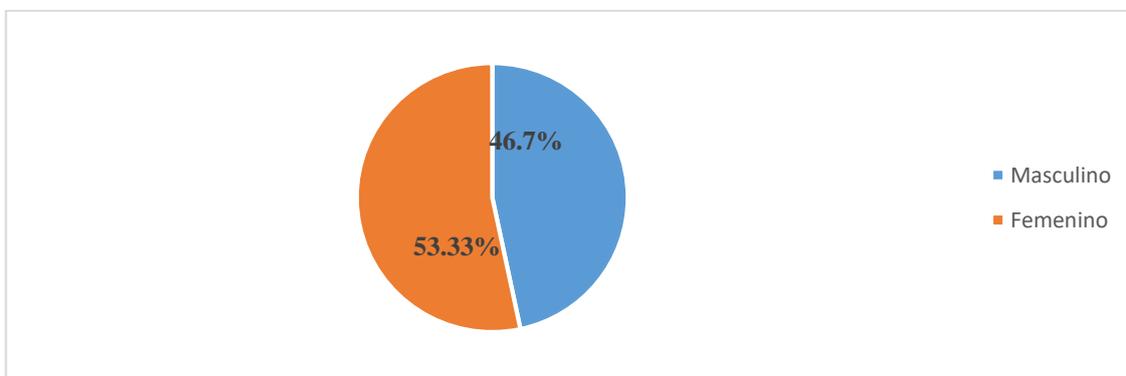


Figura 2. Género del representante.
Fuente. Tabla 1

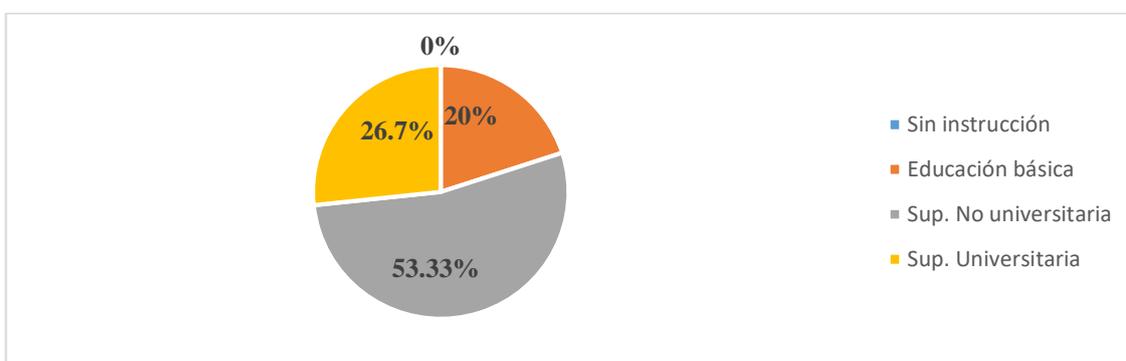


Figura 3. Grado de instrucción del representante.
Fuente. Tabla 1

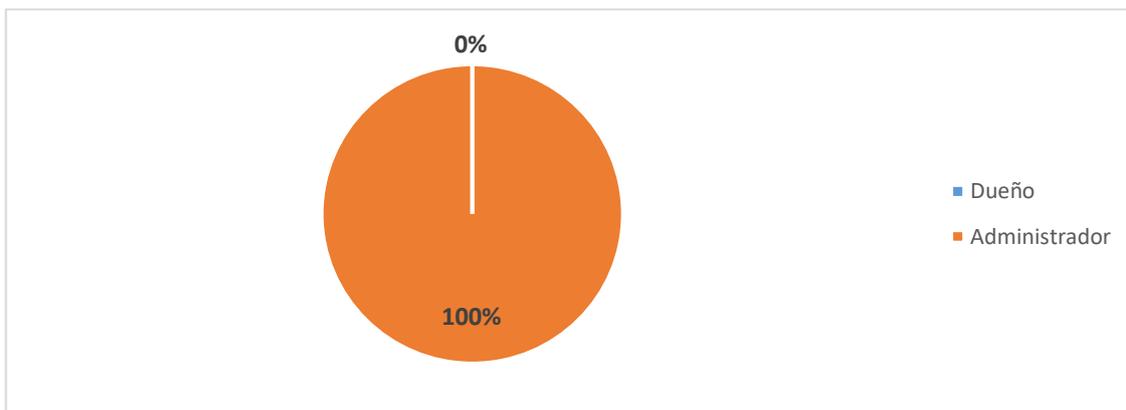


Figura 4. Cargo que desempeña el representante.
Fuente. Tabla 1

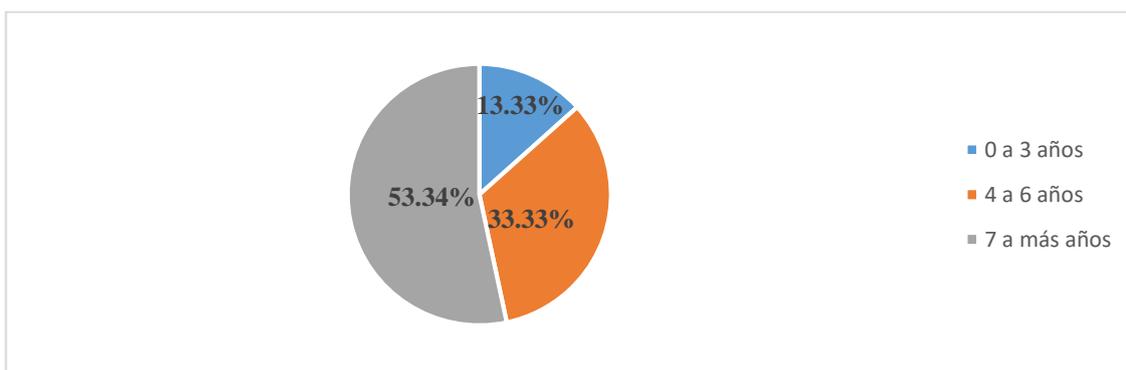


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo el representante.
Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

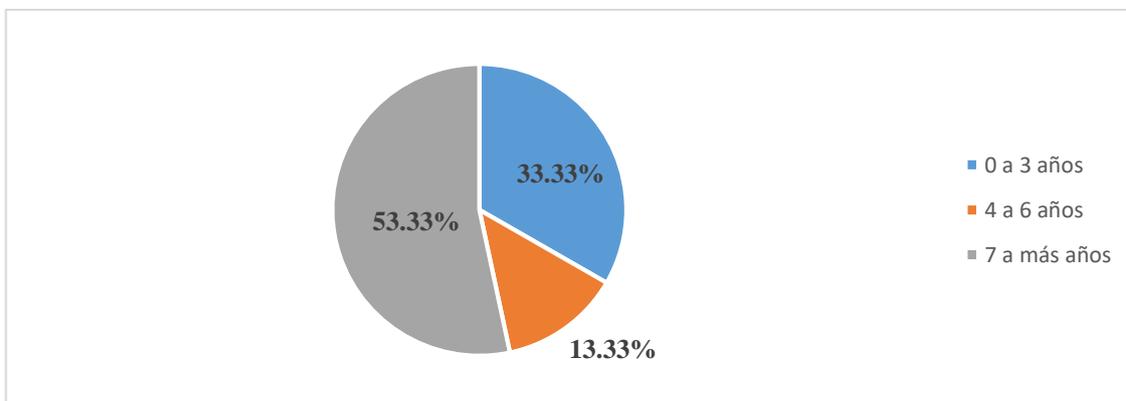


Figura 6. Permanencia de la empresa.
Fuente. Tabla 2

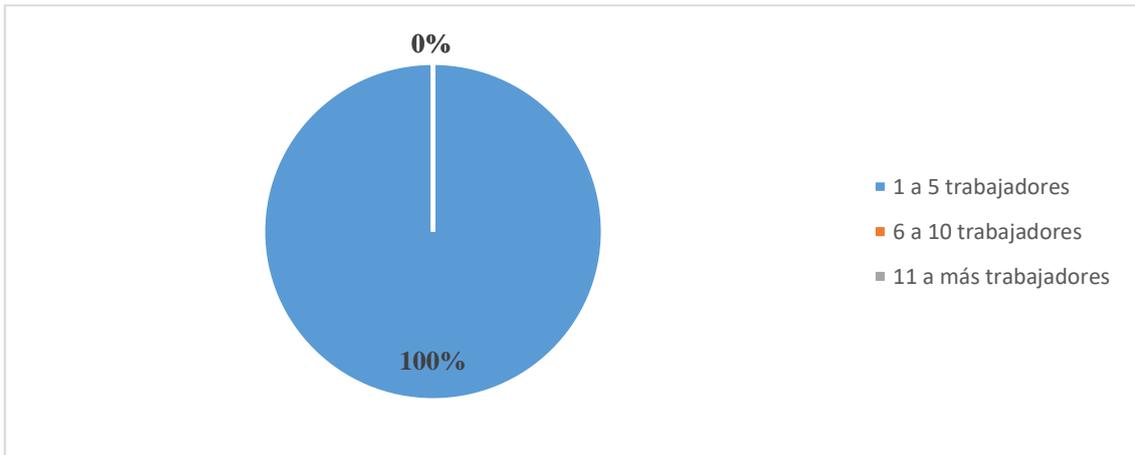


Figura 7. Número de trabajadores.
Fuente. Tabla 2

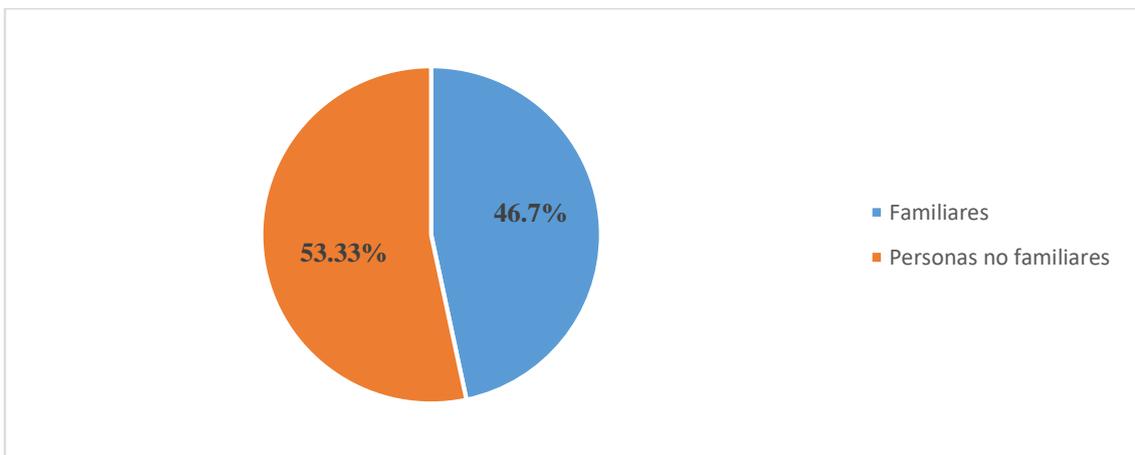


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.
Fuente. Tabla 2

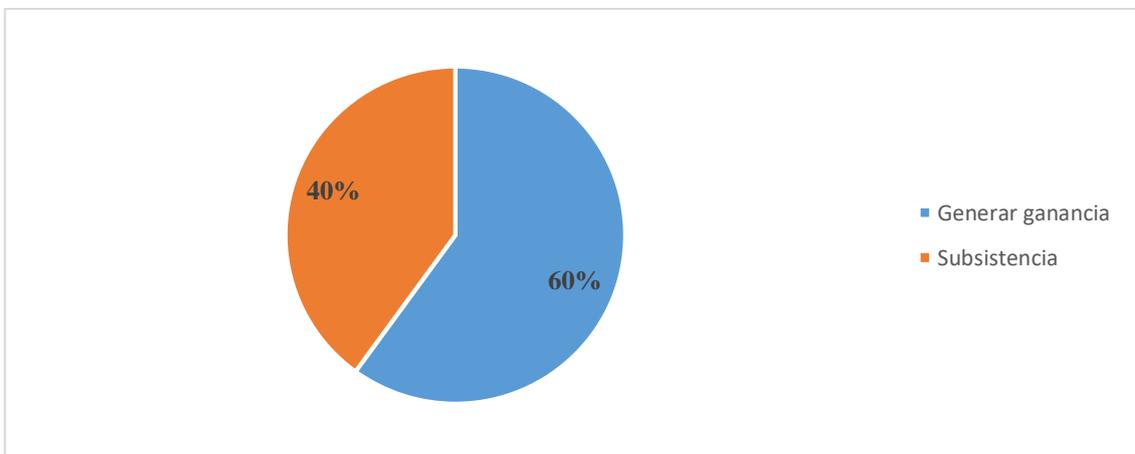


Figura 9. Objetivo de creación de la empresa.
Fuente. Tabla 2

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte de pasajeros ruta Chimbote – Nuevo Chimbote, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

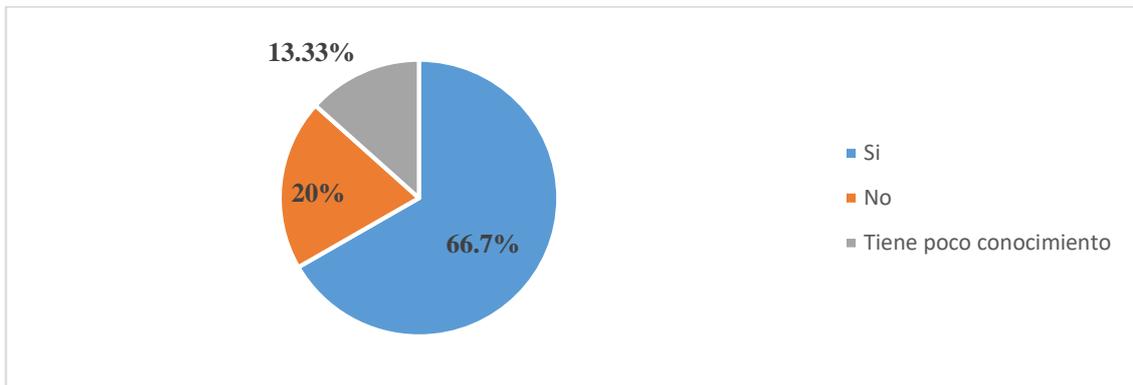


Figura 10. Conoce el término Gestión de Calidad
Fuente. Tabla 3

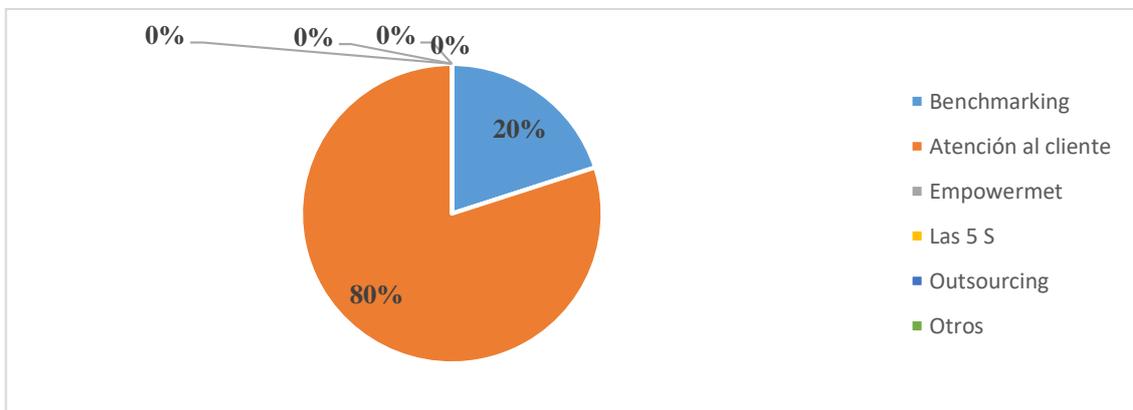


Figura 11. Qué técnica de gestión de calidad conoce.
Fuente. Tabla 3

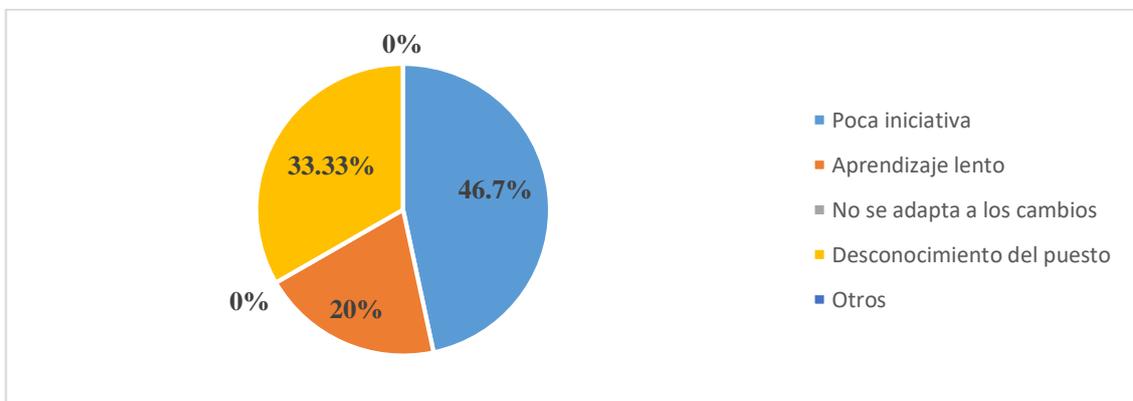


Figura 12. Dificultades presentadas en la implementación.
Fuente. Tabla 3

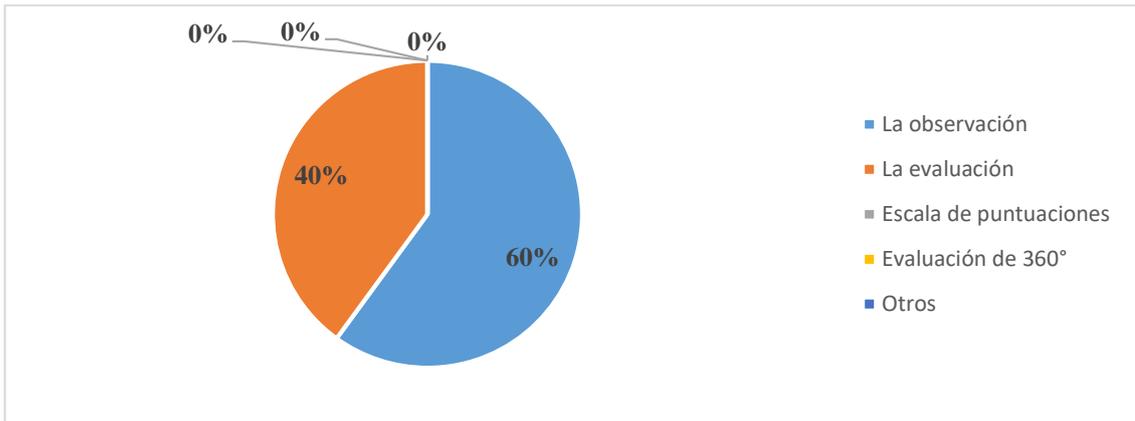


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento.
Fuente. Tabla 3

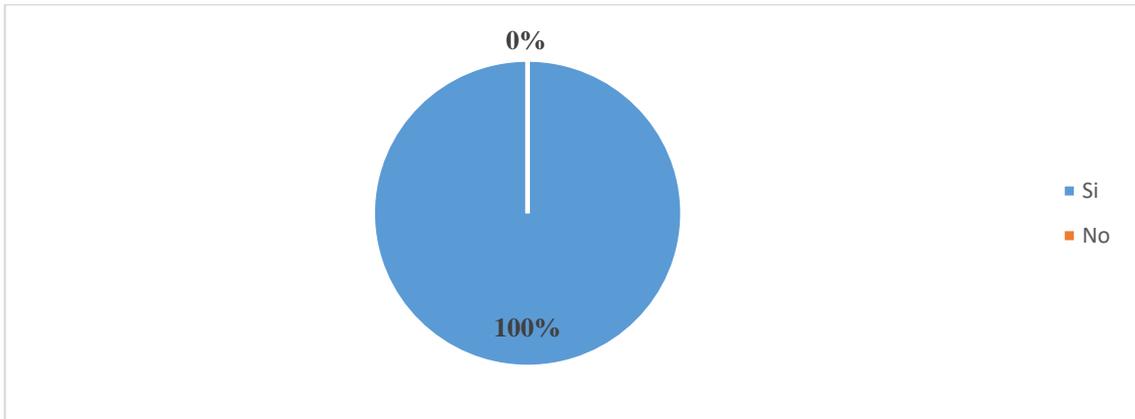


Figura 14. La gestión de calidad mejora su negocio.
Fuente. Tabla 3

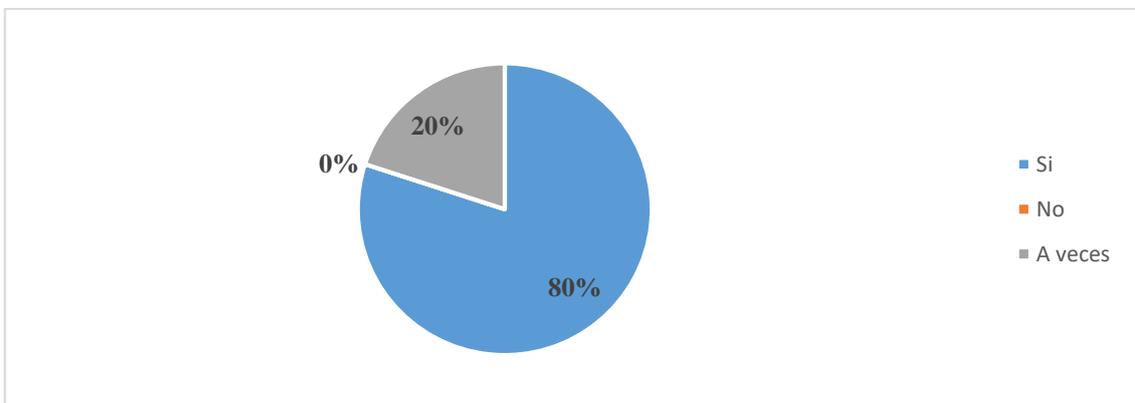


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos.
Fuente. Tabla 3

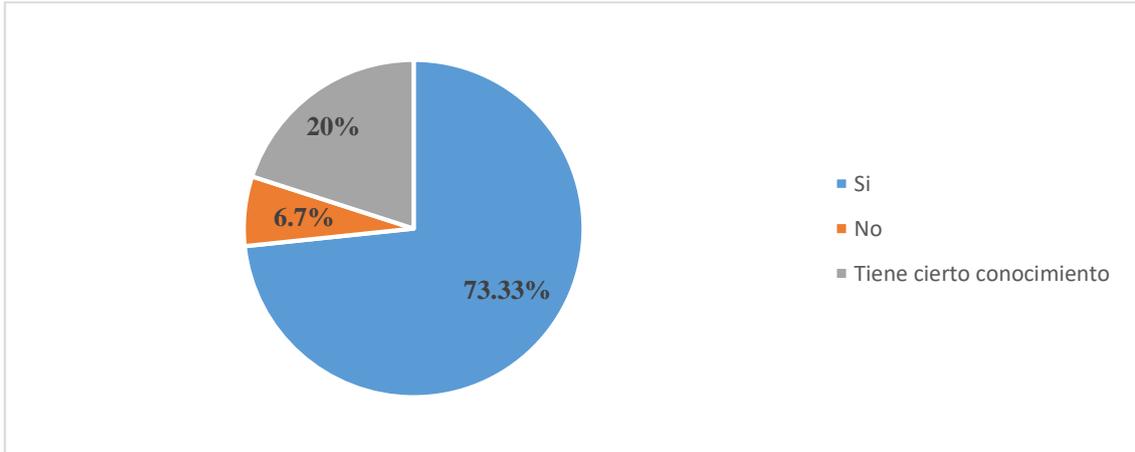


Figura 16. Conoce el termino atención al cliente.
Fuente. Tabla 3

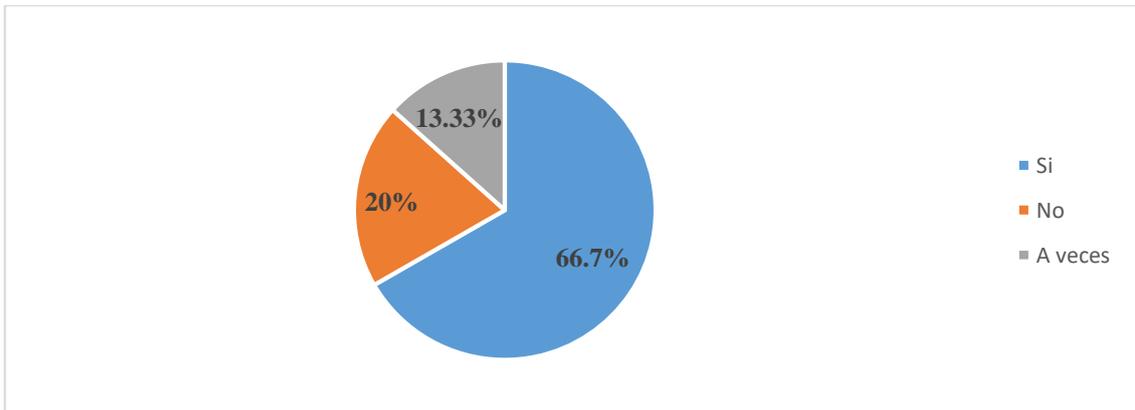


Figura 17. Aplica gestión de calidad en su servicio.
Fuente. Tabla 3

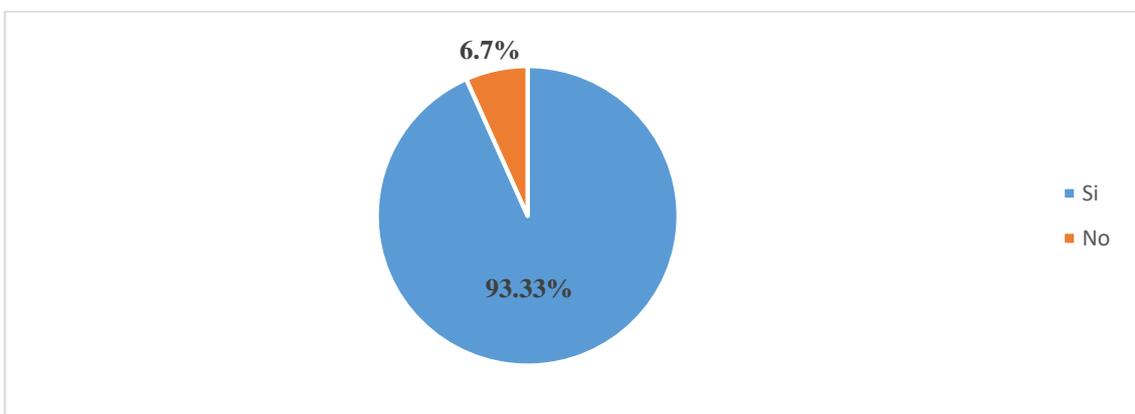


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que regrese.
Fuente. Tabla 3

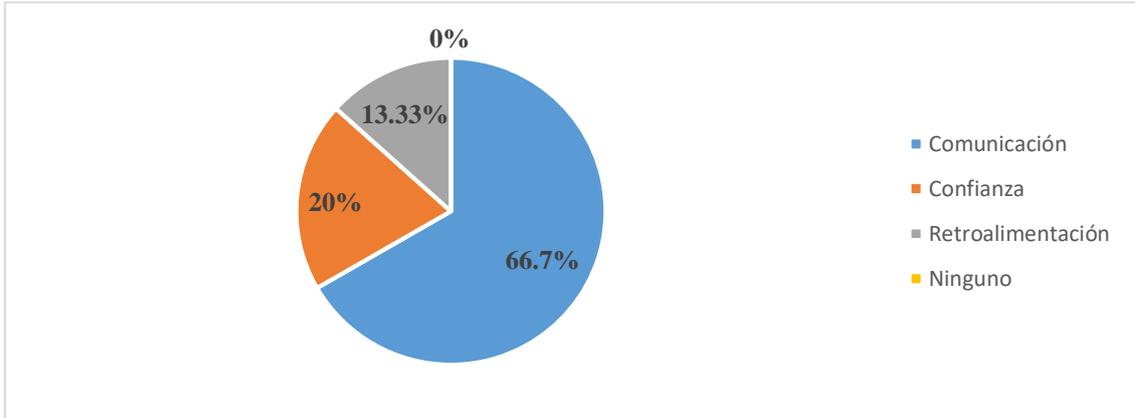


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.
Fuente. Tabla 3

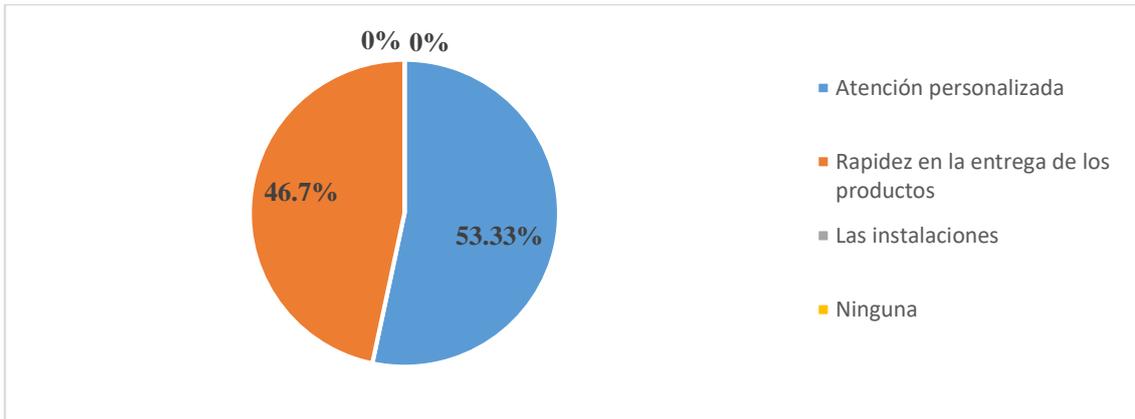


Figura 20. Factores de calidad en su servicio.
Fuente. Tabla 3

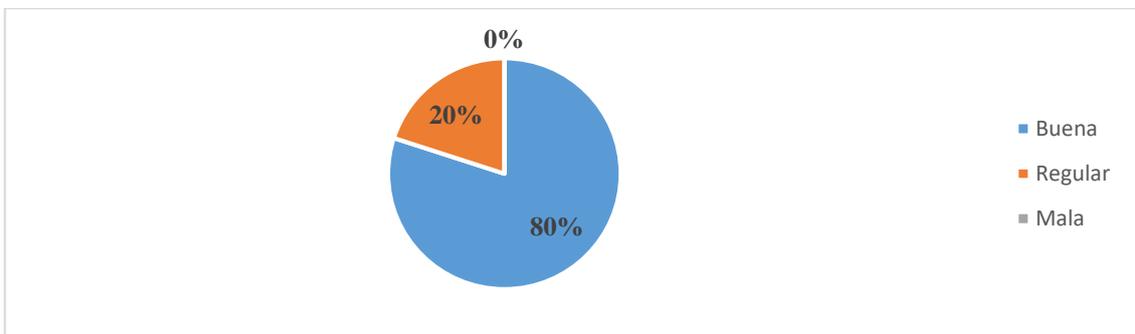


Figura 21. La atención que brinda al cliente.
Fuente. Tabla 3

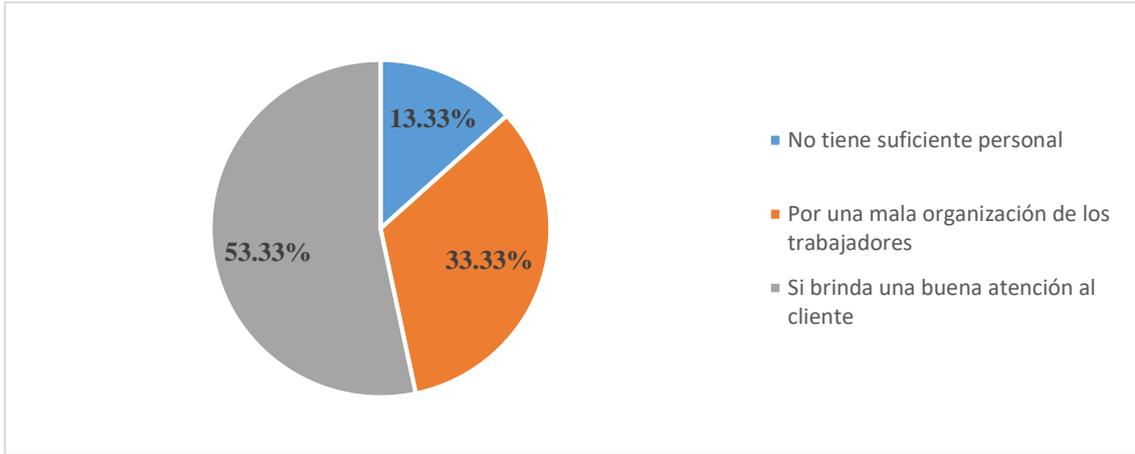


Figura 22. La mala atención es.
Fuente. Tabla 3

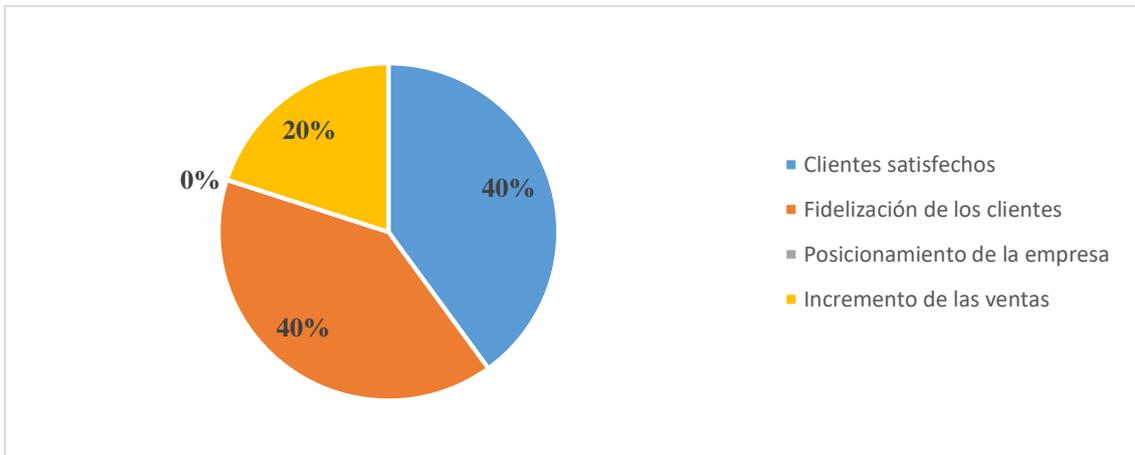


Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente.
Fuente. Tabla 3

Anexo:08 Porcentaje Antiplagio – Turnitin

The screenshot displays the Turnitin interface for a document upload. At the top left is the Turnitin logo. The user's name, GINA JEMIMA RIVERA FLORES, and the course name, TURNITIN TALLER CO CURRICULAR, are shown in the top right. A red notification bar at the top right indicates a match rate of 0% under the heading 'Resumen de coincidencias'. The central area shows the document's title page, which includes the logo of ULADEL (Universidad de Lima) and the following text:

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

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y
PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO
TRANSPORTE DE PASAJEROS RUTA CHIMBOTE - NUEVO
CHIMBOTE, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018

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

AUTOR
RIVERA FLORES; GINA JEMIMA
ORCID: 0000-0002-7320-0244

At the bottom of the interface, a status bar shows 'Página: 1 de 52', 'Número de palabras: 11456', and 'Text-only Report | High Resolution Activado'. A search icon is visible on the right side of the status bar.