



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO  
FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIOS, RUBRO CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS DEL  
CENTRO DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019**

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

**AUTOR**

**URETA QUIROZ, LISSETH JHADIRA  
ORCID: 0000-0002-8751-3516**

**ASESOR**

**ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA  
ORCID: 0000-0001-9618-6177**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Ureta Quiroz, Lisseth Jhadira  
ORCID: 0000-0002-8751-3516

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Estudiante De Pregrado, Lima, Perú

### **ASESOR**

Estrada Diaz, Elida Adelia  
ORCID:0000-0001-9618-6177

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

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoyá Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID:0000-0003-2027-6920

Presidente

Azabache Arquinio Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Espinosa Otoyá Victor Hugo

ORCID:0000-0002-7260-5581

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la vida, por darme la fortaleza de seguir satisfactoriamente mis estudios y por terminar de manera exitosa mi trabajo de investigación

A mi familia, mis padres Richard y Lusinda, mis hermanos Richard y Walter por el esfuerzo, el apoyo económico y motivarme durante el transcurso de mi vida, carrera profesional y desarrollo de la investigación.

A mi asesora Elida Díaz Estrada, por su paciencia y dedicación de brindar enseñanza para poder realizar un trabajo de investigación.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por estar siempre a mi lado guiándome para ser una mejor persona inculcándome valores, a mis hermanos por cuidarme durante toda mi vida, por motivarme a no rendirme y por el apoyo emocional. Gracias a todo su apoyo y confianza pude salir adelante y forjarme lo que soy en la actualidad.

Gracias familia.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población de 20 y una muestra de 10 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas a través de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 60% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 90% son de género masculino, el 70% cuenta con estudios superior universitario, el 100% tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 90% tiene conocimiento sobre la gestión de calidad, el 40% considera que la técnica moderna de gestión de calidad es la atención al cliente, el 40% señala que las dificultades que tiene son poca iniciativa, el 80% conoce el término de atención al cliente, el 50% tienen como herramienta para un buen servicio de calidad a la comunicación, el 60% de los resultados logrados fue la satisfacción en el cliente. La investigación concluye que la totalidad de dueños son de género masculino y cuentan con superior universitario tiene entre 5 trabajadores que no son familiares, las dificultades que los trabajadores tienen es poca iniciativa la técnica de evaluación que utiliza es la evaluación, así como la herramienta de servicio de calidad es la comunicación.

**Palabras claves:** Atención al cliente, gestión de calidad, microempresa

## **ABSTRACT**

The present research had as general objective: To determine the main characteristics of customer service as a relevant factor of quality management in micro and small companies in the service sector, dental clinic area of the center of the city of Huánuco, 2019. The research It was of a non-experimental - cross-sectional - descriptive design, a population of 20 and a sample of 10 microenterprises were used to collect information, to whom a questionnaire of 21 questions was applied through the survey, obtaining the following results: 60 % of the representatives are between 31 and 50 years old, 90% are male, 70% have higher university studies, 100% have between 1 to 5 workers, 90% have knowledge about quality management, 40% consider that the modern technique of quality management is customer service, 40% say that the difficulties they have are due to little initiative, 80% know the ter In terms of customer service, 50% have communication as a tool for a good quality service, 60% of the results achieved were customer satisfaction. The research concludes that all the owners are male and have a university degree. It has among 5 workers who are not family members, the difficulties that workers have is little initiative, the evaluation technique used is evaluation, as well as the evaluation tool. quality service is communication.

**Keywords:** Customer service, quality management, microenterprise

## CONTENIDO

1. Título de tesis .....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria(opcional) .....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de tablas y figuras .....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	1
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA.....</b>	6
<b>III. HIPÓTESIS.....</b>	27
<b>IV. METODOLOGIA .....</b>	28
4.1 Diseño de la investigación .....	28
4.2 Población y muestra .....	30
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores .....	31
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
4.5 Plan de análisis.....	39
4.6. Matriz de consistencia.....	40
4.7 Principios éticos .....	41
<b>V. RESULTADOS .....</b>	43
5.1 Resultados .....	43
5.2 Análisis de resultados.....	48
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	59
Aspectos complementarios.....	61
Recomendaciones.....	61
Referencia bibliográfica.....	63
<u>Anexos</u> .....	66



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019 .....	43
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.....	44
Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. .....	45

## INDICE DE FIGURAS

### Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad .....	84
Figura 2. Genero.....	84
Figura 3. Grado de instrucción.....	85
Figura 4. Cargo.....	85
Figura 5. Tiempo en el cargo .....	86
Figura 6 tiempos en el rubro .....	87
Figura 7 número de trabajadores.....	87
Figura 8. Vínculo familiar.....	88
Figura 9. Objetivos de creación de la empresa .....	88
Figura 10. Conocimiento sobre el termino de gestión de calidad .....	89
Figura 11. técnicas modernas de gestión de calidad .....	89
Figura 12. Dificultades de los trabajadores.....	90
Figura 13. Técnicas de medición del rendimiento del personal.....	90
Tabla 14. Gestión de calidad en el rendimiento del negocio .....	91
Tabla 15: gestión de calidad en el alcance de objetivos y metas .....	91
Figura 16. Conocimiento sobre el termino atención al cliente.....	92
Figura 17. Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes ...	92

Figura 18. Importancia de la atención al cliente para su retorno .....	93
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad .....	93
Figura 20. Factores para una atención de calidad .....	94
Tabla 21. tipo de atención .....	94
Tabla 22. Factores limitantes en la atención .....	95
Figura 23. Resultados logrados .....	95

## I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas se definen como una organización que es producto de un emprendimiento de la persona que están dispuestos a arriesgar un poco de capital, sometiéndose a las reglas que dicta el mercado, estos no reciben subsidios, así como las otras empresas que tiene gran embargadora, así como los exportadores. Pero esto no es obstáculos para las personas que a base de mucho esfuerzo logran posicionarse en los mercados donde les toca estar. La mayoría no siguen lo que es una disciplina compleja, tampoco cumplen con los protocolos financieros o económicos, pero si saben salir de problemas como es natural por que se presentan a diario en su vida económica. Las micro y pequeñas empresas puede ser definida como un grupo de personas que operan de una manera organizada utilizando sus recursos y conocimientos ya sean humanos, materiales, tecnológicos y económicos para la elaboración de productos que se distribuyen a los que consumen, de esta manera obtienen una margen de utilidades después de cubrir sus costos variables y gastos de fabricación. (Gomero, 2016)

Las micro y pequeñas empresas han sabido entrar a competir en el mercado quizás no de una manera tan completa, pero si han dado una señal que si pueden manifestarse en el mercado, con productos diferentes que tengan una elevada demanda. Pero para esto hay que tener en cuenta que la generación de divisas está en las grandes empresas más en el sector minero. (Gomero, 2015). A pesar de que las micro y pequeñas empresas llevan un buen tiempo en la sociedad, aún tiene muchas dificultades que les impide crecer en el mundo empresarial. Uno de estos problemas está relacionados a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad. Por eso se sabe que quienes deciden realizar emprendimiento de un negocio

es uno mismo, pero se desconocen aspectos que son muy importantes para obtener un buen desarrollo, como se mencionó, uno de los problemas es la forma en la que se atiende a un cliente; siendo este un elemento fundamental para las empresas ya que ellos son los que adquieren los productos de bienes y servicio que la empresa oferta. El objetivo del surgimiento de una empresa no solo tiene que ver con generar ingresos; sino también poder satisfacer las necesidades de sus clientes

Este problema no solo se representa a nivel nacional, sino que también internacionalmente:

En Europa los problemas principales de una micro y pequeña empresa son la poca realización de estudio de mercado, falta de liderazgo y poca autonomía de los jefes para el logro de los objetivos, la poca importancia la atención al cliente, escasa selección de procesos que causan gestión de calidad (España, 2018).

En Ecuador se determina que la situación de las micro y pequeñas empresas, en lo que respecta a calidad del servicio, es deficiente, lo que ha conllevado una reducción de las ventas con relación a períodos anteriores. Las principales razones de los problemas relativos a la calidad del servicio son el reducido asesoramiento a los empleados en relaciones humanas y atención al cliente, la falta de motivación del talento humano de la empresa y desinterés de la gerencia en invertir en el desarrollo de soluciones adecuadas a los problemas actuales. Como elemento que puede aportar a la resolución de los problemas de Almacenes La Rebaja, se propone la implementación de un modelo de gestión de calidad diseñado para solventar los inconvenientes actuales de las micro y pequeñas empresas y mejorar su gestión de manera integral. (Borja, 2014) En Perú el problema ahora radica en que las micro y

pequeñas empresas no cuentan con la preparación necesaria y las condiciones requeridas para competir de manera adecuada en el mercado internacional. Una parte importante de estas condiciones tiene que ver con el mejoramiento de su oferta de productos y servicios y la atención al cliente, para que cuenten con una calidad como la exigida en el escenario global. Esto, entre otras medidas relevantes, mediante la obtención de reconocidas certificaciones como la atinente al cumplimiento de la norma ISO 9001. Una prueba de lo anterior es que Perú es uno de los países con menor número de micro y pequeñas empresas certificadas en gestión de calidad. En 2013, el país contaba con alrededor de 1.200 de micro y pequeñas empresas certificadas ISO, Las micro y pequeñas empresas peruanas ya no tienen que lidiar con la serie de barreras al comercio internacional que antes enfrentaban. Ahora, se ven en la necesidad de mejorar sus procesos internos para ofrecer productos y servicios competitivos en el mercado mundial. (Bolaños, 2016)

En este ámbito local, en el centro de la ciudad de Huánuco, donde se llevó a cabo el trabajo de investigación, las micro y pequeñas empresas del rubro clínica odontológicas presentan problemas en la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad. Los pacientes esperan mucho tiempo para poder ser atendidos, no cuentan con un horario de atención establecido generando incomodidad. Las encargadas no tienen paciencia para brindar una adecuada atención a los clientes, los hacen esperar y no les brinda la información que solicitan, incluso tiene que insistir para su atención, también no tienen un orden adecuado para la atención, hacen que los clientes ingresen sin respetar el orden de llegada de los demás pacientes. Otro inconveniente muy común en estas micro y pequeñas empresas es el uso del celular.

Por parte de los doctores y técnicos en horario de trabajo, esto genera malestar en los pacientes debido a que consideran que no se le está atendiendo de manera eficaz.

Los problemas que se señalaron anteriormente son causados por la falta de énfasis que los mismos dueños dan a un ambiente de trabajo en el consultorio. Asimismo, no se realiza las evaluaciones eficaces para contratar a trabajadores adecuados que estén preparados para la buena atención al cliente. No reciben asesoramiento sobre protocolos para la adecuada atención al cliente.

Por lo expresado anteriormente se planteó como enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, del centro de la ciudad de Huánuco, 2019?. Para dar respuesta a la pregunta de investigación se abordó el objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco. 2019.

Para alcanzar el objetivo general se propuso los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, de la ciudad de Huánuco, 2019. Por último, establecer las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

En cuanto a la justificación, el presente trabajo se realizó con el fin de que los encargados de las micro y pequeñas empresas seleccionadas para el estudio puedan conocer algunos aspectos sobre la atención al cliente y su relevancia para la gestión de calidad. De esta manera poder evaluar las recomendaciones planteadas para poder tomarlas en cuenta para el funcionamiento de su negocio. También es importante para los emprendedores pueden contratar trabajadores eficaces la investigación es beneficiosa para la sociedad en general. Este trabajo de investigación también beneficia a la sociedad porque les ayudara a informarse sobre la posición del dueño y los clientes de acuerdo a la información encontrada. De igual manera beneficia a los futuros profesionales a tener más información sobre las variables de estudio, también sobre los antecedentes que ayudaran en diferentes trabajos de investigación al transcurrir los años.

La metodología utilizada fue diseño no experimental – transversal-descriptivo de enfoque cuantitativo Para el recojo de información se defino una población de 20 y una muestra de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se aplicó un cuestionario de 21 preguntas a través de la encuesta como técnica, obteniendo los siguientes resultados: El 60% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 90% son de género masculino, el 70% cuenta con estudios superior universitario, el 100% son dueños de sus negocios, el 50% tiene entre 4 a 6 años en el cargo, el 100% tienen entre 1 a 5 trabajadores, el 90% considera que el objetivo de la creación de la empresa fue para generar ganancias, el 90% tiene conocimiento sobre la gestión de calidad, el 40% considera que la técnica moderna de gestión de calidad es la atención al cliente, el 40% señala que la dificultades que tiene son por poca iniciativa, el 80% conoce el termino de atención al cliente, el 50% tienen como herramienta para un



buen servicio de calidad a la comunicación, el 60% de los resultados logrados fue la satisfacción en el cliente.

La presente investigación concluye que la totalidad de dueños son de género masculino y cuentan con superior universitario tiene entre 5 trabajadores que no son familiares, las dificultades que los trabajadores tienen es poca iniciativa la técnica de evaluación que utiliza es la evaluación, así como la herramienta de servicio de calidad es la comunicación

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

Gómez & Martínez (2018) en su trabajo de investigación *propuesta de estrategia de mejoramiento del servicio al cliente en PYMES en Bogotá*; tuvo como objetivo general: proponer estrategias de mejoramiento de servicio al cliente en PYMES en Bogotá con base en las buenas prácticas internacionales en México. La metodología usada en esta investigación fue cuantitativa – aplicada – descriptiva, con una población y muestra de 6 personas; además el instrumento empleado fue el cuestionario y se aplicó como técnica la encuesta. Los resultados encontrados fueron los siguientes; el 57% afirmó que la empresa sí cuenta con una política de servicio al cliente declarada, el 57% estuvo en desacuerdo en que la empresa hace estudios sistemáticos de investigación de mercados para determinar los productos o servicio que requieren sus clientes, el 100% estuvo en desacuerdo en que la empresa hace estudios sistemáticos de análisis de sus productos, el 71% estuvo en desacuerdo en que la empresa hace estudios sistemáticos de análisis del consumidor, el 57% estuvo de acuerdo en que la empresa hace estudios sistemáticos de precios, el 57% considera que la empresa brinda información oportuna acerca de sus productos y servicios, el 71% estuvo de acuerdo en que la empresa brinda información sobre los medios que tienen sus clientes para hacer efectivos sus derechos y tiempo de respuesta a las solicitudes, el 86% afirmó que la empresa ofrece canales para que los clientes manifiesten peticiones, quejas o reclamos; el 71% manifestó que la empresa tiene un área encargada de centralizar y dar trámite a las incidencias reportadas por los clientes, el 100% estuvo en desacuerdo en que la empresa implementa programa de frecuencia o lealtad y programas de recompensa, el 57% manifestó que la empresa sí desarrolla productos personalizados, el 86% afirmó que la

empresa desarrolla productos para diferentes segmentos de clientes y el 71% manifestó que sí existen mecanismos de evaluación del producto o servicio. La investigación concluyó en que sí existen mecanismos para evaluar el servicio recibido, pero no se cuenta con herramientas suficientes para generar trazabilidad, existen mecanismos asequibles a las organizaciones que pueden aportar un valor agregado al servicio suministrado y que permite mantener los niveles de servicio en crecimiento al conceder a los clientes calificar el servicio recibido para su posterior análisis y planes de mejora; finalmente, la implementación de las herramientas chatbot y osTicket se facilitan para las PYMES debido a que son de libre acceso y están en la nube.

Riofrio Oyarvide (2016) en su trabajo de investigación *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa IVAN BOHMAN C.A., para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil*; tuvo como objetivo general: Determinar mediante un estudio de mercado el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa IVAN BOHMAN C.A. para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil. Se usó la siguiente metodología: Investigación de tipo explorativa con el objetivo de examinar los problemas que existen en la satisfacción a clientes, se empleó el cuestionario como instrumento de evaluación y las técnicas aplicadas fueron la observación y encuesta; además, se utilizó una población de 35,464 y una muestra de 380 personas. Se obtuvo los siguientes resultados: el 54% relaciona a IVAN BOHMAN C.A con metalmecánica, el 86% conoció a la empresa por medio de amigos, el 86% son clientes frecuentes de la empresa, el 55% manifestó que lleva más de 4 años como cliente, el 80% considera que el servicio que brinda la empresa es rápido, el 83% de encuestados manifestó que el personal de mostrador tiene buena predisposición, el 85% indicó que la comunicación entre ellos y los facturadores es sencilla y clara; el 36% considera que

el motivo que desacelera el proceso de atención es la falta de personal, el 70% afirma que la empresa le muestra otros productos que comercializa aparte de lo que ellos como clientes requieren y, el 39% desea que la empresa los atienda de forma más rápida a través del teléfono. La investigación concluyó en que los clientes de la organización tienen un grado medio de insatisfacción, ya que sus empleados no brindan la cordialidad en todo momento y las llamadas no son atendidas oportunamente; además, IVAN BOHMAN C.A. ya existe como empresa hace 80 años y con un plan de gestión de calidad en servicio podrá alcanzar la fidelización de los clientes y mantener su posicionamiento.

### **Antecedentes nacionales**

Rosas (2019) en su trabajo de investigación titulada *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*. Tuvo como objetivo: determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. La metodología usada en la investigación fue de diseño no experimental – transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población y muestra de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia,

el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En conclusión, la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo, reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Reyes (2019) en su trabajo de investigación *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019*. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019, se desarrolló bajo un diseño no experimental, transversal y descriptivo, en una población de 14 restaurantes, escogiéndose el 100% como muestra, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 85.71% considera la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa, el 100% conoce la atención al cliente como técnica de la gestión de calidad, el 64.29% conoce la

observación como técnica para medir el rendimiento, el 57.14% conoce el termino de atención al cliente, 100 % creen que la atención al cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, el 57.15% tienen como principal factor de calidad la atención personalizada y el 50% obtuvo fidelización de clientes brindando una buena atención. Obteniéndose las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes consideran que es relevante el factor del cliente en la gestión de calidad, aplican la técnica moderna de la atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, conocen el termino de atención al cliente, consideran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese, tienen como principal factor de calidad la atención personalizada y han logrado la fidelización de sus clientes.

Saavedra (2020) en su trabajo de investigación *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de huanchaco, 2019*. Tuvo como objetivo general, determinar las características en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una población muestral de 12 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 28 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 91.67% de los representantes son de sexo masculino, El 83.33% de los representantes tienen un grado de instrucción superior universitaria, El 66.66 % de las empresas encuestadas tienen un tiempo de permanencia de 7 a más años, El 83.33% de los representantes manifestaron conocer el termino gestión de calidad, El 83.33 % de los representantes manifestaron conocer la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente, El 91.67% de los microempresarios manifestaron que si utilizan la

gestión de la calidad en el servicio que brindan a sus clientes. Se llega a la conclusión de la mayoría manifestaron conocer la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente (83.33%), de igual manera, la mayoría simple manifestaron que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal (41.67%).

Yzaguirre (2019) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. La presente investigación tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018. La metodología fue No experimental-transversal-descriptivo, con una muestra de 12 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultados: El 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 75% son de género masculino, El 58.33% tiene una instrucción superior universitario, El 66.67% son dueños, El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% tiene 4 a 6 años en el rubro, El 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 75% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 58.33% conoce la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, El 66.67% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, El 91.67% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. Concluyendo: La mayoría absoluta de los representantes tienen 31 a 50 años y son de género masculino, su objetivo generar ingresos, aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda y le ayuda alcanzar los objetivos, la mayoría son profesionales, dueños, tienen de 4 a 6 años de experiencia y permanencia del rubro, conocen el término gestión de calidad y la técnica atención al cliente.

Dios (2019) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el distrito de Corrales 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017, en donde se pretendió conocer las características de las variables Gestión de Calidad y Competitividad. Con una metodología de investigación de tipo Descriptiva, nivel Cuantitativa y diseño No Experimental; con una población de 10 Mypes y una muestra de 68 clientes; utilizando el cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyendo que de acuerdo a la gestión de calidad; el 79% de los clientes nos manifiesta que los servicios ofrecidos en los restaurantes si es adecuado; debido a sus trabajadores de muestras estar capacitado para ofrecer los productos y/o servicios mostrando cordialidad, tienen conocimiento del menú del día, entre otros. Además el 56% de los clientes manifiestan que los restaurantes no ofrecen mejores ambientes que su competencia, debido a que los propietarios no realizan innovaciones en sus restaurantes, no están a la vanguardia de nuevos avances tecnológicos.

### **Antecedentes locales**

Arena (2020) en su trabajo de 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*. La presente investigación 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. La metodología de 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 60% conocen la gestión de calidad, el 65% existe poca iniciativa en los colaboradores para su implementación, el 90% miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 100% apoya a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% alcanzan sus objetivos y metas trazadas, el 80% conocen el termino atención al cliente, el 50% aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 90% maneja la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 50% brindan un servicio de calidad con atención personalizada, el 80% brindan una buena atención a sus clientes, el 60% mejora la atención al cliente con amabilidad, el 60% utiliza la estrategia mejorar calidad de servicio para satisfacer las necesidades del cliente, el 60% tiene como ventaja la rentabilidad al ofrecer una buena atención al cliente, las conclusiones: La mayoría de MYPEs están empleando gestión de calidad, priorizan el buen trato a través de la amabilidad y como herramienta la comunicación, a través de la observación miden el rendimiento de personal, el cual tiene poca iniciativa, existe contribución.

Hernández (2016) en su tesis *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Amarilis, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad, el marketing y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Amarilis, año 2016. El tipo de investigación fue descriptiva y para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 15 Mypes. En estas Mypes se aplicaron encuestas de 16 preguntas tanto a los gerentes o administradores, así como a los clientes en general

terminando con una encuesta de satisfacción de los clientes finales, llegando a si a los siguientes resultados. El 40% de los gerentes y /o administradores de las MYPES encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los gerentes y/o administradores de las MYPES son de sexo femenino. El 53.33% de los de los gerentes y/o administradores de las MYPES encuestadas tienen solo secundaria completa. El 66.67% de las MYPES encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio. El 53.33% de las MYPES encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa. El 60% de las MYPES encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo. El 86.67% de las MYPES encuestadas si están certificadas por la ISO 9001, el 75% indican que el precio es accesible. El 62.5% (50) de los clientes encuestados indican que la calidad es buena. El 75% de los clientes encuestados indican que la atención es buena. El 62.5% de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal. El 75% de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena. El 25% de los clientes encuestados indican que es el precio. El 50% de los clientes encuestados indican que la evolución es buena. Conclusiones: La mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos y cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos. Una problemática muy marcada en el rubro de la competitividad. El de las MYPES es una amenaza muy fuerte que existe una gran posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar las características, junto con la debilidad de que el local no se encuentra ubicado en un lugar propio. Otro punto muy importante es que el 67% de los restaurantes aplican la innovación tecnológica, un 20% opta por

una innovación social lo cual es una forma para aumentar su competitividad en el rubro.

Pacheco (2019) en su trabajo de investigación titulada *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco*. Su objetivo principal fue: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal-descriptiva. Se tuvo una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas, se aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 83% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 66% son de género masculino. El 66% tienen grado de instrucción superior técnico. El 50% tienen entre 0 a 3 años en el cargo. El 100% tiene entre 1 a 5 trabajadores. El 66% no conocen el término gestión de calidad. El 66% expresa que el personal muestra poca iniciativa al implementar la gestión de calidad. El 83% aplica la atención al cliente. El 66% utilizan la comunicación como herramienta de atención al cliente. El 50% expresan que el factor de calidad de servicio es la rapidez en la atención. El 83% manifiestan que la atención que brindan es buena. El 50% han logrado como resultados mejorar la satisfacción del cliente. Se concluye que la mayoría de sus representantes tienen una edad madura, no tienen conocimiento de la gestión de calidad, pero lo aplican empíricamente para obtener beneficios en cuanto a la fidelización y satisfacción de los clientes.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas**

La micro y pequeñas empresas son una unidad económica que está constituida por una persona ya sea natural que está bajo una organización que tiene como objetivo realizar actividades, así como transformación, producción, extracción de bienes o servicios. Muchas de estas tienen tamaños y características distintas, estas mypes se rigen en el Perú por una ley (ley de promoción y formalización de las micro y pequeñas empresas) en esto se da a saber el número total de trabajadores que puede tener una microempresa que cuenta entre 1 a 10 trabajadores, y una pequeña empresa entre 1 50 trabajadores. De tal manera también se ve las ventas anuales que es un monto de 150 unidades impositivas tributarias en las microempresas, y las pequeñas empresas entre 850 unidades impositivas tributarias. El estado fomenta el desarrollo integral facilitando servicios empresariales, con un motivo que es poder crear una competitividad en los mercados financieros y no financieros. (MYPES, 2021) En el Perú las estadísticas de la dirección nacional del ministerio de trabajo y promoción (MTPE) mencionando en las micro y pequeñas empresas nos dice que la participación de las mypes en el Perú tiene un PBI de 42% y han representado el 98% de la totalidad de las empresas existentes. Las mypes tienen un papel importante en la economía el mercado en donde se está desarrollando es muy débil, ya que tienen índices bajos de supervivencia y consolidación. De acuerdo a unos estudios de global entrepreneurship realizado en el Perú se dice que unos 9 millones de peruanos, tienen un trabajo de emprendimiento de estos el 75% el periodo de trabajo que tienen es de 0 a 42 meses y lo que sobra el 25% sobrepasa el periodo que son empresas consolidadas. (Mesones, 2018)

## **Características de las micro y pequeñas empresas**

Las características de las microempresas son:

- Tener poco trabajador máximo unos 10 estas se diferencian del resto por tener una mínima cifra de trabajadores, en su mayoría tiene niveles jerárquicos que son el jefe y sus trabajadores.
- Tienen límite de facturación y de beneficios no tienen incidencias e los mercados y sus actividades no son una suma grande en la economía.
- No tienen una estructura que les permita tener un proceso de producción, pero si hacen uso de materias primas y, amo de obra.
- Su nivel de acción suele ser local y es muy limitado
- Comúnmente los trabajadores de estas microempresas suelen ser familiares o de amigos cercano. (Peña, 2020)

## **Importancia de las microempresas**

Este tipo de microempresas suelen encontrarse en algunos sectores agrarios, industriales, artesanales, comercios, reparaciones, hostelería, etc.

El que lleva el control y la supervisión suelen ser los dueños o propietarios. Son empresas que no usan muchos materiales y mano de obra al momento de elaborar sus servicios, aunque suelen tener proyectos brandes en el futuro.

La microempresa siempre tendrá un jefe que mire las actividades y junto a el estará sus trabajadores que realizan tareas de bran importancia, de esta manera cubren la planilla porque algunos trabajadores están subcontratados en empresas externas. Para poder tener un aumento en su productividad tendrán que buscar inversiones ya sea en la tecnología, o planificar la venta del negocio. (Peña, 2020)

## **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es un conjunto de acciones y herramientas que como objetivo tiene evitar errores o desviaciones lo que es en el proceso de producción o servicios. la importancia de la gestión de calidad en una organización poder identificar los errores dados, la gestión de calidad reúne un conjunto de acciones y procedimientos que brindan poder garantizar la calidad del proceso por la cual se logra tener el producto. (ISO, 2018)

El proceso de control que desarrolla la gestión de calidad es muy importante en la implicación de todos los que son responsables ya sean directivos que participan en diferentes fases del proceso de producción. La comunicación interna es algo fundamental de esta manera las personas involucradas en dicho proceso sepan los errores que podrían suceder. (ISO, 2018)

El proceso de producción es necesario está controlándole de una manera puntual tanto los errores como las desviaciones que puedan aparecer en el proceso, de tal manera poder aprender de estos y conseguir poder anticipar, implementando el sistema de gestión basado en la calidad, que cae en altos beneficios que están derivados en la reducción de costes de tiempo y monetarios. (ISO, 2018)

### **Lo que busca un sistema de gestión de calidad**

- Satisfacción del cliente
- Obtención de nuevos clientes
- Mejora en la organización de los procesos de la empresa
- Diferenciación de la competencia
- Reducción de costes sin que afecten a la calidad
- Cumplimiento de requisitos de la administración pública

- Cumplimiento de exigencias derivadas de la pertenencia a un grupo (ISO, 2018)

### **Gestión de calidad: elemento clave para el desarrollo de las empresas**

A través de los tiempos la gestión de calidad fue estudiado por diversos autores dando como resultado diversos conceptos entre ellas que es una herramienta fundamental para optimizar los procesos de control, planeación, aseguramiento y mejoramiento de la calidad en una organización empresarial, ahora en épocas actuales el concepto e gestión de calidad se hace significativo. (Hernandez 2018)

### **Principios de la gestión de calidad**

Los principios tienen como finalidad dirigir y orientar la empresa para poder cumplir sus objetivos de una manera exitosa, esto tiene ocho principios

El cliente. Cumplir con sus expectativas y necesidades es la clave principal para poder satisfacer las exigencias de los clientes y mantener su fidelidad.

El liderazgo. El líder designa tareas según el tipo de estructura, esto ayuda a poder mantener un buen clima interno con la dirección establecida.

La participación del personal. Los integrantes de la empresa al estar motivados generan un mayor compromiso y desempeño en sus tareas reduciendo incertidumbres al momento de un problema.

El enfoque basado en procesos. Para alcanzar el objetivo de la empresa se debe de guiar a cada área de manera eficiente y global de la institución El enfoque del sistema para la gestión llevara a la práctica los procedimientos establecidos por la empresa genera una interacción en la gestión de calidad. La mejora continua. Evaluar el sistema de gestión de calidad según los estándares establecidos por cada área ayuda a obtener mejores procedimientos.

El enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. Para poder medir el desempeño de la empresa es necesario el análisis cuantitativos y cualitativos.

La relación con los proveedores. Es importante el lazo que el proveedor y la empresa debe de tener esto tiene que ser beneficiosa y reciproca, así como alianzas, descuentos, etc. (Etece, 2021)

### **Atención al cliente**

La atención al cliente es una herramienta de marketing, que está encargada de poder establecer contacto con los clientes por medio de diversos canales y poder tener una comunicación antes, durante y después de la venta.

Su objetivo principal es garantizar que el producto o servicio llegue a su público y sea usado de forma correcta generando satisfacción, para poder lograr estos objetivos es importante tener asesoría, orientación y todo aquello que nos permita facilitar el proceso. (Silva, 2020)

### **Conceptos de atención al cliente según autores**

Al revisar la historia, antes de la existencia del marketing como disciplina, encontramos que se hablaba de las teorías de la administración, estas teorías que modificaron el comportamiento del consumidor. (Silva, 2020)

Henry Fayol y Frederick Taylor tenían como objetivo incrementar la eficiencia de las empresas, en estos tiempos no existía la diferenciación de los precios se daba mediante cálculos, bajo esto las empresas se enfocaban en producir a menor costo el mayor número de unidades a un tiempo corto. Y en las ventas se insistía al cliente para que consumieran los que la empresa producía.

A partir del año 1950 se dio a conocer el modelo de administración moderna del autor Peter Drucker. Pero esto se dio por el surgimiento de amenazas percibidas de la globalización y las tecnologías de la información. Peter Drucker afirmo que el



propósito de un negocio es crear y servir a un cliente, declarando que las empresas están para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes y no al contrario. (Silva, 2020)

### **Importancia de la atención al cliente**

Raymond Joabar ejecutivo de American Express, menciona que el servicio es una ventaja competitiva cada vez más importante tanto como para las empresas grandes y pequeñas que priorizan las necesidades de sus clientes.

La firma Temkin identificó que después de tener una experiencia positiva con una empresa un 82% de las personas recomiendan a un amigo, y eso basta para darnos cuenta que es una de las razones importantes para brindar un excelente servicio al cliente. Si fuera al contrario en donde el cliente tenga una experiencia negativa es muy probable que no vuelva a la empresa a poder consumir nuestros servicios o productos, dándose una mala experiencia en donde lo comente con sus amigos, familiares incluso en redes sociales aumentando su grado de insatisfacción. (Silva, 2020)

El 50% de los clientes manifestó que le compraría a la competencia tan solo después de tener una mala experiencia en la empresa, en caso aumentase la mala experiencia esto sube a un 80%. Esto reveló un estudio hecho por Zendesk.

### **Elementos de la atención al cliente (prestación de servicio)**

**Cliente.** No es un elemento sobre el cual se tenga un control directo, pero al ser el caso es importante rescatar que todo lo que se haga está basado en las necesidades y expectativas del cliente.

**El producto o servicio:** son las características del bien o servicio que la empresa ofrece a sus clientes. (calidad, precio, la cantidad, etc.)

**Los procedimientos.** Este elemento hace posible a todo acceso del cliente a los productos o servicio de la empresa. (canales de atención al cliente e interacción con la empresa)

**Las instalaciones.** está conformado con todo aquello que tiene influencia en el espacio (físico o virtual)

**La tecnología.** herramientas tecnológicas que la empresa pone a disposición del cliente para su beneficio.

**El prestador de servicio.** hace referencia al trabajador, (a todos los representantes de la empresa) que tengan contacto con los clientes a través de cualquier de los puntos de acceso.

**Valoración de los elementos del servicio al cliente.** Los elementos mas valorados por los clientes, están directamente relacionados con la información y la comunicación, el prestador de servicio y la tecnología. (Silva, 2020)

### **Benchmarking**

Es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas. (Espinoza, 2017)

### **Outsourcing**

Es el proceso mediante una compañía identifica un proceso dentro de su rutina que puede aumentar la productividad que derivan una optimización, que involucran a terceros con subcontratos para ejecutar tareas, consiste en delegar algunas funciones a personas especializadas para poder aumentar la producción. (Lisboa, 2019)

## **2.3 Marco conceptual**

### **Micro y pequeñas empresas**

Son un grupo de negocios que están dirigidas por emprendedores que buscan la manera de poder generar ganancias y surgir en el mercado, son individuos independientes que no cuentan con muchos recursos y por ello deciden invertir en una idea de negocio, teniendo en cuenta al cliente y requisitos para la fundación de la empresa, el número de trabajadores que tiene son limitados, la mayoría de las mypes están dedicadas al rubro de la producción y comercialización. (Mesones, 2018)

### **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es una herramienta que las organizaciones usan para poder planear, ejecutar y controlar sus actividades para poder desarrollar la misión de la prestación de servicios teniendo un alto estándar de la calidad, estos son medidos a través de los indicadores de los usuarios con su satisfacción. La gestión de calidad también es un conjunto de actividades para poder hacer un seguimiento de los procesos permitiendo el crecimiento de la empresa, si se desea lograr la calidad se debe de realizar varios procesos y operaciones en el producto o servicio teniendo en cuenta las opiniones de los clientes y tomando en cuenta el trabajo que realiza los trabajadores con una materia prima apta, es decir la gestión de calidad es la participación del administrador y su equipo de trabajo (Analitik, 2019)

### **Atención al cliente**

La atención al cliente es una interacción que se da entre el cliente y el responsable de atenderlo esto llevando unos pasos para poder llevar una buena atención. Dar la comodidad y seguridad al comprador, este proceso brinda información sobre el producto o servicio que la microempresa brinda para la

satisfacción o inquietud de los clientes. El cliente es una pieza fundamental para la empresa ya que este cumple una función de demandante, este es suficiente razón para poder darle un trato digno de amabilidad y de esto se formará la imagen de la empresa con las opiniones brindadas por los clientes. (Silva, 2020)

### III.HIPÓTESIS

La hipótesis es un enunciado de la relación entre dos a más variables, nos muestra lo que buscamos, son pautas de investigación que definen posibles respuestas tentativas del fenómeno que se está investigando en manera de proposición. (Sciolo, 2018)

En la investigación *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, del centro de la ciudad de Huánuco, 2019* no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGIA**

### **4.1 Diseño de investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental- transversal- descriptivo. El enfoque de la investigación fue cuantitativo.

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular las variables, no se construye ninguna situación ya que se observa situaciones existentes no provocadas intencionalmente por el investigador. (Hernandez, 2015)

Fue no experimental, porque no se manipulo la variable atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad solo se presentó tal y como está sin sufrir algún cambio.

El diseño transversal se define como observacional, individual que mide una a más variables en un momento determinado, la información se recolecta en el presente y a partir de las características pasadas de los individuos. (Sánchez 2017)

Fue transversal, porque el estudio de investigación caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, del centro de la ciudad de Huánuco,

2019 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2019

La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales una realidad, se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. (Guevara, 2020). Fue descriptivo, porque se describió las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas, las características de las micro y pequeñas empresas, las características de

la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

La investigación cuantitativa se basa en aspectos numéricos para poder investigar, analizar y comprobar la información recogida, pretende establecer la correlación de las variables y objetivación de los resultados que se da a través de una muestra que nos ayuda a realizar inferencias a una población que nos indica el porqué de la problemática. (Cortez, 2017). Fue de enfoque cuantitativo porque se recopiló datos, se analizó la información mediante tablas estadísticas.

## **4.2 Población y muestra**

La población define a población como “un conjunto finito o infinito de elementos que tienen características comunes las cuales hará extensivas las conclusiones de la investigación. La población estuvo conformada por 20 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. La información se obtuvo a través del sondeo. (anexo 3) (Arias, 2016)

La muestra define como un subconjunto representativo y finito que se saca de la población accesible. La muestra estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. La muestra obtenida fue no probabilística se obtuvo por conveniencia ya que solo la cantidad mencionada acepto participar de forma voluntaria en la investigación. (Arias, 2016)



### 4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores

Aspectos complementarios	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas de carácter institucional que buscan salir adelante frente a un mercado competitivo con una idea de negocio que buscan una estabilidad económica satisfaciendo necesidades. (Dictamen de la comisión de producción y micro y pequeña, 2006)	Los representantes manifiestan diversas edades, la mayoría son de género masculino, presentan grado de instrucción superior, son dueños y cuentan con varios años en el rubro, trabajan con personas que no son sus familiares.	Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 18- 30 años</li> <li>- 31-50 años</li> <li>- 51 a más años</li> </ul>	Razón
				Género	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masculino</li> <li>- Femenino</li> </ul>	Nominal
				Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sin instrucción</li> <li>- Educación básica</li> <li>- Superior no universitaria</li> <li>- Superior universitaria</li> </ul>	Nominal
				Cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dueño</li> <li>- Administración</li> </ul>	Nominal
				Tiempo en el cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0-3 años</li> <li>- 4-6 años</li> <li>- 7 a más años</li> </ul>	Razón

<b>Aspectos complementarios</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Items</b>	<b>Escala de Medición</b>
micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas son negocios pequeños que están creados por personas naturales que buscan generar un ingreso, también buscando en el mercado un posicionamiento tratando de satisfacer las necesidades de un público o sector en un país competitivo. (Mesones, 2018)	Las micro y pequeñas empresas presentan tiempo en el rubro, cuentan son más de 5 trabajadores, trabajan con personas no familiares y el objetivo de su creación fue generar ganancias.	Características de las micro y pequeñas empresas	Tiempo en el rubro	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 0 a 3 años</li> <li>– 4 a 6 años</li> <li>– 7 a más años</li> </ul>	Razón
				Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 1 a 5</li> <li>– 6 a 10</li> <li>– 11 a mas</li> </ul>	Razón
				Vínculos familiares	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Familiares</li> <li>– Personas no familiares</li> </ul>	Nominal
				Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Generar ganancias</li> <li>– Subsistencia</li> </ul>	Nominal

<b>Aspectos complementarios</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Items</b>	<b>Escala de Medición</b>
gestión de calidad	La gestión de calidad en el aspecto de la atención al cliente, trata sobre poder detectar las herramientas modernas de gestión que se puedan aplicar en un proceso de atención al cliente, con esto podemos entender que la gestión y el servicio de ventas son herramientas principales para obtener una mejor eficiencia en el servicio que nos Brinda las empresas organizaciones(ISO, 2018)	El termino gestión de calidad es conocido por los representantes, usan las técnicas modernas de gestión de calidad, cuentan con algunas dificultades para el conocimiento con los trabajadores, cuentan con técnicas de medición de rendimiento de su personal, la gestión de calidad cuenta como rendimiento de su negocio así mismo ayuda a alcanzar sus objetivos, tienen conocimiento sobre la atención al cliente de tal manera le ponen importancia al retorno de sus clientes cuentan con herramientas para un servicio de calidad , tienen factores para una atención de calidad así mismo los representantes buscan un buen resultado para su empresa	Característica de la gestión de calidad	Conocimiento sobre el termino de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
				Técnicas de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Empowerment</li> <li>- Las 5s</li> <li>- Outsourcing</li> <li>- Otras</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal
				Dificultades de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa</li> <li>- Aprendizaje lento</li> </ul>	Nominal

					<ul style="list-style-type: none"> <li>- No adaptarse a los cambios</li> <li>- Desconocimiento</li> <li>- Otras</li> </ul>	
				Técnicas de medición del rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- Escala de puntuación Evaluación de 360°</li> <li>- Otras</li> </ul>	Nominal
				Gestión de calidad en el rendimiento del negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
				Gestión de calidad en el alcance de objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal

Aspectos complementarios	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	ítems	Escala de medición
Atención al cliente	Es una herramienta de marketing que se encarga de establecer relaciones con ellos, se encuentra para garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoría, orientación, instrucciones y todo aquello que facilite este proceso. (zendesk, 2020)	Los representantes tienen conocimiento sobre la atención al cliente de tal manera le ponen importancia al retorno de sus clientes cuentan con herramientas para un servicio de calidad, tienen factores para una atención de calidad así mismo los representantes buscan un buen resultado para su empresa	Características de la atención al cliente	Conocimiento sobre el termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
				Consideración de la buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidad insuficiente del personal</li> <li>- Mala organización de los trabajadores</li> <li>- Si se brinda una buena atención</li> </ul>	Nominal
				Importancia de la atención al cliente para su retorno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
				Herramientas para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Confianza</li> <li>- Retroalimentación</li> <li>- Ninguna</li> </ul>	Nominal
				Factores para una atención de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención personalizada</li> <li>- Rapidez en la entrega de los productos</li> <li>- Las instalaciones</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal

				Tipo de atención	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena</li> <li>- Regular</li> <li>- Mala</li> </ul>	Nominal
				Factores limitantes en la atención	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidad insuficiente de personal</li> <li>- Mala organización de los trabajadores</li> </ul>	Nominal
				Resultados logrados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si se brinda una buena atención</li> <li>- Satisfacción de los clientes</li> <li>- Fidelización del cliente</li> <li>- Incremento en las ventas</li> <li>- Posicionamiento de la empresa</li> </ul>	Nominal

#### **4.4 técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La encuesta es un instrumento que se usa para la recolección de información ya sea cuantitativa o cualitativa (Wetreichner, 2018)

La técnica que se utilizó en el trabajo de investigación para el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo direccionado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

El cuestionario es una herramienta para la recolección de datos con la finalidad de ser usado en una investigación, esto tiene como características preguntas que están blindadas a sacar algún dato que se desconoce. (Fernández, 2017)

El instrumento utilizado fue el cuestionario, elaborado con 20 preguntas; las 5 primeras estuvieron direccionadas a las características de los representantes de los negocios, las otras 4 siguientes fueron sobre las características de las micro y pequeñas empresas y las últimas 14 estuvieron relacionados a las características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad. (ver anexo 4)

## 4.5 Plan de análisis

Un plan de análisis es un mapa de rutas que te ayuda a organizar los datos de tu encuesta, te ayuda a lograr cumplir el propósito que establece antes de realizar tu encuesta y responder tus preguntas con certeza. (Wetreichner, 2018)

Se usó los siguientes programas informáticos: Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación. El formato PDF para la presentación final del trabajo de investigación. Microsoft power point para la presentación de las diapositivas en la ponencia del trabajo de investigación. Turnitin para verificar el nivel de similitud. Mendeley para la recepción de todos los documentos y gestionar las referencias bibliográficas. Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información recogida en el cuestionario como instrumento, también para la elaboración de tablas y figura.



#### 4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.</li> <li>- Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019</li> <li>- Establecer las principales características de la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.</li> <li>- Establecer las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.</li> </ul>	<p>Atención al cliente</p> <p>gestión de calidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se utilizo una población de 20 micro y pequeñas empresas</li> <li>- Se obtuvo una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco.</li> </ul>	<p>-El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. El enfoque de la investigación fue cuantitativo.</p> <p>-no experimental porque no se manipulo la información.</p> <p>- transversal porque se desarrolló en un espacio y tiempo determinado.</p> <p>- descriptivo porque solo se describió las principales características de la variable.</p> <p>- Cuantitativa porque se recopilo datos, se analizó la información mediante tablas estadísticas.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

## **4.7 Principios éticos**

### **Protección de las personas**

En esta investigación se protegió a las personas que participaron respetando su privacidad como lo solicitaron, este trabajo de investigación no tiene los números telefónicos, ni direcciones en el cuestionario y consentimiento informado. De tal manera tampoco se les fotografió porque no se otorgó el permiso respectivo. Se les hizo saber a los representantes de cada micro y pequeña empresa que los datos brindando solo se usaron con fines investigativos, si se negaban a entregar la información requerida se les aceptaba sin ningún inconveniente.

### **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad**

Para contribuir con el cuidado del medio ambiente y la preservación de la naturaleza (tala de árboles), se aplicó el cuestionario en hojas recicladas en las cuales estas contenían las preguntas. También se usó la energía de una manera adecuada y consciente, para el trabajo de investigación se evitó que la laptop este cargando largas horas.

### **Libre participación y derecho a estar informado**

Los representantes de las microempresas fueron informados sobre el trabajo de investigación que se llevó a cabo en dicho establecimiento para esto se presentó un consentimiento informado en donde se nos permitió aplicar el cuestionario. También se aclaró las dudas a los representantes de las micro y pequeñas empresas sobre la información brindada dándoles una seguridad en su participación.

### **Beneficencia no maleficencia**

Se aclaró a los representantes de las micro y pequeñas empresas que no se les causara ningún daño por la información brindada, se respetó sus peticiones, así como la anonimidad de sus respuestas dadas en dichos cuestionarios. Tampoco se le interrumpió en el momento de trabajo se hizo una llamada para sacar una cita y no incomodar en el momento que se les está atendiendo a los clientes.

### **Justicia**

Se brindo un trato cordial a los que participaron en el trabajo de investigación, se les indico la importancia y la causa que tiene la elaboración de la encuesta y su participación en este trabajo. Se les menciono también que los resultados obtenidos en la investigación se les hará llegar una copia del informe.

### **Integridad científica**

Los participantes fueron informados que los datos brindados solo se contemplarían en el consentimiento informado y que los datos tales como la dirección la razón social si estará considerado en el trabajo de investigación. También se les informo que las respuestas dadas solo serán usadas para el desarrollo de la investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Tabla 1

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019*

Datos generales	n	%
<b>Edad</b>		
18 – 30 años	4	40.00
31 – 50 años	6	60.00
51 a más años	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Genero</b>		
Masculino	9	90.00
Femenino	1	10.00
Total	10	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	3	30.00
Superior universitaria	7	70.00
Total	10	100.00
<b>Cargo</b>		
Dueño	10	100.00
Administrador	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Tiempo en el cargo</b>		
0 – 3 años	3	30.00
4 – 6 años	5	50.00
7 a más años	2	20.00
Total	10	100.00

*Nota.* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.*

Características de las micro y pequeñas empresas	n	%
<b>Tiempo en el rubro</b>		
0 – 3 años	0	0.00
4 – 6 años	4	40.00
7 a más años	6	60.00
Total	10	100.00
<b>Número de trabajos</b>		
1 – 5 trabajadores	10	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Vínculo familiar</b>		
Familiares	3	30.00
Personas no familiares	7	70.00
Total	10	100.00
<b>Objetivos de creación de la empresa</b>		
Generar ganancias	9	90.00
Subsistencia	1	10.00
total	10	100.00

*Nota.* cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

Tabla 3

*Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.*

Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
<b>Conocimiento sobre el termino gestión de calidad</b>		
Si	4	40.00
No	2	20.00
Tengo cierto conocimiento	4	40.00
Total	10	100.00
<b>Técnicas modernas de gestión de calidad</b>		
Benchmarking	2	20.00
Atención al cliente	1	10.00
Empowerment	3	30.00
Las 5 s	2	20.00
Outsourcing	0	0.00
Otras	2	20.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Dificultades de los trabajadores</b>		
Poca iniciativa	4	40.00
Aprendizaje lento	1	10.00
No adaptarse a los cambios	0	0.00
Desconocimiento	3	30.00
Otras	2	20.00
Total	10	100.00
<b>Técnicas de medición del rendimiento del personal</b>		
La observación	2	20.00
La evaluación	5	50.00
Escala de puntuación	2	20.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otras	1	10.00
Total	10	100.00
<b>Gestión de calidad en el rendimiento del negocio</b>		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

*Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión calidad en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro clínica odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco.*

Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
<b>Gestión de calidad en el alcance de objetivos y metas</b>		
Si	10	
No	0	100.0
A veces	0	0.0
Total	10	0.0
<b>Conocimiento sobre el termino atención al cliente</b>		
Si	8	
No	0	80.0
Tengo cierto conocimiento	2	0.0
Total	10	20.0
<b>Importancia de la atención al cliente para su retorno</b>		
Si	9	
No	1	90.0
Total	10	10.0
<b>Herramientas para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	5	
Confianza	2	50.0
Retroalimentación	2	20.0
Ninguna	1	20.0
Total	10	10.0
<b>Factores para una atención de calidad</b>		
Atención personalizada	4	40.0
Rapidez en la entrega de los productos	0	0.0
Las instalaciones	3	30.0
Ninguno	3	30.0
Total	0	0.0
	10	100.0

Continúa...

Tabla 3

*Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco*

Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
<i>Concluye...</i>		
<b>Tipo de atención</b>		
Buena	7	70.00
Regular	3	30.00
Mala	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Factores limitantes en la atención</b>		
Cantidad insuficiente de personal	4	40.00
Mala organización de los trabajadores	5	50.00
Si se brinda una buena atención	1	10.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Resultados logrados</b>		
Satisfacción en el cliente	6	60.00
Fidelización del cliente	2	20.00
Incremento en las ventas	1	10.00
Posicionamiento de la empresa	1	10.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</b>		
Si	4	40.00
No	3	30.00
A veces	3	30.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.



## 5.2 Análisis de resultados

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.**

Edad: el 60% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad (Tabla 1); este resultado coincide con la investigación realizada por Reyes (2019) quien indicó que el 64.29% tiene de entre 31 a 50 años, con la investigación de Rosas (2019) quien manifestó que el 66,67% tiene de entre 31 a 50 años, también con el estudio de investigación de Rojas (2019) que la mayoría de un 70% tiene de entre 31 a 50 años, así mismo esto coincide con la investigación de Arena (2020) quien manifiesta que el 70% tiene de entre 31 a 50 años, del mismo modo que la investigación de Hernández (2016) quien indica que un 40% tienen de entre 31 a 50 años, con un porcentaje alto Pacheco (2019) quien aporta en su trabajo de investigación que un 83% tienen de entre 31 a 50 años. Se demuestra con esto que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas mayores con una madurez y experiencia que pueden desempeñar un trabajo de la manera más apta posible.

Género: el 90 % de los representantes pertenecen al género masculino (tabla 1), esto contrasta con el resultado de Reyes (2019) quien indicó que 64.29% pertenece al género femenino, Rosas (2019) indica que el 39% son hombres, de igual manera Rojas (2019) indica que el 70% son hombres, pero contrasta con Hernández (2016) menciona que el 66% son de género femenino, esto contrasta con Pacheco (2019) quien indica que el 66% de los representantes son de género masculino. Esto demuestra que tanto como hombres como mujeres pueden administrar una micro pequeña empresa.

Introducción: el 70 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior (tabla 1), esto coincide con Reyes (2019) quien manifiesta que el 64.29% cuenta con nivel superior universitario, esto contrasta con Rosas (2019) indica que solo el 6.06% tiene superior universitario, pero coincide con Rojas (2019) quien manifiesta que el 50% cuentan con superior universitario Pacheco (2019) en su trabajo de investigación indica que el 66% tiene instrucción superior técnico. Con estos resultados se puede ver que la gran mayoría de los representantes terminaron los estudios secundarios y se prepararon, ya que esta formación es una buena herramienta para que su microempresa alcance los objetivos y metas puestas.

Cargo: el 100% es dueño de su microempresa (tabla 1), esto coincide con el trabajo de investigación de Reyes (2019) quien indica que el 57.14% son dueños de sus negocios, de la misma manera con el trabajo de investigación de Rosas (2019) quien menciona que el 78.79% son dueños de sus negocios, también coincide con el trabajo de investigación de Rojas (2019) que indica que un 90% son dueños de sus negocios, de tal manera que el mayor porcentaje del trabajo de investigación de Arena (2020) manifiesta que un 80% es dueño de su negocio, esto contrasta con Hernández (2016) quien manifiesta que un 66% son administradores, al igual que en el trabajo de investigación de Pacheco (2019) quien indica que el 66% son administradores de sus negocios. Con esta investigación podemos ver que los representantes en su mayoría de los representantes son dueños de sus propios negocios por el motivo de que ellos piensan que son los más aptos para poder dirigir su negocio siendo personas preparadas y capacitadas.

Tiempo en el cargo: el 50% de los representantes tiene entre 4 a 6 años como dueño de la empresa (tabla 1), contrasta con el trabajo de investigación de Rosas (2019) quien manifiesta que un 66.67% de los representantes tiene entre 7 años a más, en su trabajo de investigación Rojas (2019) indica que un 40% de los representantes tiene un tiempo de 4 a 6 años, así mismo coincide con el trabajo de investigación de Arena (2020) quien manifiesta que un 40% de los representantes tiene un tiempo de 4 a 6 años en el cargo, de tal manera esto contrasta con el trabajo de investigación de Pacheco (2019) quien manifiesta que un 50% de los representantes tiene solo entre 0 a 3 años en el cargo. Con estos resultados podemos observar que la mayoría tiene tiempo a cargo del rubro, demostrando que tienen habilidades para poder desempeñar su labor de una manera eficiente y con una experiencia que les ayuda a tomar buenas decisiones.

## **Tabla 2**

### **Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.**

Tiempo en el rubro: el 60% de los negocios tiene entre 7 a más años en el rubro de clínicas odontológicas (tabla 2), este contrasta con el trabajo de investigación de Reyes (2019) quien manifiesta que el 42.86% tienen entre 0 a 4 años en el rubro del sector servicio, con el de Rosas (2019) quien manifestó que el 81.82% de los negocios tiene entre 7 a más años en el mercado, esto coincide con el trabajo de investigación de Rojas (2019) quien indicó que un 60% tiene entre 7 a más años, de misma manera en su trabajo de investigación Arena (2020) menciona que un 50% de los negocios

tienen entre 7 a más años de antigüedad, esto coincide con la investigación de Pacheco (2019) quien manifiesta que un 66% tiene una permanencia entre 7 a más años. Con esta investigación podemos decir que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio ya tiene un tiempo posicionados en el mercado de tal manera que tiene un público ganado, y están en buen camino para un proceso de consolidación directa en la mente de sus clientes.

Número de trabajadores: el 100% de las micro pequeñas empresas tiene entre 1 a 5 trabajadores (tabla 2), esto coincide con el trabajo de investigación de Reyes (2019) quien manifiesta que un 57% tiene entre 1 a 5 trabajadores, esto contrasta con el trabajo de Rosas (2019) quien manifiesta que un 51.52% tiene entre 3 a 5 trabajadores, al igual q contraste con la investigación de Rojas (2019) quien indica que un 90% tiene entre 1 a 2 trabajadores, además Arena (2020) manifiesta en su trabajo que un 60% tiene entre de 6 a 10 trabajadores, asimismo en su trabajo de investigación Pacheco (2019) indica que un 100% tiene entre 1 a 5 trabajadores. Con esta investigación podemos observar que la mayoría de los negocios cuentan con personal para poder realizar sus labores de atención con más eficacia, a la igual manera que es beneficioso porque se puede ocupar de muchas más personas generando un poco más de ingreso en el negocio.

Vínculo familiar: el 70 % son personas no familiares (tabla 2), esto contrasta con el trabajo de investigación de Rojas (2019) quien indica que un 80% de las personas son familiares, por otra parte, en su investigación Arena (2020) menciona que un 60% son

personas no familiares, contrasta con el trabajo de investigación Pacheco (2019) indica que un 83% tienen a personas familiares en su negocio. Con esta investigación podemos denotar que no todos los negocios piensan en lo mismo algunos prefieren hacer una evaluación para contratar a gente capacitada para el rubro sin importarles el vínculo familiar mientras otros optan la confiabilidad en sus familiares.

Objetivo de creación de la empresa: un 90% tuvo como objetivo generar ganancias (tabla 2), esto coincide con Rosas (2019) quien menciona que un 100% de las micro pequeñas empresas tuvo como objetivo generar ganancias, al igual que en el trabajo de investigación Rojas (2019) menciona que un 100% tuvo como objetivo generar ganancias, así mismo en la investigación Arena (2020) quien indico que un 90% tiene el objetivo de generar ganancias. Se comprueba con esta investigación que las micro y pequeñas empresas se constituyen para que los representantes tengan un ingreso económico poniendo su esfuerzo, tiempo y dedicación en su negocio.

### **Tabla 3**

#### **Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019**

Conocimiento sobre término gestión de calidad: el 90% de representantes si conocen sobre el termino gestión de calidad(tabla 3), esto coincide con Arena (2020) quien manifestó que un 60% de las representantes si conocen el término de gestión de calidad, al igual que la investigación de Rojas (2019) quien menciona que un 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el termino de gestión de calidad , así mismo Pacheco (2019)en su trabajo de investigación menciona que un

66% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término gestión de calidad. Esta investigación demuestra que hoy en día los negocios tienen mucha más curiosidad sobre aspectos que ayudan a mejorar su negocio aprendiendo temas que son muy esenciales e importantes para el buen funcionamiento de las micro y pequeñas empresas.

Técnicas modernas de gestión de calidad: el 40% de los representantes conocen la atención al cliente como técnica moderna (tabla 3), esto coincide con Reyes (2019) quien menciona que un 100% de los representantes conocen la atención al cliente como técnica moderna, esto coincide con el trabajo de Arena (2020) quien expresó que un 80% de los representantes conocen las técnicas modernas, esto contrasta con Pacheco, (2019) quien indica que un 100% conoce al marketing como técnica moderna, al igual que en la investigación de Hernández (2016) quien menciona que 58% de los representantes tienen como conocimiento al marketing como técnica moderna. Esto señala que los dueños de las pequeñas empresas tienen conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad, también al encontrarse todo los días con este aspecto se volvió una familiaridad que les hace mucho mejor entender y poder adaptarse a los nuevos cambios que puedan surgir durante estos tiempos.

Dificultad de los trabajadores: el 40% de los dueños de las empresas considera como inconveniente la poca iniciativa en la labor de sus trabajadores (tabla 3), esto coincide con Arena (2020) quien manifiesta que un 60% de los dueños consideran que la poca iniciativa es un inconveniente en la labor de sus trabajadores, así mismo coincide con Pacheco (2019) quien indica que un 66% de los dueños indican que los trabajadores

tiene poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad, esto contrasta con Hernandez (2016) quien manifiesta que los dueños consideran como inconveniente el desconocimiento del puesto. Con este trabajo de investigación podemos concluir que los trabajadores no tienen una motivación para darles más ánimo y vengan a trabajar dispuesto a poder aprender los cambio que se dan, tener más iniciativa en querer mejorar.

Técnicas de medición del rendimiento del personal: el 50% conoce la evaluación para medir el rendimiento de los trabajadores (tabla 3), esto contrasta con Reyes (2019) quien manifiesta que un 64.29% conocen la observación para medir el rendimiento de los trabajadores. Asimismo, coincide con el trabajo de investigación Arena (2020) quien menciona que un 90% conoce la evaluación para medir el rendimiento de su personal, al igual que en el trabajo de investigación de Pacheco (2019) quien indico que un 83.33% conoce la observación para medir el rendimiento de los trabajadores. Con esto se muestra que los representantes en su mayoría solo conocen la observación para poder definir el rendimiento de sus trabajadores ya sea buena o mala, este método es muy común pero no tan favorable para el negocio porque no se evalúa al trabajador de una manera que haga notar que tan aptos son para el puesto de trabajo.

Gestión de calidad en el rendimiento del negocio: el 90% considera que una buena gerencia si contribuye en el buen funcionamiento de la empresa (tabla 3), esto coincide con Pacheco (2019) quien indico que un 100% considera tener una buena administración ayuda para el mejoramiento de la empresa, también con el trabajo de Rojas (2019) quien manifestó que un 100% está de acuerdo que la gestión de calidad

influye mucho para tener una buena administración. Y con el de Arena (2020) quien indico que un 100% está de acuerdo que la gestión de calidad es buena para el rendimiento del negocio. Con lo investigado se puede ver que la gestión de calidad permite el crecimiento de las micro pequeñas empresas, por lo tanto, es muy importante que los representantes deben conocer y poner en práctica de esta manera poder corregir algunos errores ante el cliente.

Gestión de calidad al alcance de objetivos y metas: un 100% expreso que una adecuada administración permitirá conseguir los objetivos y metas determinados (tabla 3), esto coincide con el resultado obtenido por Pacheco (2019) quien indico que un 100% considera que el buen manejo de gestión de calidad ayuda a poder alcanzar los objetivos y metas trazadas. se puede observar también que los representantes creen que es importante poder contar con una adecuada dirección para conseguir la estabilidad causando un posicionamiento del negocio.

Conocimiento sobre el termino atención al cliente: el 80% afirma conocer lo que es atender a un cliente (tabla 3), esto coincide con el trabajo de Reyes (2019) quien indico que un 57.14% conoce el termino atención al cliente, al igual que el trabajo de investigación Arena (2020) quien manifiesta que un 80% sabe lo que es la atención al cliente. Asimismo, Pacheco (2019) indico en su trabajo de investigación que un 100% tiene conocimiento de cómo tratar a un cliente. Esto revela que lo representantes conocen sobre el concepto que es como se trata a un cliente, lo aplican constantemente ya que es parte del negocio, pero no saben los métodos esenciales que se debe de hacer para poder desarrollarse de mejor manera, porque no solo es conocer el termino de



atención al cliente sino también de cómo se debe de llevar a cabo conociendo las necesidades para poder satisfacer lo que buscan.

Aplicación de la gestión de calidad en el servicio: el 90% si aplica una administración de calidad en la atención que brinda (tabla 3), esto coincide con Rojas (2019) quien manifestó que un 70% aplica una buena gestión de calidad y con el de Arena (2020) quien dio a conocer que 50% también aplica la gestión de calidad en el servicio. Del mismo modo en el trabajo de investigación Pacheco (2019) indico que un 83.33 aplica la gestión de calidad en los servicios que brindan. La investigación señala que los representantes de las micro y pequeñas empresas saben que la gestión de calidad va conjuntamente con la atención al cliente, pero no saben a profundidad la importancia que estos dos tienen para poder hacer más eficiente a un negocio.

Retorno al establecimiento: el 90% considera que es fundamental la atención al cliente para el retorno al establecimiento (table 3), esto coincide con Rojas (2019) quien manifestó que un 80% considera que la atención al cliente es fundamental para el retorno, así mismo en el trabajo de Pacheco(2019) indico que un 85.54% considera que la atención al cliente es fundamental para el retorno en el establecimiento. La investigación señala que la atención al cliente es fundamental para que los clientes puedan retornar a la empresa a seguir atendiéndose se manera eficaz.

Herramientas para un servicio de calidad: el 50% considera a la comunicación como característica principal para poder brindar una buena atención al cliente (tabla 3), este coincide con Pacheco (2019) quien indico en su trabajo de investigación que un 66. % piensa que la comunicación es una característica importante para brindar un servicio al cliente.

Se observa que la mayoría de las micro y pequeñas empresas hacen uso de la comunicación para poder fidelizar a los clientes y puedan seguir frecuentando el negocio dando buenas referencias sobre la atención.

Factores para una atención de calidad: un 40% consideran que la atención personalizada es un elemento primordial (tabla 3), esto coincide con Reyes (2019) quien indicó en su trabajo de investigación que un 57% asume que brindar un servicio personalizado es importante para el negocio, asimismo en el trabajo de Arena (2020) manifestó que un 50% piensa que la atención personalizada es una buena herramienta para la atención e calidad, esto contrasta con Pacheco (2019) quien manifestó que un 50% considera que la rapidez es el factor principal para la calidad de servicio. Esta investigación demuestra que la gran mayoría está de acuerdo que brindar una atención personalizada es el elemento primordial para la atención de calidad porque les podrá dar más información necesaria manteniendo una privacidad y anonimato de los problemas o productos que requieren lo clientes manteniéndose más seguros.

Tipo de atención: el 70% de representantes considera que la atención que brinda es buena (tabla 3), esto coincide con Arena (2020) quien indicó que un 80% brinda buena atención de servicio a los clientes, así mismo con el trabajo de Pacheco (2019) quien manifiesta que un 83% señalan que la atención brindada es buena, también Hernández (2016) indicó que un 83% otorga una atención buena. Según esta investigación se demuestra que los representantes manifiestan estar brindando una buena atención a sus clientes, pero cabe recalcar que no es una mala idea que aprendan más sobre las técnicas de atención al cliente y de esta manera mejoren para poder tener un negocio más rentable con buenos comentarios del público.

Factores limitantes de la atención el 50% de los representantes piensan que la mala organización por los trabajadores causa limitaciones en la empresa (tabla 3), esto coincide con Reyes (2019) quien manifiesta que un 92% de los representantes consideran que el factor que puede causar una mala atención al cliente es la mala organización de los trabajadores, esto contrasta con Pacheco (2019) quien indicó que un 66% de los representantes encuestados dijeron que no tienen factores que obstruyen la atención que brindan. Con este resultado podemos ver que las micro y pequeñas empresas tienen problemas con su personal al no saber organizarse esto les podría traer muchas consecuencias a la larga, por otra parte, se debe de buscar mejorar eso para no perjudicar al negocio.

Resultados logrados: el 60% afirma que tras una buena atención consiguen la satisfacción del cliente (tabla 3), asimismo en su investigación Pacheco (2019) manifestó que un 50% considera que la buena atención logra la satisfacción al cliente, esto contrasta con Reyes (2019) quien manifiesta que un 50% indica que una buena atención consigue la fidelización de los clientes, de igual en su trabajo de investigación Arena (2020) indicó que la buena atención al cliente trae como resultado una buena rentabilidad al negocio. Se puede observar que hay diferentes resultados, pero todo conlleva a cosas positivas para la empresa dependiendo del beneficio que ellos quieran lograr, el trabajo en equipo tiene mucho que ver con estos resultados encontrados que buscan la satisfacción a los clientes.

## VI. CONCLUSIONES

Características de los representantes como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas de la ciudad de la ciudad de Huánuco, 2019. Son dueños de sus negocios. La mayoría tiene entre 31 a 50 años, pertenecen al género masculino y cuentan con educación superior universitario. La minoría tiene de 7 años a más como empresario. Las personas tienen un tiempo moderado en el cargo de sus empresas, estas están representadas por varones que son personas preparadas con estudios para ejercer de manera eficiente. Este dato nos ayudara a poder conocer un poco más a las personas que están a cargo de las clínicas odontológicas, teniendo en cuenta que son personas capacitadas para poder ejercer una buena atención dándoles seguridad al momento de ser atendidos.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas odontológicas de la ciudad de Huánuco, 2019. Las micro y pequeñas empresas presentan entre 1 y 5 trabajadores. La mayoría tiene como trabajadores a personas no familiares con un objetivo de generar ganancias, en su minoría el tiempo que tiene en el rubro es de 7 años a más en el rubro de clínicas odontológicas. Las empresas se formaron para la generación de dinero que pueda cubrir los gastos que les pueda ocasionar a la vida cotidiana de los representantes, sus trabajadores son pocos por el motivo de que el establecimiento es pequeño y para poder atender en una clínica odontológica no es necesario una gran cantidad de colaboradores.

Características de la gestión de calidad. Los representantes conocen el término de gestión de calidad. En su mayoría saben que la técnica más moderna de gestión de calidad es la atención al cliente, quienes cuentan con una técnica de evaluación para poder medir el rendimiento de su personal. Consideran como dificultad la poca iniciativa que tiene sus

trabajadores, consideran que la gestión de calidad si aporta como un buen rendimiento en su negocio, así mismo que la gestión de calidad les ayuda al alcance de sus objetivos y metas. Los representantes consideran que la gestión de calidad es importante y tienen conocimiento, pero no implementan más herramientas para la medición de rendimiento de personal en donde se genera un problema con los trabajadores que podrían no estar capacitados para atender las necesidades de los clientes de tal manera causa una inseguridad ya que la salud es un tema delicado a tratar.

Características de la atención al cliente los negocios tienen conocimiento sobre la atención al cliente y mencionan que es importante para el retorno de sus clientes en su minoría consideran que los productos no es un factor para la buena atención al cliente, tienen una atención buena y la mala organización es un factor limitante para la atención, los resultados obtenidos fue la satisfacción de los clientes. Los representantes tienen conocimiento sobre gestión de calidad y atención al cliente, pero no lo hacen prevalecer en sus negocios no conocer más técnicas modernas que les pueda ayudar a poder tener más resultados, les falta conocer más elementos, atributos, características y principios que puedan facilitar el desarrollo y la satisfacción de los clientes. La atención al cliente en las clínicas odontológicas es un factor esencial para alcanzar los objetivos y metas pero sin embargo los representantes y trabajadores no toman en cuenta esta herramienta, tienen conocimiento pero no lo implementan a profundidad en la empresa por el motivo que ya tienen un tiempo determinado a pesar que cumplen con las necesidades de sus clientes no siempre pueden satisfacer los requisitos que se les exige.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Involucrar al representante de las micro y pequeñas empresas a poder adherirse más a las actividades de su empresa para saber las problemáticas que se vive el día a día con los conflictos de los clientes en la demora de atención a sus necesidades, capacitarse mas sobre las herramientas actuales de la gestión de calidad de tal manera poder ponerlo en práctica para el bienestar de sus empresa y satisfacción de sus clientes.

Otorgar información correcta a los clientes en sus resultados y análisis requeridos en un mediano lapso de tiempo, para evitar incomodidad o desconformidad con la atención requerida a sus necesidades, dar una cordialidad al momento de recibir a las personas buscando la manera de que no se vaya ni que se sienta incomoda y poder hacer respetar sus tiempo de llegada de cada persona al consultorio, estar dispuestos siempre a poder brindar información a los que pidan sin molestar ni poner mal genio, dando soluciones en el momento para evitar las quejas o los malos comentarios sobre la atención en el consultorio.

Capacitar a sus trabajadores sobre conceptos básico de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad con las herramientas actuales, de esta manera evitar un conflicto en la empresa teniendo a personas no aptas para un trato cordial y respetuoso con la clientela.

Evaluar a los trabajadores con pruebas psicológicas y de conocimiento apto sobre los términos de la buena atención al cliente dando pie a no presentar ningún tipo de problemas que puedan poner en riesgo la salud y bienestar de nuestro paciente al tratarse en temas de servicio de salud que brinda la empresa. Elaborar un base de datos de los pacientes de las micro y pequeñas empresas, agrupándoles por los diferentes servicios que piden, de esta manera se podrá reforzar la atención, esta base de datos contará con los nombres, domicilio, número telefónico y tratamiento que está llevando.

## REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Aldana V. (2018). Caracterización de la atención al cliente y el financiamiento en las Mype del rubro librerías del mercado modelo central de Piura, año 2018. Piura: universidad católica los ángeles de Chimbote.
- Analitik, V. (2019). Falta de gestión y calidad, principales problemáticas de empresas en Bogotá. Colombia.
- Arena, K. (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. Huánuco: universidad católica los ángeles de Chimbote.
- Bolaños, E. (2016). la gestión de calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001 sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. En E. Bolaños, gestión de calidad. lima.
- Borja, S. (2014). propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional de comercialización de productos de consumo masivo. quito-Ecuador: universidad internacional del Ecuador.
- Cano, D (2019). Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: caso restaurante " la rinconada" en la ciudad de Huarney,2016. Huarney- Ancash: universidad católica los ángeles de Chimbote.
- Del Águila M. (2018). Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco. 2018. Huánuco: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Dictamen de la comisión de producción y micro y pequeña. (2006)., (págs. 6-7). Perú.
- Dios, M. (2019). caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de corrales 2017. tumbes: universidad católica los Ángeles de Chimbote.
- España. (2018). La gestión de calidad ante la actual dimensión Universitaria en España. formación universitaria. Atece,
- Medro A. (2021). gestión de calidad. Atece
- .

- Finanzas. (2008). microempresario. educando en finanzas personales (cuida tu futuro).
- Gomero, N. (2015). concentración de las mypes y su impacto en el crecimiento económico. Que es una micro y pequeña empresa (págs. 2-4). lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Gómez, K., & Martínez, A. (2018). Propuesta de estrategia de mejoramiento del servicio al cliente en empresas pymes en Bogotá. Bogotá: Universidad Católica de Colombia.
- Guevara, P. Verdesoto, A (2020). Metodología de la investigación. Recimundo.
- Hernández. (2015). diseños no experimentales. tesis de investigación. Hernández. (2016). Gestión de calidad, marketing y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Amarilis año 2016. Huánuco.
- Hernández, H. (2018). gestión de calidad. Colombia.
- ISO, N. (2018). gestión de calidad. nueva ISO 9001:2015.
- Arias, J. (2016). El protocolo de investigación. Redalyc . Kano,
- N. (2004). modelo de satisfacción del cliente.
- Lisboa, R. (2019). outsourcing. rockcontent.
- Mesones, A. (2018). micro y pequeñas empresas en el peru(MYPES). Academia.
- MYPES. (2021). que son las mypes. SimpleX - Facturación electrónica fácil para MYPES.
- Pacheco, E. (2019). Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. Huánuco: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Peña, L. (2020). la microempresa. billin.net.
- Rettis J. (2017). La atención al cliente y la demanda de pasajes en la empresa de transportes terrestre “Turismo central” en la ciudad Huánuco -2015. Huánuco: universidad católica los Ángeles de Chimbote .
- Reyes, W. (2019). La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector



- servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019. Chimbote: universidad los Ángeles de Chimbote.
- Riofrio Y. (2016). Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Iván Bohman C.A., para crear un plan de gestión de calidad al cliente en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Carrera de Publicidad y Mercadotecnia.
- Rojas, L. (2019). Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector textil rubro sastrería del centro comercial Bahía Center en la ciudad de Chimbote, 2016. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Rosas, D. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Huaraz : Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Saavedra, A. (2020). La atención al cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco.2019. Trujillo: universidad de los Ángeles de Chimbote.
- Sánchez V. (2017). diseño de estudios. Access Medicina. Serna,
- H. (2006). satisfacción del cliente.
- Silva, D (2020). atención al cliente. blog de zendesk.
- Yzaguirre, E. (2019). gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de chimbote,2018. Chimbote: universidad católica los Ángeles de Chimbote

## Anexo

### Anexo 1: Cronogramas de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018				Año 2019				Año 2019				Año 2021			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		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 o Docente Tutor			X													
5	Mejora del marco teórico				X												
6	Redacción de la revisión de la literatura				X												
7	Elaboración del consentimiento informado (*)					X											
8	Ejecución de la metodología					X											
9	Resultados de la investigación							X									
10	Conclusiones y recomendaciones								X								
11	Redacción del pre informe de Investigación.									X	X	X	X				
12	Reacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X		
15	Redacción de artículo científico															X	X

**Anexo 2. Presupuesto**

<b>Presupuesto desembolsable (estudiante)</b>			
categoria	base	% o numero	Total(S/)
<b>Suministros</b>			
• Impresiones	20.00	2	40.00
• Fotocopias	12.00	4	48.00
• Papel bond A-4(300 hojas)	10.00	1	10.00
• Lapiceros	1.00	2	2.00
<b>servicios</b>			
• Uso del turnitin	50.00	1	50.00
• Uso de internet (level S.A.C)	50.00	4	200.00
<b>Sub total</b>			150.00
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	5.00	10	50.00
<b>Sub total</b>			50.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			200.00
<b>Presupuesto no desembolsable (universidad)</b>			
<b>Categoría</b>			
<b>Servicios</b>			
• Búsqueda de información en base de datos	30.00	2	60.00
• Soporte informático(módulo de investigación del ERP university-MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicidad de artículo en reposito institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			270.00
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada(6 horas por semana)	52.5	4	210.00
<b>Sub total</b>			210.00
<b>Total presupuesto no desembolsable</b>			480.00
<b>Total(S/)</b>			680.00

Fuente: Elaboración propia

**Anexo 3.** Cuadro de sondeo de las micro y pequeñas empresas**Población**

N°	Razón social	Dirección
1	Centro dental Ogosi dent	Jr. Abtao 620-huanuco
2	Clínica dental Ortodont	Jr. Abtao 670 Huanuco
3	Ckinica dental Dr mayta	Jr. Dos de mayo 1371
4	Clínica dental Laser	Jr abtao 511
5	Centro odontológico servident	Jr abtao 648
6	Clínica dental Familia Odonto	Jr huayallco 1088
7	Centro odontológico Perfect Dentistry	Jr abtao 407
8	Clínica dental Familia dentis	Jr abtao 558
9	Clínica dental ortodont	Jr abtao 760
10	Clínica dental Fernandez	Jr abtao 736
11	Clínica odontológica River Dent	Jr abtao 1297
12	Dental tacza	Jr huanuco 120
13	Clínica dental dr lucio Martel	Urbanización la quinta mzD Lt10
14	Clínica dental NCO dent	Jr. Huayallco 537
15	Clínica dental global net R&S	Jr damaso beraun 533
16	Dentista theldent	Jr sa martin 1481
17	Dentista dr Berrospi	Jr hermilio valdizan 987
18	Clínica dental smile dent	Jr hermilio valdizan 162
19	Clínica dental Figueroa	Jr tupac amaru 1112
20	Clínica dental Dr camones	Jr las orquídeas 241


Fuente: Elaboración propia

### Muestra

<b>N°</b>	<b>Razón social</b>	<b>Dirección</b>
<b>1</b>	Clínica Laser	<b>Jr Abtao 511</b>
<b>2</b>	Clínica dental Fernández	<b>Jr abtao 760</b>
<b>3</b>	Centro odontológico Perfect Dentistry	<b>Jr abtao 407</b>
<b>4</b>	Clínica dental ortodont	<b>Jr abtao 670</b>
<b>5</b>	<b>Dental tacza</b>	<b>Jr huanuco 120</b>
<b>6</b>	Clínica odontológica River Dent	Jr abtao 1297
<b>7</b>	Clínica dental smile dent	Jr hermilio valdizan 162
<b>8</b>	Clínica dental Figueroa	Jr tupac amaru 1112
<b>9</b>	Clínica dental Dr camones	Jr las orquídeas 241
<b>10</b>	Clínica dental Familia dentis	Jr abtao 558

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 4. Consentimiento informado

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS, DISTRITO DE HUÁNUCO, PROVINCIA DE HUÁNUCO, 2019** y es dirigido por Ureta Quiroz Lisseth Jhadira, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito de Amarilis, provincia de Huánuco.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de una videoconferencia. Si desea, también podrá escribir al correo [4811162010@gmail.com](mailto:4811162010@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

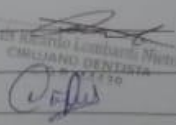
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

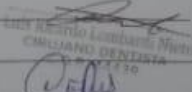
Nombre: Luis Ricardo

Fecha: 30/04/21

Correo electrónico: luisricardo11x@hucol.edu.pe

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

  
LISSETH JHADIRA URETA QUIROZ  
COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN

CIEI VERSION 001 Aprobado 24-07-2020

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS, DISTRITO DE HUÁNUCO, PROVINCIA DE HUÁNUCO, 2019** y es dirigido por Ureta Quiroz Lisseth Jhadira, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito de Amarilis, provincia de Huánuco.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de una videoconferencia. Si desea, también podrá escribir al correo [4811162010@gmail.com](mailto:4811162010@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

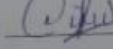
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: MARICRUZ LIVERIO DOMINGUEZ

Fecha: 30/04/21

Correo electrónico: MARICRUZVERONICA17@GMAIL.COM

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS, DISTRITO DE HUÁNUCO, PROVINCIA DE HUÁNUCO, 2019** y es dirigido por Ureta Quiroz Lisseth Jhadira, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito de Amarilis, provincia de Huánuco.  
Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de una videoconferencia. Si desea, también podrá escribir al correo [4811162010@gmail.com](mailto:4811162010@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Béaques Fernández Ménez

Fecha: 30-04-21

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: Béaques Fernández Ménez

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Aprobado 24-07-2020



**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS  
(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS, DISTRITO DE HUÁNUCO, PROVINCIA DE HUÁNUCO, 2019** y es dirigido por Ureta Quiroz Lisseth Jhadira, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito de Amarilis, provincia de Huánuco.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

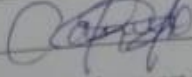
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de una videoconferencia. Si desea, también podrá escribir al correo [4811162010@gmail.com](mailto:4811162010@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

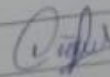
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Carla Alejandra Paoi Blas

Fecha: 29/04/21

Correo electrónico: CarlaPaoiBlas@att.net

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Aprobado 24-07-2020

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS, DISTRITO DE HUÁNUCO, PROVINCIA DE HUÁNUCO, 2019** y es dirigido por Ureta Quiroz Lisseth Jhadira, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito de Amarilis, provincia de Huánuco. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de una videoconferencia. Si desca, también podrá escribir al correo 4811162010@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: José Luis Lanza Cartillo  
Fecha: 29/04/2021  
Correo electrónico: orcol123199@gmail.com  
Firma del participante: [Firma]  
Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Aprobado 24-07-2020

**Anexo 5.** Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, casco urbano del distrito de Chimbote, 2019; para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

**1.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas**

**1. Edad.**

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

**2. Género.**

- a) Masculino. b)
- Femenino.

**3. Grado de instrucción.**

- a) Sin instrucción.
- b) Superior no universitaria. c)  
Superior universitaria.

**4. Cargo que desempeña.**

- a) Dueño.
- b) Administrador.

**5. Tiempo que desempeña el cargo.**

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

**1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas**

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

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

**7. Número de trabajadores en la empresa.**

- a) 1 a 5 trabajadores. b) 6  
a 10 trabajadores.
- c) 11 a más trabajadores.

**8. Tipo de personas que trabajan en la empresa.**

- a) Familiares.
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación de la empresa.**

- a) Generar ganancias. b)  
Subsistencia.

**I. REFERENTE A LA VARIABLE**

**2.1. Gestión de calidad**

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

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

**11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?**

- a) Benchmarking.
- b) Atención al cliente. c)  
Empowerment.
- d) Las 5 s.
- e) Outsourcing. f)  
Otras.
- g) Ninguna.

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

- a) Poca iniciativa.
- b) Aprendizaje lento.
- c) No adaptarse a los cambios. d)  
Desconocimiento del puesto. e)  
Otras.

**13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?**

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

**14. ¿Considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**

- a) Sí.
- b) No.

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

- a) Sí.
- b) No.

c) A veces.

## **2.2. Factor relevante: Atención al cliente**

**16. ¿Conoce el término atención al cliente?**

a) Sí. b)

No.

c) Tengo cierto conocimiento.

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

a) Sí. b)

No.

c) A veces.

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

a) Sí.

b) No.

**19. Herramientas que utiliza para brindar servicio de calidad**

a) Comunicación. b)

Confianza.

c) Retroalimentación. d)

Ninguna.

**20. Principales factores para brindar una atención de calidad**

a) Atención personalizada.

b) Rapidez en la entrega de los productos. c)

Las instalaciones.

d) Ninguno.

**21. La atención que brinda al cliente es:**

a) Buena. b)

Regular. c)

Mala.

**22. ¿Por qué considera usted que no se está dando una buena atención al cliente?**

a) Cantidad insuficiente de personal.

- b) Mala organización de los trabajadores. c)
- Sí se brinda una buena atención.

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

- a) Satisfacción en el cliente. b) Fidelización del cliente.
- c) Incremento en las ventas.
- d) Posicionamiento de la empresa.

Cuestionario valido con la línea de investigación Gestión de calidad.

**Anexo 6:** Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del distrito de Amarilis, provincia de Huánuco, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulaciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 – 30 años		4	40.00
	31 – 50 años	-	6	60.00
	51 a mas		0	0.00
	Total	-	10	100.00
Genero	Masculino	-	9	90.00
	Femenino		1	10.00
	Total	-	10	100.00
Grado de instrucción	Sin instrucciones		0	0.00
	Educación básica		0	0.00
	Superior no universitaria		3	30.00
	Superior universitaria	-	7	70.00
	Total	-	10	100.00
Cargo	Dueño	-	10	100.00
	Administrador		0	0.00
	Total	-	10	100.00
tiempo	0 - 3 años		3	30.00
	4 – 6 años		5	50.00
	7 a más años		2	20.00
	Total	-	10	100.00



Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

Preguntas	Respuestas	tabulaciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo en el rubro	0 – 3 años		0	0.00
	4 a 6 años		4	40.00
	7 a mas años	-	6	60.00
	Total	-	10	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	-	10	100.00
	6 a 10 trabajadores		0	0.00
	11 a más trabajadores		0	0.00
	Total	-	10	100.00
Vínculo familiar	Familiares		3	30.00
	Personas no familiares	-	7	70.00
	Total	-	10	100.00
Objetivo de creación de la empresa	Generar ganancias	-	9	90.00
	Subsistencia		1	10.00
	Total	-	10	100.00

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulaciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento sobre el termino gestión de calidad	Si		4	40.00
	No		2	20.00
	Tengo cierto conocimiento		4	40.00
	Total	-	10	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking		2	20.00
	Atención al cliente		4	10.00
	Empowerment		3	30.00
	Las 5 s		2	20.00
	Outsourcing		0	0.00
	Otras		2	20.00
Ninguna total		0	0.00	
		-	10	100.00
Dificultades de los trabajadores	Poca iniciativa		4	40.00
	Aprendizaje lento		1	10.00
	No adaptarse a los cambios		0	0.00
	Desconocimiento del puesto		3	30.00
	Otras		2	20.00
Total	-	10	100.00	
Técnicas de medición del rendimiento del personal	La observación		2	20.00
	La evaluación		5	50.00
	Escala de puntuación		2	20.00
	Evaluación de 360°		0	0.00
	Otras		1	10.00
total	-	10	100.00	
La gestión de calidad en el rendimiento del	Si No	-	9	90.00
	Total		1	10.00
		-	10	100.00
La gestión de calidad en el alcance de objetivos y	Si	-	10	100.00
	No		0	0.00
	A veces		0	0.00
	Total	-	10	100.00

Conocimiento sobre el termino atención al cliente	Si	-	8	80.00
	No		0	0.00
	Tengo cierto conocimiento		2	20.00
	Total	-	10	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Si		4	40.00
	No		3	30.00
	A veces		3	30.00
	Total		10	100.00
Importancia de la atención al cliente para su retorno	Si	-	9	90.00
	No		1	10.00
	total	-	10	100.00
Herramientas para un servicio de calidad	Comunicaciones		5	50.00
	Confianza		2	20.00
	Retroalimentación		2	20.00
	Ninguna		1	10.00
	Total	-	10	100.00
Factores para una atención de calidad	Atención personalizada		4	40.00
	Rapidez en la entrega de productos		0	0.00
	Las instalaciones		3	30.00
	Ninguno		3	30.00
	Total	-	10	100.00
Tipo de atención	Buena	-	7	70.00
	Regular		3	30.00
	Mala		0	
	Total	-	10	
Factores limitantes en la atención	Cantidad insuficiente de personal		4	40.00
	Mala organización de los trabajadores		0	0.00
	Si se brinda una buena atención		5	50.00
			0	0.00
			1	10.00
	Total	-	10	100.00
Resultados logrados	Satisfacción en el cliente	-	6	60.00
	Fidelización del cliente		2	20.00
	Incremento en las ventas		1	10.00
	Posicionamiento de la empresa		1	10.00
			0	0.00
	total	-	10	100.00

## Anexo 7: Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro clínicas odontológicas, del centro de la ciudad de Huánuco, 2019.

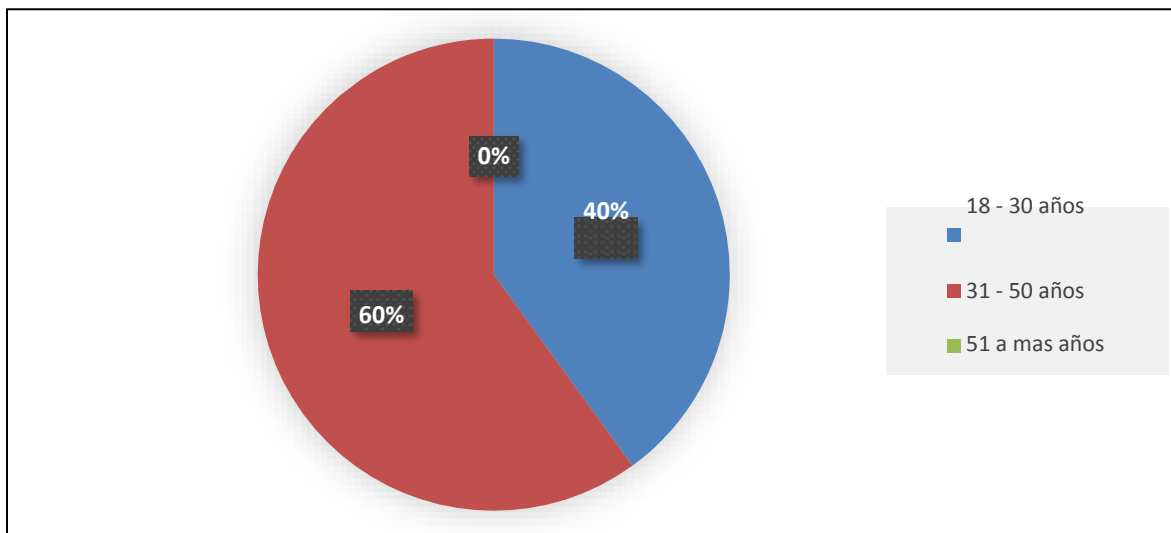


Figura 1. Edad

Fuente: tabla 1

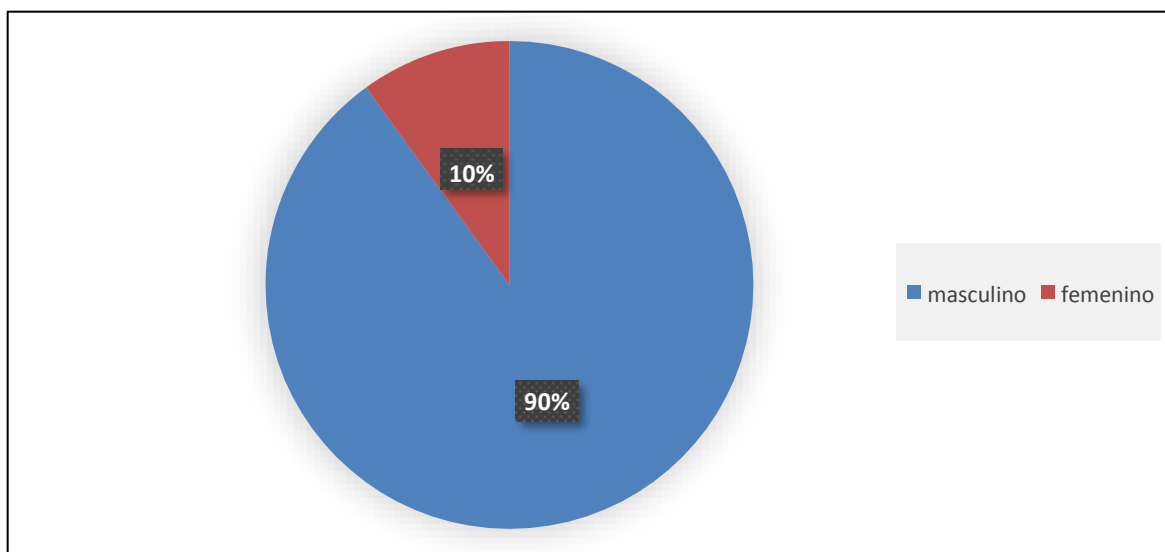


Figura 2. Genero

Fuente: tabla 1

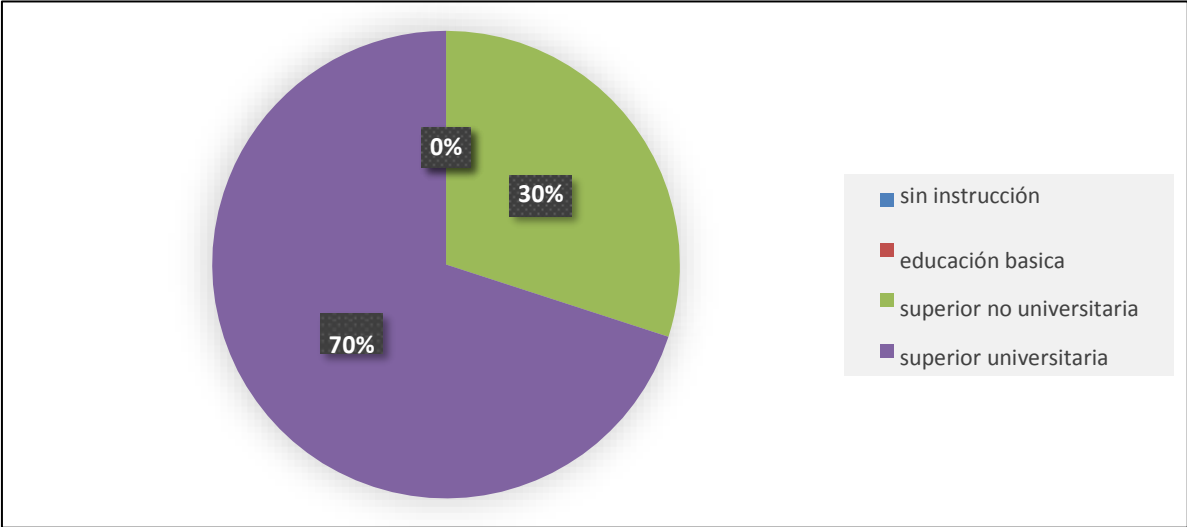


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: tabla 3

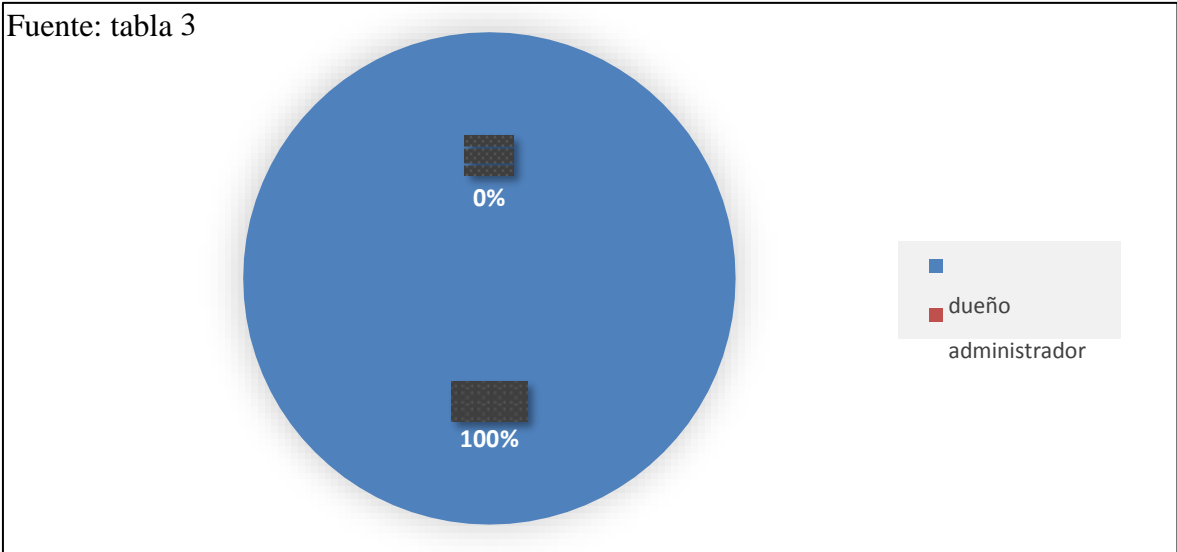


Figura 4. Cargo

Fuente: tabla 1

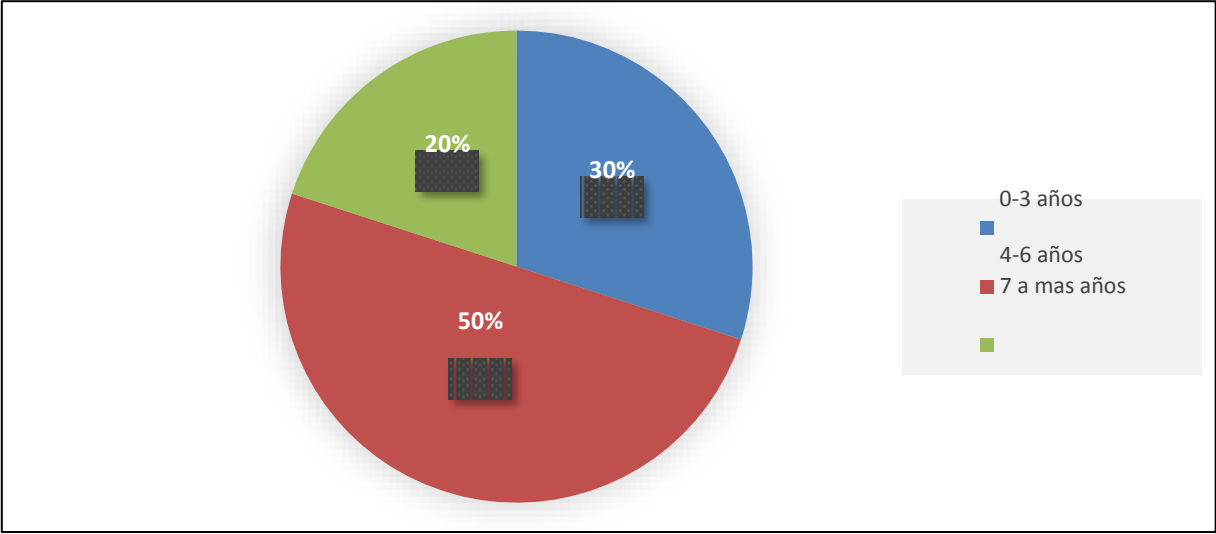


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, del centro de la ciudad Huánuco, 2019

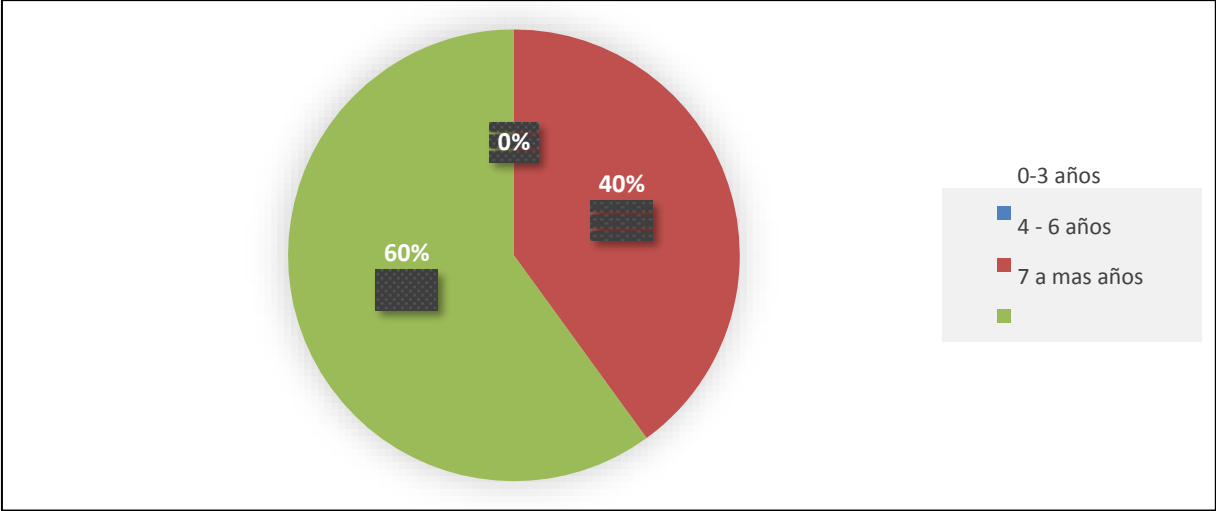


Figura 6 tiempos en el rubro  
Fuente: tabla 2

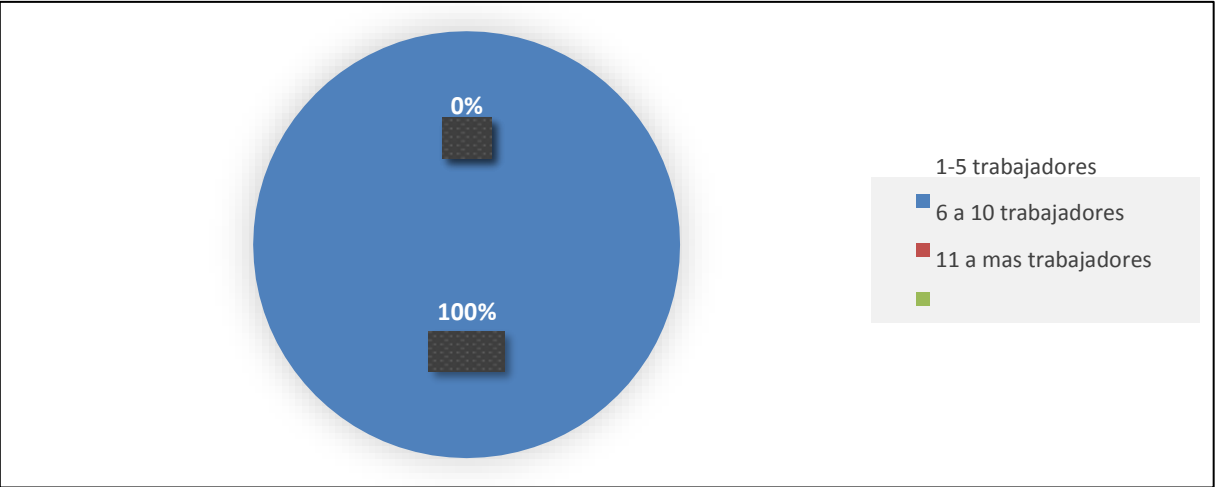


Figura7.número de trabajadores  
Fuente: tabla 2

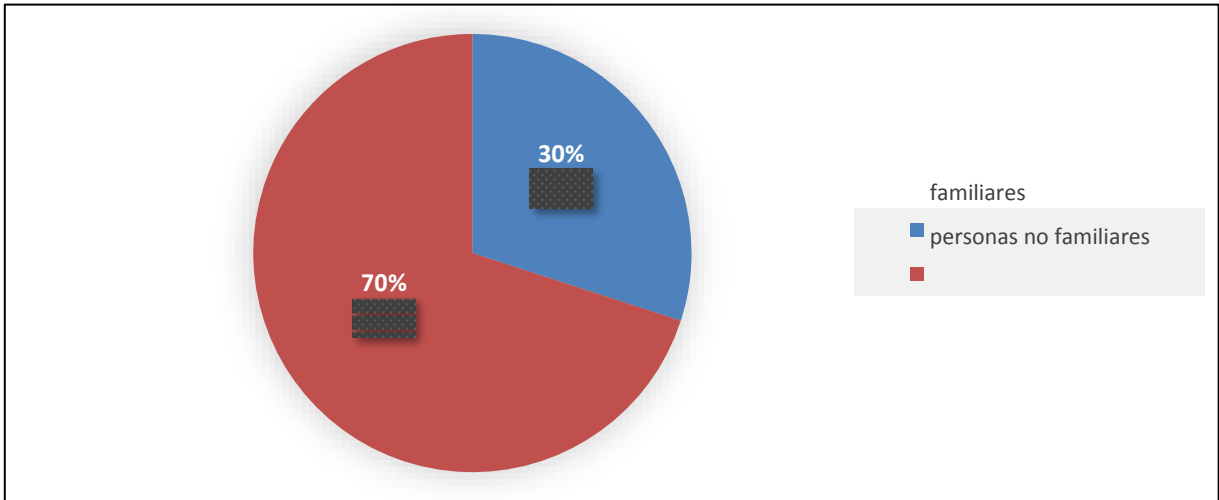


Figura 8. Vínculo familiar

Fuente: tabla 2

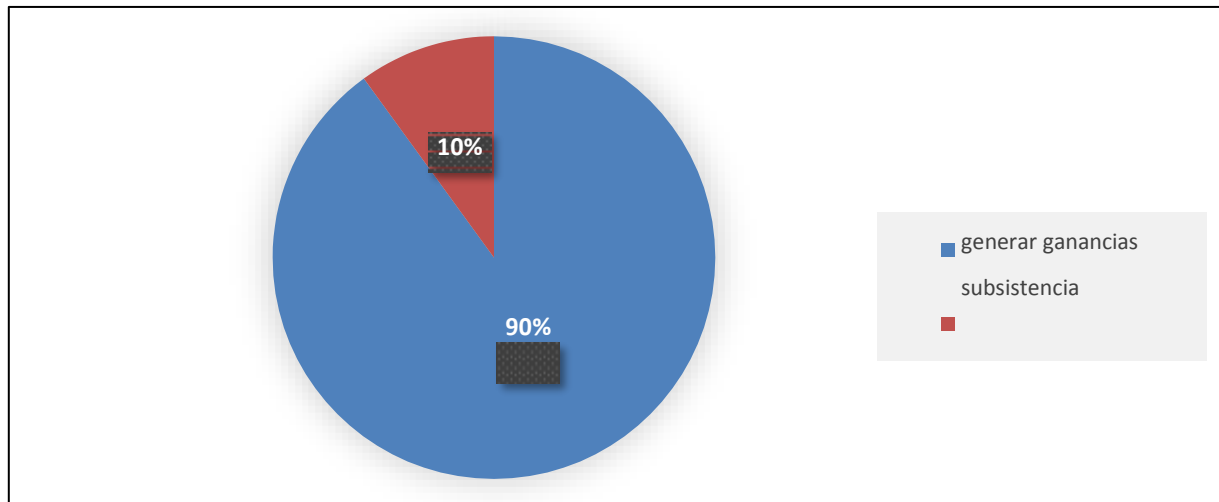


Figura 9. Objetivos de creación de la empresa

Fuente: tabla 2



Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, del centro de la ciudad de Huánuco, 2019

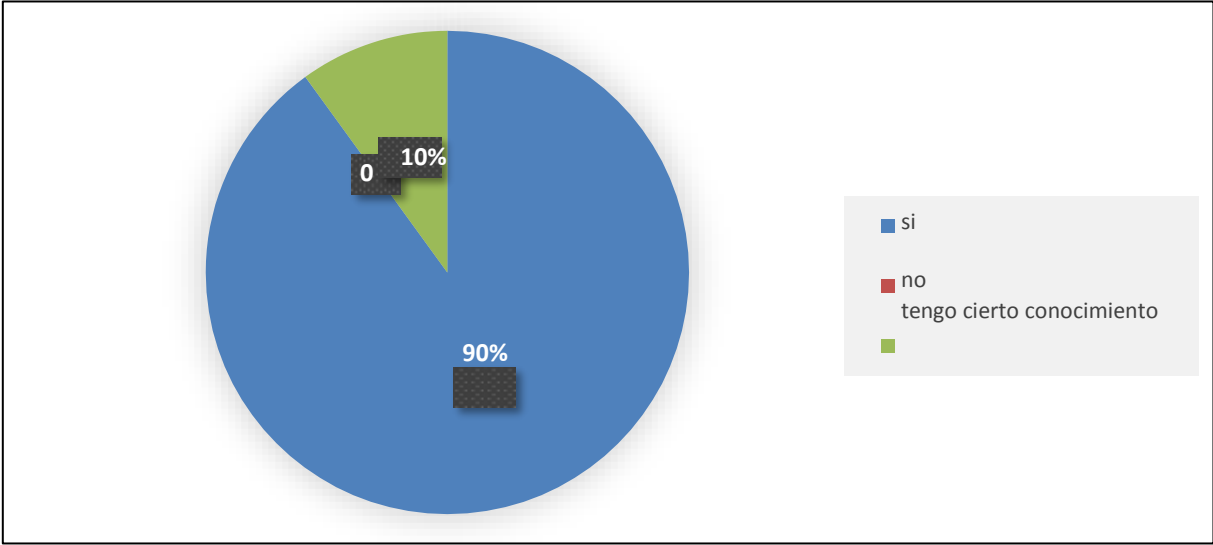


Figura 10. Conocimiento sobre el termino de gestión de calidad  
Fuente: tabla 3

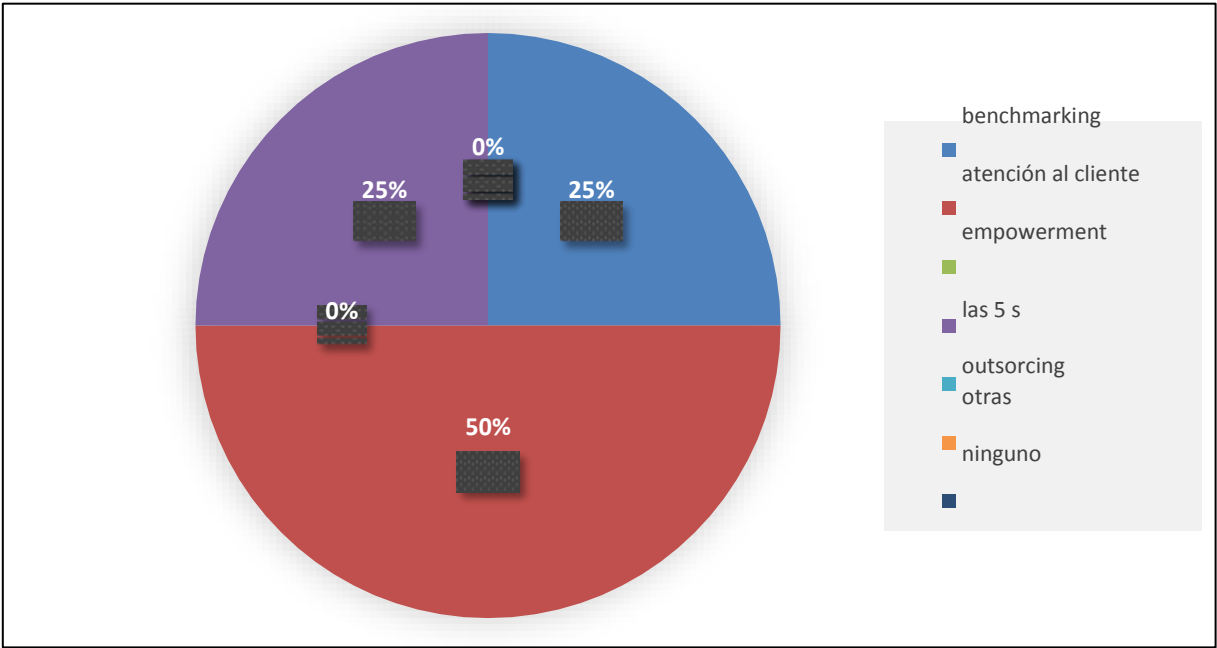


Figura 11. técnicas modernas de gestión de calidad  
Fuente: tabla 3

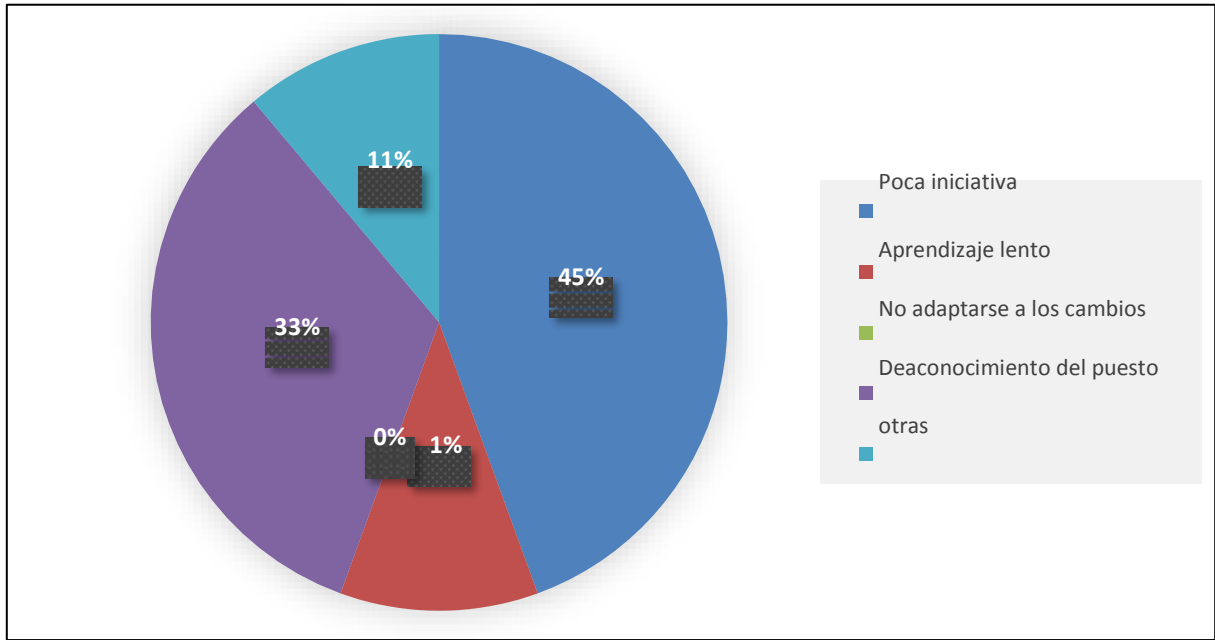


Figura 12. Dificultades de los trabajadores

Fuente: table 3

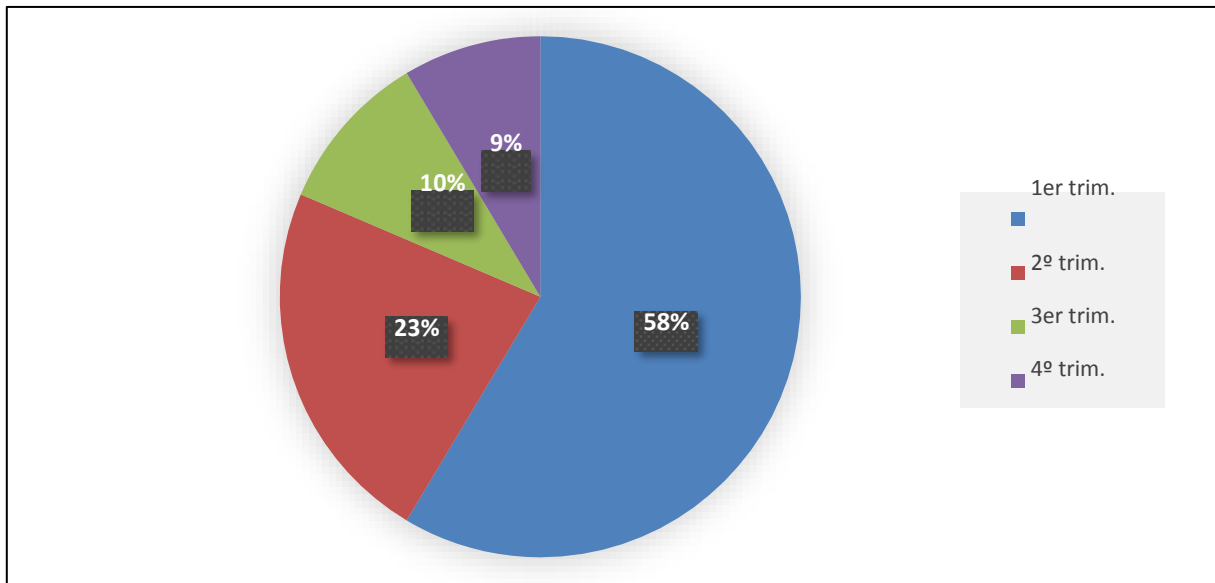


Figura 13. Técnicas de medición del rendimiento del personal

Fuente: tabla 3

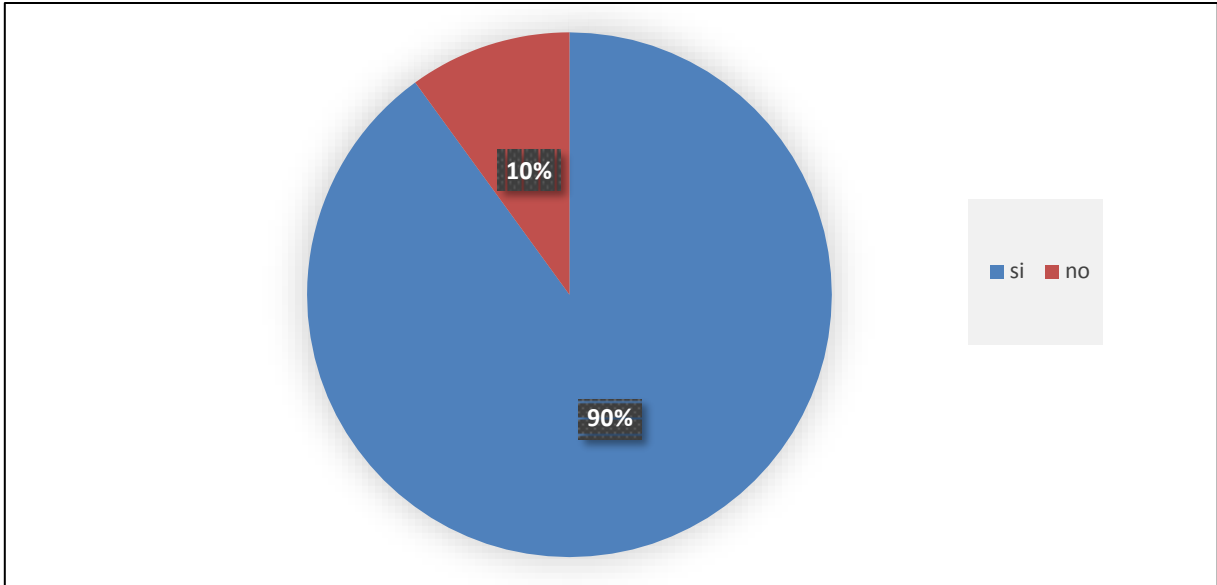


Tabla 14. Gestión de calidad en el rendimiento del negocio  
 Fuente: tabla 3

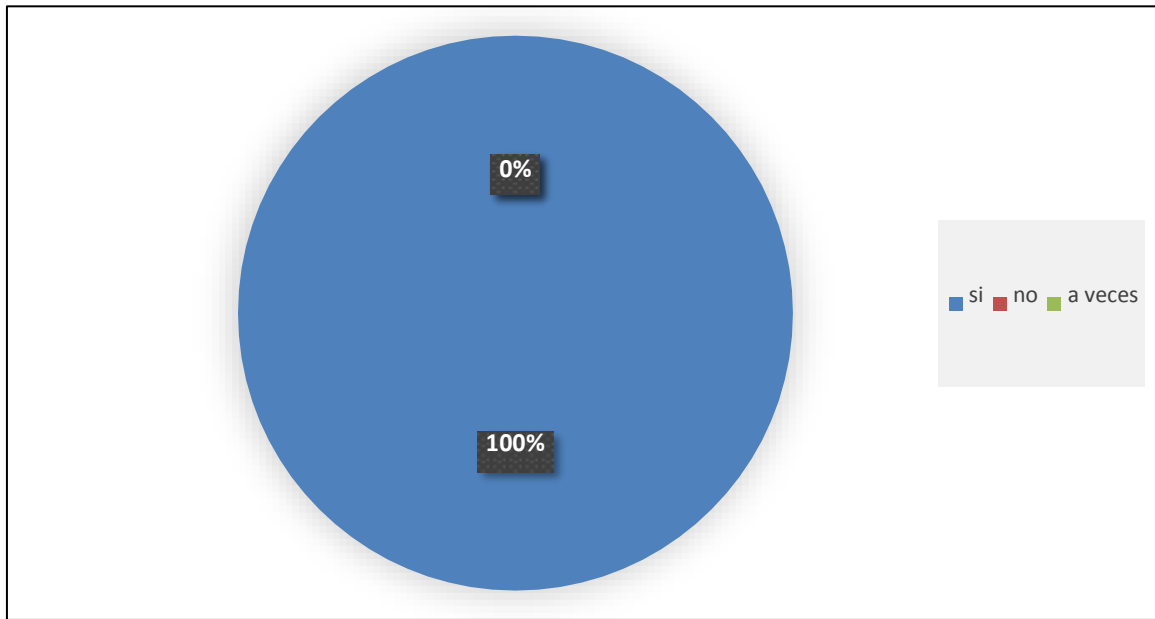


Tabla 15: gestión de calidad en el alcance de objetivos y metas  
 Fuente: tabla 3

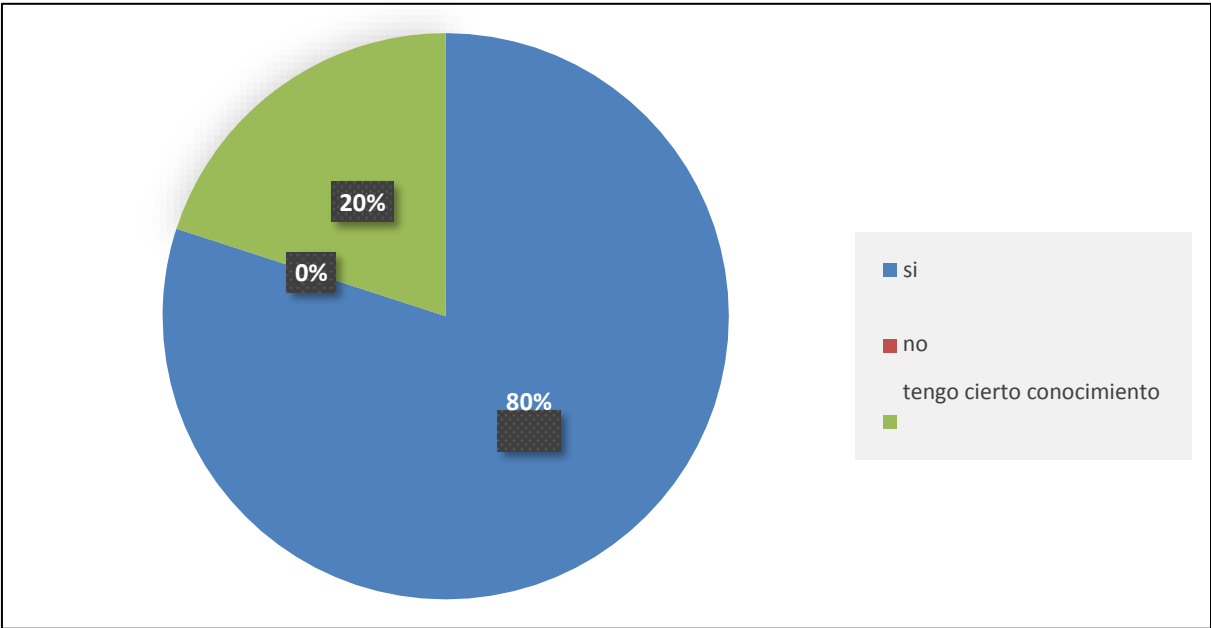


Figura 16. Conocimiento sobre el termino atención al cliente  
 Fuente: tabla 3

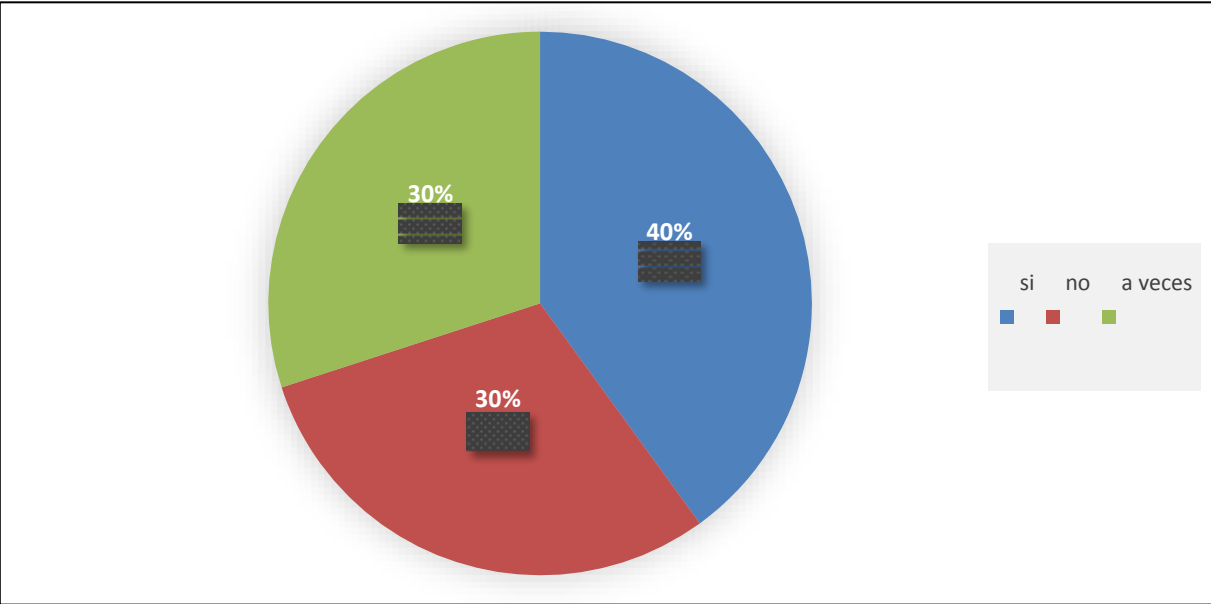


Figura 17. Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes  
 Fuente: table 3

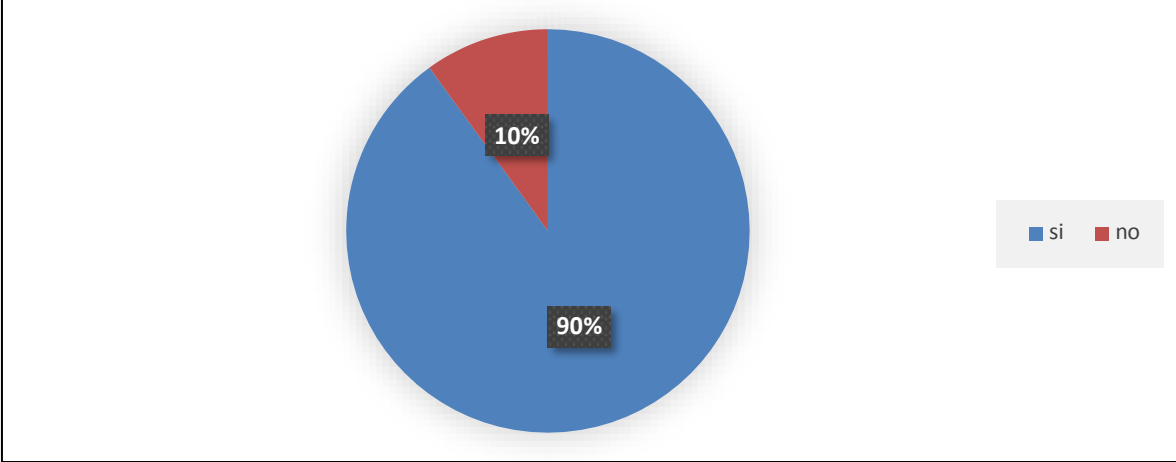


Figura 18. Importancia de la atención al cliente para su retorno

Fuente: tabla 3

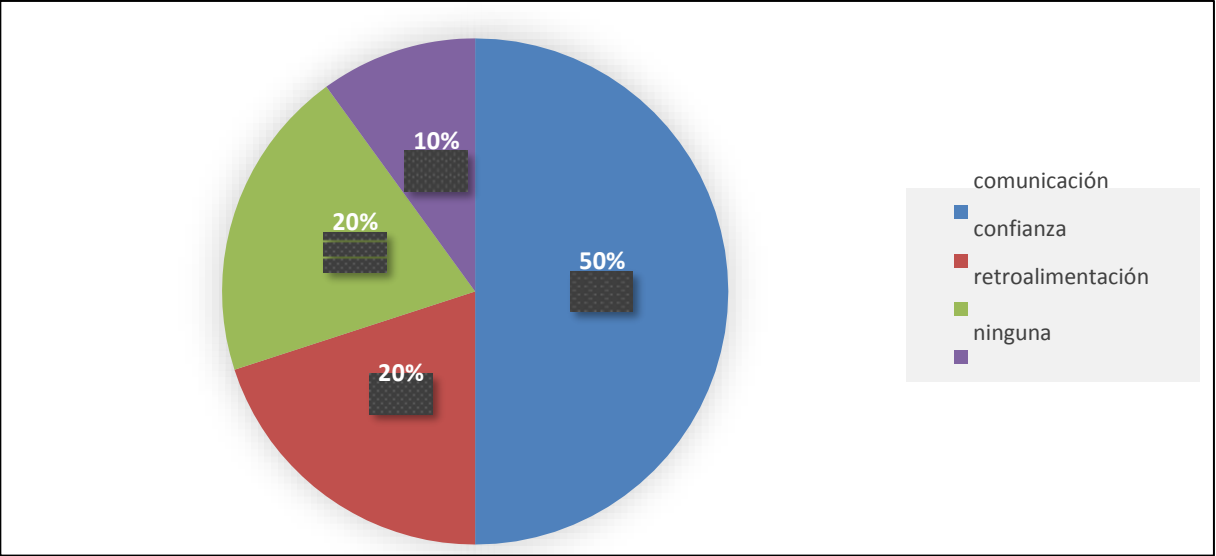


Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad

Fuente: tabla 3

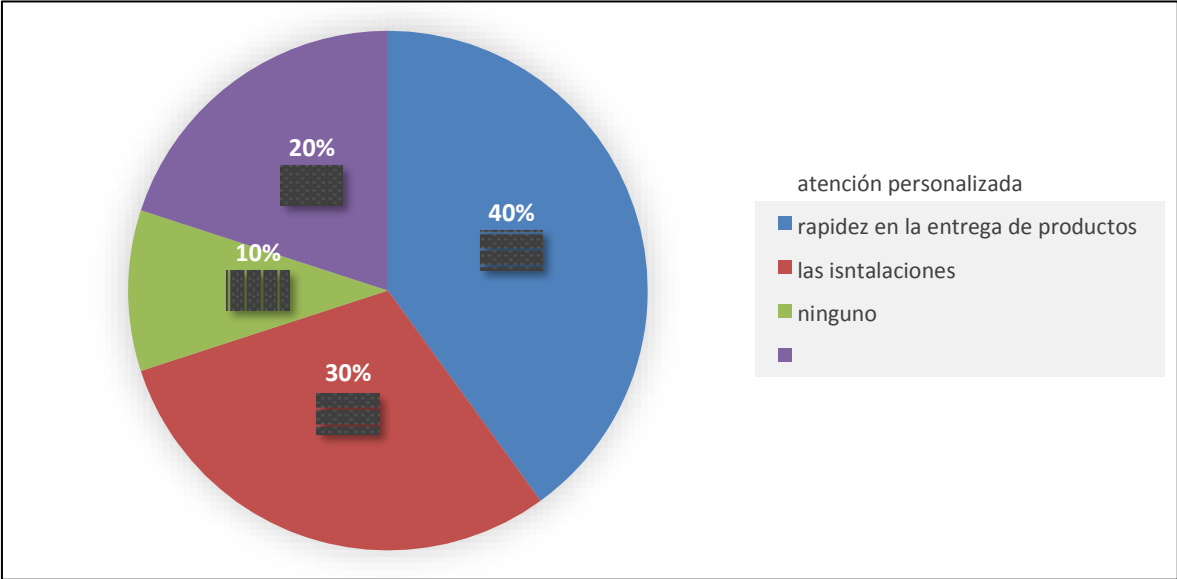


Figura 20. Factores para una atención de calidad

Fuente: tabla3

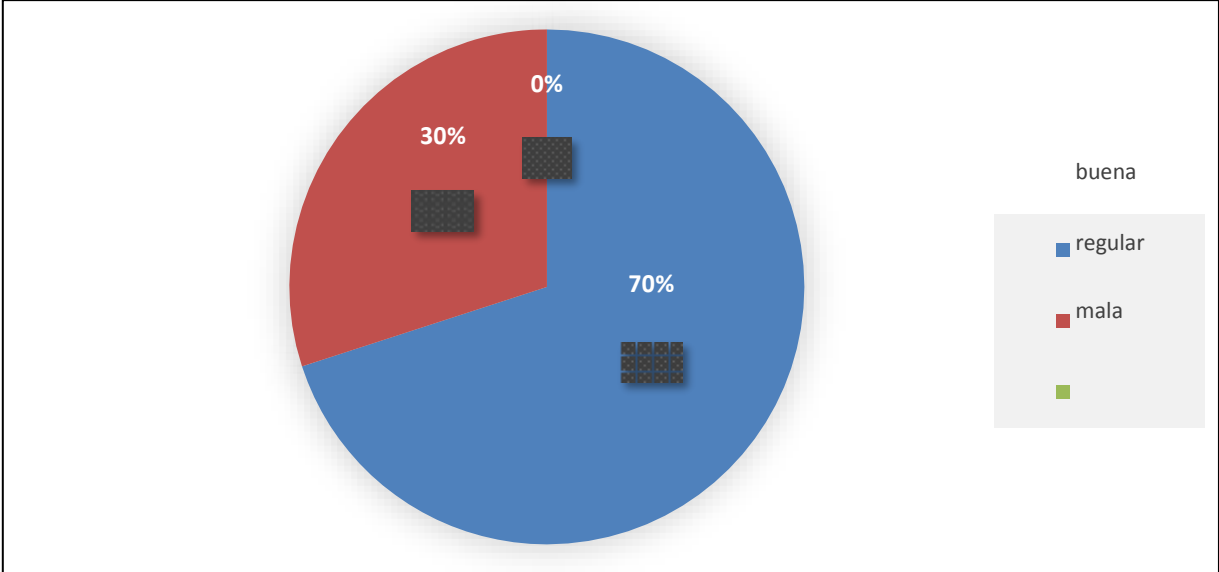


Tabla 21. tipo de atención

Fuente: tabla 3

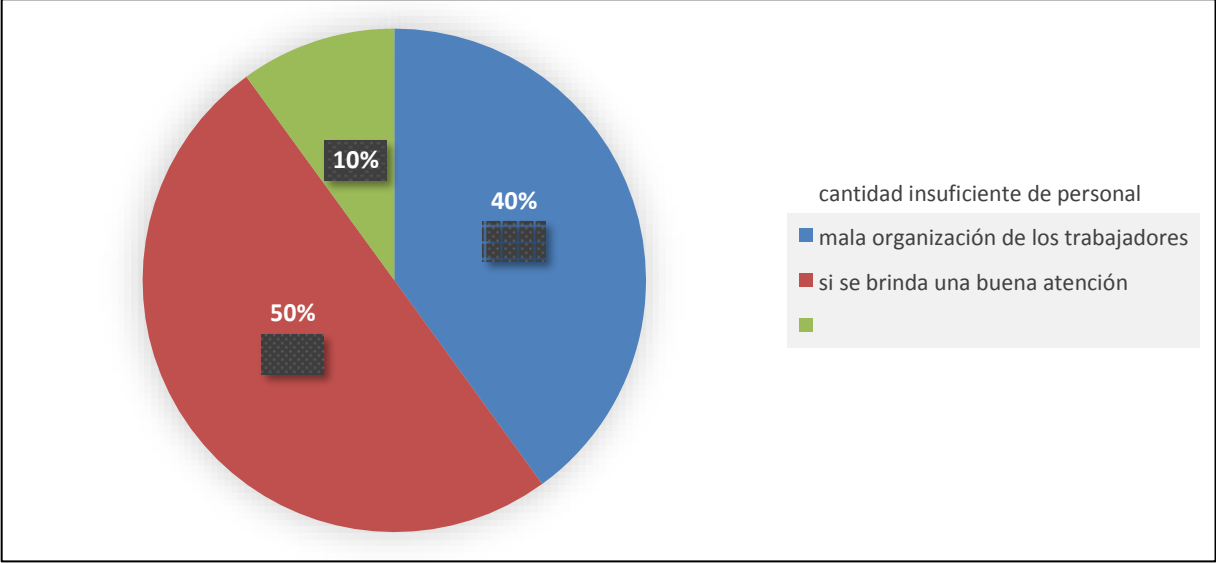


Tabla 22. Factores limitantes en la atención

Fuente: tabla 3

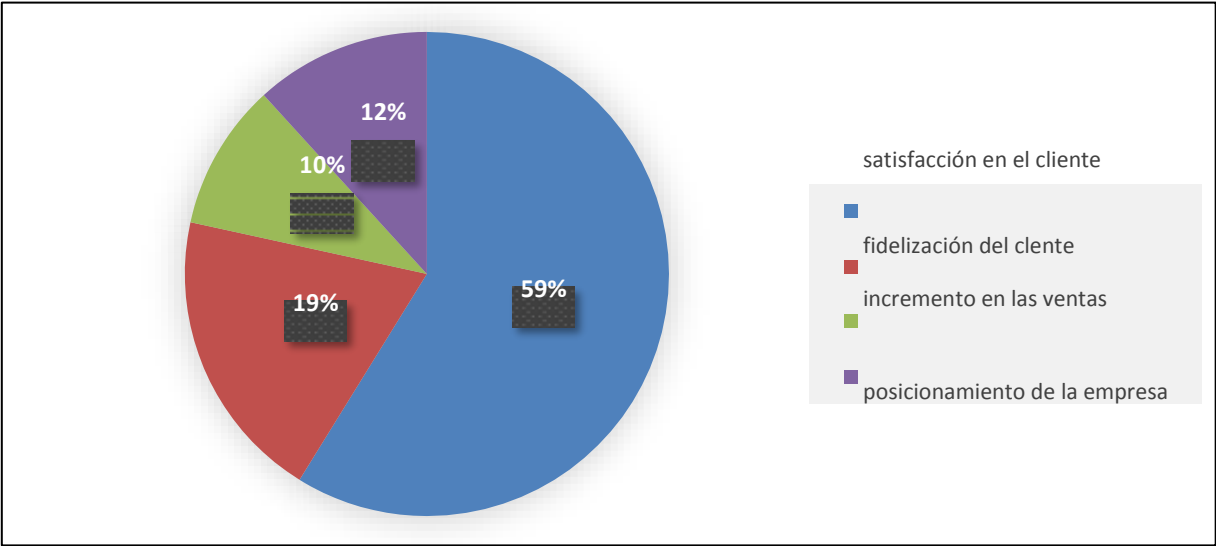


Figura 23. Resultados logrados

Fuente: tabla 3

# Anexo 8

**Mis entregas**

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Informe final - Revisión Turnitin - Sección 1	1 sep 2021 - 08:00	1 dic 2021 - 23:59	1 sep 2021 - 08:30

Resumen:

Estimado estudiante, en esta semana deberá:

- Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

**Nota:** Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

[Actualizar entregas](#)

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
Ver recibo digital	<a href="#">EMPASTADO</a>	1716955042	30/11/2021 21:29	0%	<a href="#">Entregar Trabajo</a> --

Área personal

- Inicio del sitio
- Páginas del sitio
- Mis cursos
  - 2021PAHSUC
  - 01NP2021021118A2C
  - 01NP2021021118A1C
  - 01NP202102111883C
    - Participantes
    - Insignias
    - Competencias
    - Calificaciones
    - General
      - Semana 1
      - Semana 2
      - Semana 3
      - Semana 4
      - Semana 5
      - Semana 6
      - Semana 7

Windows taskbar: Escribe aquí para buscar. 22:13 30/11/2021