



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO VIGILANCIA PRIVADA,
CALLERÍA, PUCALLPA, 2021**

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

AUTORA

MENDOZA ROMERO, YANETH CAROLINA

ORCID: 0000-0003-4701-0727

ASESOR

VALDIVIEZO SARAVIA, CRYSBER MOISÉS

ORCID: 0000-0002-6167-9323

PUCALLPA – PERÚ

2021

1. Título de la tesis

Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

2. Equipo de trabajo

AUTORA

Mendoza Romero, Yaneth Carolina

ORCID: 0000-0003-4701-0727

Investigador principal

Estudiante de la Escuela Profesional de Administración

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

ASESOR

Mba. Valdiviezo Saravia, Crysber Moisés

ORCID: 0000-0002-6167-9323

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

JURADO

Mgtr. Pinchi Guerrero, Edwar

ORCID: 0000-0003-2727-0513

Mgtr. Lozano Ruíz, Roger

ORCID: 0000-0002-8007-0265

Mgtr. Meza Salinas, José Luis

ORCID: 0000-0003-2735-8259

3. Firma de jurado y asesor

Mgtr. Pinchi Guerrero, Edwar
ORCID: 0000-0003-2727-0513

Presidente

Mgtr. Lozano Ruíz, Roger
ORCID: 0000-0002-8007-0265

Miembro

Mgtr. Meza Salinas, José Luis
ORCID: 0000-0003-2735-8259

Miembro

Mba. Valdiviezo Saravia, Crysber Moisés
ORCID: 0000-0002-6167-9323

Asesor

4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria

Agradecimiento

A Dios.

Dedicatoria

A mi familia .

5. Resumen y abstract

RESUMEN

El objetivo de esta investigación ha sido determinar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021. El enunciado del problema se sintetizó en ¿cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021?. La justificación se basa en la importancia de mejorar los aspectos relacionados a capacitación en atención al cliente al personal que conforman las mypes de vigilancia privada y reforzar el uso de herramientas de gestión a la dirección. La metodología se caracterizó por ser del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal, descriptiva. Con la aplicación de un cuestionario de 23 preguntas se entrevistó a 19 microempresas de una muestra de naturaleza no probabilística. Respecto a la variable atención al cliente, el 42% de las mypes no aplican eficazmente los protocolos diseñados, en consecuencia, los planes de mejora de servicio no son firmemente ejecutados por el 58% de las mypes encuestadas. Respecto a la variable gestión de calidad, se identifica que analizan con poca frecuencia los procesos y los planes de mejora no se ejecutan eficazmente. Falta dominio de herramientas de gestión. Al finalizar la investigación concluye que estas mypes necesitan fortalecer una cultura de servicio para mejorar la percepción a los usuarios de sus clientes.

Palabras clave: cliente, gestión, microempresa, servicio, vigilancia.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the proposal to improve customer service for quality management in micro and small enterprises in the service sector, private security in the district of Callería, Pucallpa, 2021. The statement of the problem was synthesized in what is the proposal to improve customer service for quality management in micro and small enterprises in the service sector, private security services in the district of Callería, Pucallpa, 2021? The justification is based on the importance of improving the aspects related to training in customer service to the personnel that make up the mypes of private security and reinforce the use of management tools to the management. The methodology was quantitative, descriptive, non-experimental, cross-sectional, descriptive and descriptive. With the application of a 23-question questionnaire, 19 microenterprises were interviewed from a non-probabilistic sample. With respect to the customer service variable, 42% of the microenterprises do not effectively apply the protocols designed; consequently, the service improvement plans are not firmly implemented by 58% of the microenterprises surveyed. Regarding the quality management variable, it is identified that processes are infrequently analyzed and improvement plans are not effectively implemented. There is a lack of mastery of management tools. At the end of the research, it was concluded that these mypes need to strengthen a service culture to improve the perception of their clients' users.

Key words: client, management, microenterprise, service, vigilance.

6. Contenido

1. Título de la tesis.....	ii
2. Equipo de trabajo.....	iii
3. Firma de jurado y asesor.....	iv
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria	v
5. Resumen y abstract.....	vii
6. Contenido	ix
7. Índice de tablas y figuras	xii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura	5
2.1. Antecedentes	5
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	5
2.1.2. Antecedentes nacionales	9
2.1.3. Antecedentes locales.....	13
2.2. Bases teóricas de la investigación	17
2.2.1. Variable: Gestión de calidad.....	17
2.2.1.1. Definición de calidad	17
2.2.1.2. Historia de la calidad.....	17
2.2.1.3. Control de la calidad	19
2.2.1.4. Aseguramiento de la calidad	19
2.2.1.5. Calidad total	20
2.2.1.6. Importancia de la calidad	21
2.2.1.7. Sistema de gestión de la calidad.....	22
2.2.2. Variable: Atención al cliente	23

2.2.2.1.	Definición de atención al cliente.....	23
2.2.2.2.	Características de un servicio de atención al cliente.....	25
2.2.2.3.	Fases de la atención al cliente.....	26
2.2.2.4.	Dimensiones de atención al cliente.....	27
2.2.2.5.	El cliente.....	28
2.3.	Marco conceptual:.....	32
2.3.1.	Términos de la variable: Gestión de calidad.....	32
2.3.2.	Términos de la variable: Atención al cliente.....	33
2.3.3.	Rubro agencias de vigilancia.....	33
III.	Hipótesis.....	36
IV.	Metodología.....	37
4.1.	Diseño de investigación.....	37
4.2.	Población y muestra.....	37
4.2.1.	El universo.....	37
4.2.2.	Población.....	38
4.2.3.	Muestra.....	38
4.3.	Definición y operacionalización de las variables.....	39
4.4.	Técnicas e instrumentos.....	40
4.4.1.	Técnica.....	40
4.4.2.	Instrumento.....	40
4.5.	Plan de análisis.....	40
4.6.	Matriz de consistencia.....	41
4.7.	Principios éticos.....	42
V.	Resultados.....	45
5.1	Resultados.....	45
5.2.	Análisis de resultados.....	50

5.3. Plan de mejora.....	53
VI. Conclusiones.....	61
6.1. Conclusiones	61
Referencias bibliográficas.....	63
ANEXOS	69
1. Cronograma de actividades.....	69
2. Presupuesto	70
3. Instrumento	71
4. Cuadro de sondeo.....	74
5. Tabulaciones	75
6. Figuras	81
7. Turnitin	93

7. Índice de tablas y figuras

Índice de tablas

Tabla 1	Concepción tradicional frente a la concepción moderna de la calidad.....	20
Tabla 2	Principio de administración de la calidad.....	22
Tabla 3	Diferencia entre clientes internos y externos.....	30
Tabla 4	<i>Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.</i>	45
Tabla 5	Describir las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.....	46
Tabla 6	Describir las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.....	47
Tabla 7	Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.....	48
Tabla 8	Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.....	49

Índice de figuras

Figura 1. Rango de edad del trabajador	81
Figura 2. Género	81
Figura 3. Grado de instrucción	82
Figura 4. Cargo que desempeña	82
Figura 5. Tiempo en el cargo.....	83
Figura 6. Disposición a instrumentos de capacitación.....	83
Figura 7. Disposición a plan de capacitación	84
Figura 8. Monitoreo del desempeño del equipo de trabajo.....	84
Figura 9. Conocimiento de protocolos de atención	85
Figura 10. Proceso de tratamiento a quejas y sugerencias	85
Figura 11. Se evalúa efectividad de acciones de mejora.....	86
Figura 12. Ejecución de plan de mejora de nivel de servicio.....	86
Figura 13. Efectividad del servicio post venta.....	87
Figura 14. Cumplimiento de promesa de servicio al cliente	87
Figura 15. Análisis de procesos.....	88
Figura 16. Planteamiento de propuestas de mejora	88
Figura 17. Ejecución de planes.....	89
Figura 18. Uso de técnicas de administración	89
Figura 19. Aplicación de encuestas de satisfacción.....	90
Figura 20. Innovación en los procesos	90
Figura 21. Alineamiento a misión y visión.....	91

Figura 22. Efectividad de supervisión	91
Figura 23. Orientación a valor agregado	92

I. Introducción

El rubro de vigilancia privada ha logrado mantener una importante presencia como actividad económica como respuesta en primer lugar al clima de inseguridad que se ha apropiado de nuestras ciudades, como efecto de los problemas sociales de ciertos sectores de la población y en segundo lugar, a las estrategias comerciales tomadas por las gerencias, que han permitido establecer presencia en otros rubros de negocios distinto a las entidades financieras. El éxito ha sonreído a las distintas marcas nacionales que incluso se han extendido a otros países de Sudamérica como Ecuador y Chile.

El objetivo de una microempresa de vigilancia privada es en primer término, ofrecer servicios de defensa, vigilancia, guardianía, supervisión y seguridad a personas, instalaciones comerciales, industriales, bienes muebles e inmuebles, entidades financieras y otras que requiera cuidado, el mismo que se brinda a través de su fuerza laboral compuesta por jóvenes licenciados de las fuerzas armadas, quienes son capacitados para realizar trabajo en contacto con la población civil.

Sin embargo, la formación militar limita en ciertos eventos a que el personal brinde un trato más cordial al cliente, mostrando por el contrario un “rostro duro” que puede afectar el propósito comercial de las empresas que contratan el servicio de las mypes de vigilancia privada.

La ciudad de Pucallpa ha logrado tener un desarrollo urbanístico rápido y por su geografía llana, se ha extendido para albergar a una población que bordea las

420,000 personas, lo que ha originado el despegue económico y social con la presencia de mayor comercio, entidades financieras, instituciones públicas, entre otros, donde las mypes del rubro de vigilancia privada se han hecho necesarias para reforzar la seguridad, porque el progreso también ha atraído a la delincuencia.

Si bien, la esencia del trabajo de los agentes de las mypes de vigilancia privada es cumplir su misión para lo cual han requerido sus servicios, esto no exime que puedan requerir del conocimiento de prácticas de atención al cliente, en razón a que por las necesidades propias del mercado y de las empresas clientes contratantes, ahora los agentes tienen contacto directo con el cliente, es decir, son personal tercero con funciones alternas a las de custodia. Es decir, la vigilancia privada tiene un concepto más amplio: se ha extendido a realizar actividades de intermediación y tercerización laboral, especializados en seguridad privada.

Bajo este nuevo contexto, se hace necesario transmitir a los agentes de vigilancia privada técnicas de atención al cliente como propuesta de mejora para que tengan mayores recursos y puedan mantener una relación más positiva con los clientes de las empresas que los contrata.

Bajo esta problemática, presentamos el proyecto de investigación que tiene por enunciado: ¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021?. Para encontrar solución a la problemática, se ha planteado como objetivo general de la investigación: Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021. Con ese fin, se ha planteado también como objetivos específicos:

1. Describir las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.
2. Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.
3. Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.

Por otra parte, como justificación, esta investigación fue importante llevarla a cabo porque se busca que las microempresas del rubro vigilancia privada adquieran mayor conocimiento en atención al cliente para que su personal pueda identificar con mayor prudencia el trato con el cliente y presentar un “rostro más cortés” sin perder el carácter y propósito que da origen a la existencia del rubro. Como metodología de investigación, este proyecto se planteó del tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, transversal y descriptivo.

Como principales resultados obtenidos de la investigación se determina que los rangos de edad de los representantes son: de 18 a 25 años 1 representante (5%); de 26 a 50 años, 11 representantes (58%); de 51 a más, 7 representantes (37%). Género: masculino 90% y femenino 10%. Grado de instrucción: técnico 16% y Universitario (superior) 84%. Cargo que desempeña: Gerente, 58%; Administrador, 42%. Tiempo que desempeña su cargo: de 0 a 5 años: 21%; de 6 a 10 años, 53% y de 11 a más años, 26%. En atención al cliente: ¿Se tiene un plan de capacitación?: muy pocas veces,

16% ; siempre 84% . ¿Existen protocolos difundidos en la organización?: algunas veces; 5%; casi siempre, 37% ; siempre 58%. Dimensión 3 Nivel de Servicio: ¿Se ejecuta el plan de mejora de nivel de servicio?: algunas veces, 26%; casi siempre, 21%; siempre, 42%. En gestión de calidad, Dimensión 1 Mejora de proceso: ¿Se realiza análisis de los procesos?: muy pocas veces; 5%; algunas veces, 16%; casi siempre, 37%; siempre, 42%. ¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?: muy pocas veces, 10%; algunas veces, 47%; casi siempre, 16%; siempre, 27%. ¿Las funciones están alineadas a la misión y visión?: algunas veces, 16%; casi siempre, 10%.

Finalmente, se concluye que la mayoría de las mypes del rubro vigilancia privada realizan actividades de capacitación permanentemente como principal estrategia para garantizar un aceptable desempeño de su personal en las operaciones que realizan en las instalaciones y/o actividades de su alcance que contratan con sus clientes. También, que la implementación de la gestión de calidad se basa en la adopción de los principios de la calidad, como el enfoque al cliente, mejora de procesos y uso de herramientas. Sin embargo, estas deben incidir en el análisis de los procesos y cumplimiento de planes de mejora. La dirección tiene dificultades de administrar con herramientas y técnicas, lo cual impacta en la satisfacción del cliente y canalización de las innovaciones que se identifican. Algunas carecen de misión y visión y falta orientación a alcanzar el valor agregado.

Parte de este trabajo de investigación es la elaboración de una propuesta de mejora que busca que el personal que forma parte de estas microempresas tenga una mejor relación con el cliente usuario de sus servicios.

II. Revisión de Literatura

2.1. Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Mata (2020), en su tesis titulada: *Modelo Deming Prize de Gestión de calidad para la productividad de las Pymes Ecuatorianas*. Tuvo como propósito analizar el modelo de gestión de calidad Deming Prize y cómo su aplicación puede ir en beneficio de la productividad de pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. El estudio identifica las fases del proceso de gestión de calidad, describe los enfoques de la gestión de calidad existente, y explica el Modelo de Gestión de Calidad Deming Prize, así como, los beneficios de su aplicación en las pymes ecuatorianas. Metodología: está calificada como una investigación de tipo descriptiva – documental, puesto que analiza la variable desde una óptica analítica, utilizando fuentes de información bibliográficas e información de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y de la Federación Nacional de Pequeños Industriales del Ecuador (FENAPI). Los resultados muestran que muchas pymes ecuatorianas no aplican Sistemas de Gestión de Calidad o principios de Calidad y otras ni siquiera los conocen, ni les interesa. Aun así, existe un porcentaje razonable de empresas que desean conocer más acerca de la aplicación y ventajas de los modelos de sistemas de calidad. Se concluye: que entre los principales principios de calidad que deben aplicar las pymes ecuatorianas para alcanzar mejores niveles de calidad, se encuentran: enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque en los procesos, gestionar como un sistema, mejora continua, decisiones basadas en hechos, y, relaciones positivas con proveedores.

Obando (2020), en su tesis titulada: *Elementos estratégicos de Responsabilidad Social Empresarial en empresas de vigilancia y seguridad privada de Santiago de Cali (Colombia)*, que presentó en la Universidad Militar Nueva Granada, para optar por el título de Especialista en Administración de Seguridad. Como objetivo general se planteó identificar los elementos estratégicos de responsabilidad social empresarial en empresas de vigilancia y seguridad privada de Santiago de Cali. Para esto aplicó una metodología descriptiva donde se analizaron las estrategias de responsabilidad social empresarial de tres empresas internacionales (Fortox, G4S y Prosegur). Se obtuvo como resultados que las acciones de responsabilidad social empresarial se han incluido en el Sistema Integrado de Gestión lo que llevó a que en todas las áreas organizacionales los valores y principios rectores se centrasen en el componente de desarrollo social y ambiental. Se concluye que los elementos estratégicos de responsabilidad social empresarial en empresas de vigilancia y seguridad privada de Santiago de Cali son los mismos que se adoptan en otros sectores comerciales y están relacionados con tres enfoques: económico, ambiental y social.

Sandoval (2019), en su tesis titulada: *Propuesta de estructuración del capítulo 8.1 planificación y control operacional del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con la ISO 45001: 2018, en la esclusa de Miraflores ubicado en Panamá*, que presentó en la Universidad Católica de Colombia, para optar el título de Ingeniero Industrial. Tuvo como objetivo general estructurar el capítulo 8.1 planificación y control operacional del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo de la ISO 45001:2018, en la esclusa de Miraflores con el fin de minimizar los factores de riesgos que están expuestos los trabajadores. Se utilizó una metodología estructurada y sistemática. Obtuvo como resultado que para tener competitividad en la

exclusa de Miraflores toma gran relevancia poder estructurar la planificación y control operacional de la ISO 45001:2018 que tiene hasta el momento, con el fin de mejorar el desempeño en sus procesos mediante un lugar seguro y saludable para trabajar permitiendo la reducción de tiempos de inactividad por enfermedad o rotación de trabajadores y los costos que estos representan, como conclusión la planificación y control operacional permite no solamente poder garantizar que se estén llevando a cabo eficientemente los procesos, sino que también ayuda a la reducción de los tiempos improductivos y los costos que pueden llegarse a generar.

Torres (2019), en su tesis titulada: *Estructuración e implementación parcial del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para la empresa Guerreros Seguridad Ltda.*, que presentó en la Universidad Católica de Colombia, para optar el título de Ingeniero Industrial. Tuvo como objetivo general estructurar una propuesta e implementar algunos numerales que cumplan con el decreto 1072 de 2015 en lo concerniente a seguridad y salud en el trabajo para la empresa Guerreros Seguridad, utilizo una metodología descriptivo, cualitativo y cuantitativo. Como resultado la implementación del sistema cuenta con un porcentaje del 3% según la norma, que correspondía a aspectos básicos como servicios públicos en la empresa, eliminación de residuos, identificación de ciertos peligros y mantenimiento de las instalaciones, esto se debe a que Guerreros Seguridad Ltda. cumplía en los aspectos que creía básicos y legales sin verificar en el decreto ni en la resolución, y concluye que es obligatorio la estructuración y desarrollo del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, y por eso se recomienda mantenerlo en funcionamiento para permitir la continuidad y minimización de riesgos, accidentes, enfermedades laborales y costos dentro de la compañía.

Morales (2018), en su tesis titulado: *Plan estratégico de ventas de la empresa de seguridad privada Molopiseg Cía. Ltda. de la ciudad de Quito*, para optar el grado de ingeniero en administración, en la Universidad Tecnológica Israel. La investigación tuvo como objetivo principal: El Plan estratégico de Ventas en la Empresa de Seguridad Privada “Molopiseg Cía. Ltda.”, ubicada en la ciudad de Quito, que permita mejorar la rentabilidad de los servicios de seguridad de la empresa y se aplicó la metodología de tipo descriptivo –correlacional. Como conclusiones sentencia que invertir en proyectos estratégicos de ventas es rentable para la empresa. Considerando que los proyectos no representan inversión elevada y los resultados en ventas son atractivos: Con la proyección de los estados de resultados la empresa obtendrá grandes utilidades al finalizar el año 2018: la empresa por encontrarse totalmente legalizada cumple con todas las obligaciones y ello brinda confianza en sus empleados, además se encuentra totalmente amparada por sus respectivas pólizas, sus empleados no han enfrentado eventos traumáticos propios de su labor, cumplen con estrictos horarios de trabajo: Otro inconveniente para llevar a cabo programas de bienestar por parte de la compañía es constituido por la ubicación de los cuerpos de vigilancia, lo que conlleva a que el personal por tener que cumplir con los horarios rotativos y en diferentes puntos de servicio, no se acercan muy seguido a las oficinas, la oficina “va a ellos”, por medio de los supervisores, éstos transmiten todas las comunicaciones y además supervisan el trabajo, recibiendo quejas e inquietudes del cliente externo.

Villamil (2018), en su tesis titulada: *Plan estratégico de mercadeo para seguridad privada TAC Seguridad LTDA., en el sector residencial de Bogotá*, que presentó en la Universidad Libre (Bogotá, Colombia), para optar por el título Especialista en Gerencia de Mercadeo y Estrategia de Ventas. Tuvo como objetivo

general diseñar un plan estratégico de mercadeo para TAC Seguridad LTDA., en el sector residencial de la Ciudad de Bogotá, teniendo en cuenta el análisis de la compañía, para lograr posicionamiento en el sector, indicadores de ventas y trayectoria en el mercado. La metodología de investigación aplicó el Modelo PESTEL y la Matriz EFI-MEFI. La investigación tuvo como resultados que surge la necesidad que enfocar la actividad de la empresa hacia el Marketing Social, es un valor agregado en las licitaciones o contratos privados ya que se está apoyando la inclusión social a personal en condición de discapacidad, siendo este un aspecto positivo para TAC Seguridad LTDA.. Como conclusión, se debe consolidar el área de mercadeo, dejando claras las funciones, propósitos, objetivos y demás, así mismo establecer las responsabilidades a las personas con cargo comercial de la compañía, con el fin de que tengan un enfoque diferente, hacia como ofrecer el servicio y la dirección hacia el marketing social, que se maneja actualmente en la empresa.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Flores (2020), en su tesis titulada: *La seguridad y salud ocupacional como factor relevante de gestión de calidad y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro empresas de seguridad y vigilancia privada, Huaraz*, que presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar por el título profesional de Licenciado en Administración. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de las seguridad y salud ocupacional como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro empresas de seguridad y vigilancia privada, para lo cual utilizó una metodología de diseño no experimental transversal-descriptivo, técnicas: encuestas y cuestionarios. Encontrándose con el siguiente resultado que el

28,0% manifiesta que, si conoce y seguidamente el 56,0% manifiestan que el puesto de vigilancia siempre esta propenso a riesgos laborales, seguido por un 36,0% manifiestan que siempre existe un riesgo laboral, llegando así a la siguiente conclusión que la mayoría de los representantes conocen poco la seguridad y salud ocupacional como factor relevante en gestión de calidad, limitando de este modo el desempeño de las organizaciones.

Ferrero (2019), en su tesis titulada: *Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de la empresa de seguridad Tacna S.A.C*, que presentó en la Universidad Privada de Tacna, para optar el título de Ingeniero de la Producción y Administración. Tuvo como objetivo general determinar la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna S.A.C, para la cual utilizo una metodología de aplicación del instrumento cuestionario con una escala de Likert que va de totalmente de acuerdo con totalmente en desacuerdo a once clientes sobre la satisfacción del cliente y la gestión de la calidad de la empresa. Tuvo como resultado que el 80% de los encuestados manifiestan que la empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes, el 100% señala se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa; asimismo en cuanto a la gestión de calidad se observa que el 93% manifiesta que la organización establece, documenta, implementa y mantiene un sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia, así como el 97% sostiene que la empresa tiene establecidos los objetivos de calidad, procedimientos requeridos en la norma y estar documentados , y concluye que la gestión de la calidad no influye significativamente al 95% de probabilidad en la satisfacción del cliente; asimismo el recurso humano influye en la satisfacción del cliente al 95% de probabilidad y la

normatividad no influye significativamente al 95% de probabilidad en la satisfacción del cliente.

Castañeda (2018), en su tesis titulada: *Caracterización de control interno de las micros y pequeñas empresas del sector servicio al Perú: Caso de la empresa "Seguridad y vigilancia privada Blingsegur S.R.L"* Lima, que presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para optar por el título profesional de Contador Público. Tuvo como objetivo general describir las características de un sistema del Control Interno de las Empresas sector servicio del Perú y de la Empresa "Seguridad y Vigilancia Privada Blingsegur S.R.L", para la cual utilizó una metodología no experimental, descriptivo, bibliográfico y documental, y su nivel de la investigación fue descriptivo y de caso. Encontrándose el siguiente resultado, que la mayoría de los autores coinciden que la implementación del control interno es de suma importancia y necesaria para las diferentes áreas de la empresa ya que con ella se va a conseguir una buena estructura con un plan estratégico y una organización donde va a ayudar a fortalecer para la toma de decisiones a futuro. Como conclusión, se pudo evidenciar que la "Seguridad y Vigilancia Privada Blingsegur S.R.L", de Lima, no llevan a cabo la correcta ejecución y no está aplicando correctamente los componentes del control interno donde esta influye en la gestión administrativa para el cumplimiento de sus metas y objetivos haciendo que no sean eficientes y eficaces.

Mercado (2018), en su tesis titulada: *Implementación de un plan estratégico para incrementar la rentabilidad en la empresa de seguridad integral y vigilancia privada Century S.A.C*, que presentó en la Universidad Cesar Vallejo, para optar por el título de Ingeniero Industrial. Tuvo como objetivo general implementar un Plan

Estratégico para incrementar la rentabilidad en la empresa de seguridad integral y vigilancia privada Century S.A.C, para la cual utilizó una metodología aplicada, experimental y longitudinal, también se basó en la revisión bibliográfica, así como publicaciones de actualidad, artículos académicos, bases de datos de interés nacional. Como resultado se obtuvo una rentabilidad de las ventas a un 2.55% incrementándose 81.18% más con respecto al año 2017, así también la rentabilidad sobre el activo fue de 7.04% incrementándose 81.61% más y la rentabilidad del patrimonio donde se obtuvo 15.36% incrementándose 100.34% más. Por último, se registró una utilidad bruta de 54.20% lo que significó un incremento del 0.03% con respecto al año 2017 pero fue producto del aumento de las ventas registradas, y concluye que se debe priorizar las estrategias y objetivos a corto plazo que garanticen la mayor rentabilidad, penetración y desarrollo de nuevos mercados, así como también aquellas que garanticen el desarrollo sostenible de la organización.

Risco (2018), en su tesis titulada: *Implementación de un sistema de gestión por procesos para incrementar la productividad en la empresa seguridad integral y vigilancia privada Century S.A.C, 2018*, que presentó en la Universidad Cesar Vallejo, para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial. Tuvo como objetivo general implementar un sistema de gestión por procesos para incrementar la productividad en la empresa de seguridad y vigilancia privada Century S.A.C, para la cual utilizó una metodología de PHVA, tipo de estudio aplicado, experimental y longitudinal. Se obtuvo como resultado el objetivo de incrementar la productividad en la empresa, con base a la implementación de un diseño en función a características empresariales que optimice el uso de recursos, minimice el impacto ambiental y contribuya a elevar la eficiencia, eficacia y competitividad en la empresa, y se concluyó una implementación

por procesos ayuda a una organización a estandarizar los procesos que ella incurre para ofrecer el servicio al cliente lo que provoca que incremente también su productividad.

2.1.3. Antecedentes locales

Masgo (2021), en su tesis titulada: *Propuesta de mejora del proceso de selección del personal como factor relevante para la gestión de calidad de las mypes sector servicio rubro seguridad y vigilancia privada del distrito de Huánuco, 2020*, que presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, para optar por el título de Licenciada en Administración. Tuvo como objetivo general proponer las mejoras en la selección de personal como factor relevante para la Gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubros Seguridad y Vigilancia Privada del distrito de Huánuco, utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, con diseño no experimental transversal. Obtuvo como resultado que más del 52,63% se encuentran en un rango de edad de 31 y 40 años, respecto al género de los representantes se determinó que un 68,42% son del género masculino y el 68,42% tienen grado de instrucción superior. Referente a las características de las empresas se concluyó que la mayoría de ellas tiene más de 5 a 8 años operando en el mercado y el 57,89% de la muestra están constituidas como empresas S.A. Respecto al proceso selección del personal como factor relevante de la gestión de calidad: el 73,68% poco conocen sobre el proceso de selección de personal como factor de calidad, El 84,21% a veces realizan el seguimiento y evaluación de su desempeño laboral. En conclusión, las principales características del proceso de selección de personal como factor relevante de la gestión de calidad no son tan optimista porque la mayoría de las mypes en estudio no siempre realizan o siguen un correcto proceso de selección del personal, lo cual ocasiona que el colaborador contratado no cumpla con

el perfil del puesto de trabajo y en consecuencia un mal desenvolvimiento al momento de prestar su servicio ocasionando la desconfianza del cliente.

Hidalgo (2018), en su tesis titulada: *Diseño e implementación de un sistema de gestión en control y seguridad (SGCS) Basc, en la empresa corporación Industrial Forestal S.A.C, Iquitos*, que presentó en la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, para optar el título de Ingeniero Forestal. Tuvo como objetivo general diseñar e implementar el Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC, en la empresa Corporación Industrial Forestal S.A.C, para promover el comercio internacional seguro, y las actividades relacionadas hasta la aprobación y certificación BASC, para la cual utilizó una metodología: tipo de investigación mixta, descriptiva. Los resultados diagnostican que la situación actual referente a las condiciones de seguridad dentro y fuera de las instalaciones de Corporación Industrial Forestal S.A.C, son deficientes. Teniendo un 9.73% de operaciones cumplidas de acuerdo con las exigencias de la Norma y Estándares BASC V04:2012. Como conclusión final se puede mencionar que se ha adquirido conocimientos nuevos en el tema de sistemas de gestión tanto en control como en seguridad de procesos, se ha aportado ideas para su implementación, realizando diagnósticos de la situación actual de la empresa, el cual permitió evidenciar que la organización tiene fortalezas en numerales logísticos de despachos, selección de clientes y proveedores, alianzas estratégicas de seguridad, control de materia primas y material de empaque, y debilidades fuertes en los capítulos de sistemas de gestión, se ha trabajado en las fortalezas y superar las debilidades de la organización para tener como resultado final certificación BASC.

Mendoza (2018), en su tesis titulada: *Gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las mypes del sector comercial, boutique para damas, distrito de Calleria*,

año 2018, para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo por objetivo investigar si las mypes del sector comercial, boutique para damas del distrito de Calleria, se gestiona con un enfoque en atención al cliente. Su metodología empleada fue el tipo de investigación mixta (cuantitativa y cualitativa). En sus principales resultados se menciona que las mypes del sector comercial, boutique para damas, no administran sus negocios con gestión de calidad, porque es caracterizada por ser empírica e inmediatista. Sin embargo, la gestión evidenció un apego en acciones relacionadas a la satisfacción de su cliente, cliente al cual lo tiene identificado y es considerado como la razón del sentir de la empresa. Finalmente se concluye que el 57,5% de las mypes del rubro boutique para damas, mantiene un plan de acción inmediato, producto de la práctica de medir el nivel de satisfacción del cliente con habitualidad.

Ortiz (2018), en su tesis titulada: *Controles de seguridad según la norma ISO/IEC 27002:2013 para el mejoramiento de la gestión de seguridad de la información de la Universidad Nacional Agraria de la Selva*, que presentó a la Universidad Agraria de la Selva, para optar el título de Ingeniero en Informática y Sistemas. Tuvo como objetivo general implementar de forma incremental la Norma Internacional ISO/IEC 27002:2013 para mejorar la gestión de seguridad de la información en la Universidad Nacional Agraria de la Selva. Para la cual utilizó una metodología cuasiexperimental, instrumentos de investigación (entrevistas, fichas de observación, checklist), análisis estadísticos. Se obtuvo como resultado que para mejorar la gestión de la seguridad de la información es necesario implementar controles de seguridad pudiendo ser de nivel organizativo, físico, lógico o legal que permiten proteger los activos, reducir riesgos y facilitar la recuperación de incidentes

en una organización, y como conclusión que los controles de seguridad implementados deben ser monitoreados constantemente e ir implementando nuevos controles de ser necesario para mitigar aún más los riesgos identificados, estos controles deben estar equilibrados entre personas, tecnología y procesos.

Aliaga (2017), en su tesis titulada: *Gestión de calidad bajo en enfoque de atención al cliente de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017*, para obtener el título de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El objetivo fue determinar la calidad enfocada en atención de los usuarios/clientes de las mypes del sector. Estudio de tipo cuantitativo con diseño no experimental-transversal descriptivo, trabajó con 12 mypes. Por medio de un cuestionario se obtuvo información sobre: datos de propietarios, características de mypes, gestión de calidad y atención al cliente. Los resultados indican que la edad del 50% de encuestados es de 45 a 64 años, sexo femenino y predomina el nivel técnico en un 66%, el 33% de mypes indican dedicarse a esta actividad hace 3 años, el 54% son trabajadores permanentes, 91% eventuales y el 100% formalizadas; en Gestión de calidad el 50% afirma haber obtenido capacitaciones, solo el 11% cuenta con ventilación adecuada y el 82 % afirman conocer las normas de ISO; y en atención al cliente el 90% muestran interés, el 10% no da buena atención y el 15% no regresaría como cliente; por este motivo es que nos permite ejecutar la gestión de calidad, para el crecimiento y desarrollo de las mypes.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Variable: Gestión de calidad

2.2.1.1. Definición de calidad

Una de las definiciones más modernas sobre la calidad la da el ingeniero y estadístico Taguchi quien dice que la calidad es: “un producto de calidad es aquel que minimiza la pérdida para la empresa y la sociedad” (Sánchez, 2016).

Otro de los grandes autores de la calidad es Armand V Feigenbaum quien define este término como la calidad en su esencia es un modo de dirigir la organización (Sánchez, 2016), haciendo referencia en su libro control total de la calidad la frase calidad no tiene el significado normal de lo “mejor” en sentido absoluto.

Lo que quiere decir, es mejorar para el consumidor dentro de ciertas condiciones como lo son estas dos:

- El uso al que el producto se destina
- El precio de venta del producto.

2.2.1.2. Historia de la calidad

Desde los tiempos más remotos el hombre primitivo al momento de construir herramientas, armas, elaborar alimentos, confeccionar la vestimenta entre otras cosas, siempre se aseguró de buscar la mejora continua, obteniendo ventajas competitivas. Debido a esto se vieron derrumbamientos en algunas culturas y el florecimiento de otras, se reemplazó el bronce por el hierro en la elaboración de armas y se impuso el uso del carro en la infantería etc.

En el año 2150 A.C en la antigua Babilonia se dieron los primeros métodos de verificación de la calidad, la construcción de casas era verificada y sancionada en el

Código de Hammurabi, cuya norma 229 establecía que si un constructor construye una casa y no lo hace con buena resistencia y la casa se derrumba y mata a los ocupantes, el constructor debe ser ejecutado (Cortes, 2017, p.12). Por su parte los Fenicios al igual que en la antigua Babilonia hacían que sus inspectores cortaran la mano de la persona responsable de la calidad insatisfactoria con el fin de asegurar la calidad y eliminar la repetición de errores.

Otros ejemplos del uso de la calidad en la antigüedad son las pirámides egipcias y los frisos de los templos griegos.

En la edad media se dan mercados donde prima la calidad de los productos, se establecieron marcas y de esta forma se trabajó para lograr una buena reputación de estas.

Tras la llegada de la era industrial se dieron varios cambios, los talleres se dedicaban a la producción masiva de artículos ya fueran artículos terminados o piezas que iban hacer ensambladas en una etapa posterior de producción. Las fábricas realizaban trabajo en serie y se especializo el trabajo. Se empezó con la función de la inspección debido a la alta demanda y a la importancia por mejorar la calidad del producto, el operario se encargaba de la misma con el fin de descartar los productos que no cumplían con las características deseadas.

A principios del siglo XX coincidiendo con la primera guerra mundial el objetivo principal era la producción, con la aparición de Taylor y sus ideas la función de inspección se separa de la producción. El mercado se vuelve más exigente los productos se caracterizan por sus partes intercambiables lo que lleva a la producción. El Taylorismo trajo consigo la idea de que los trabajadores no eran más que meras herramientas en la cadena de producción. Unos podían ser intercambiados por otros,

siempre que el proceso de producción no variara (Cortes, 2017, p.13). Por primera vez en la historia la producción se centraba en el proceso más que en las habilidades del operario, al igual que la inspección del producto terminado que del mismo proceso. De esta parte nace el control de la calidad.

2.2.1.3. Control de la calidad

El control de calidad consiste en la implementación de programas, mecanismos, herramientas, técnicas en una empresa para mejorar la calidad de los productos y servicios que brinde la empresa. Son característicos de esta etapa los elevados costes de inspección.

Se encarga de generar la verificación de los productos mediante métodos de inspección y muestreo, mediante este sistema se procura que no lleguen productos defectuosos a los clientes para así poder evitar la apariencia de errores.

2.2.1.4. Aseguramiento de la calidad

Es el conjunto de acciones planificadas y sistémicas necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio satisfará los requerimientos acerca de calidad.

El aseguramiento de la calidad hace énfasis desde el momento del diseño del producto hasta que llegue a las manos del cliente, y se basa más que todo en la definición de procesos y actividades que permiten la obtención de productos acorde a unas especificaciones.

Tabla 1 Concepción tradicional frente a la concepción moderna de la calidad

CONCEPTO DE CALIDAD TOTAL	
Concepción tradicional de la calidad(CTC)	Concepción moderna de la calidad(CMC)
<p>Orientada exclusivamente la calidad al producto.</p> <p>Considera al cliente externo.</p> <p>La responsabilidad de la calidad es de la unidad que controla.</p> <p>La calidad la establece el fabricante.</p> <p>La calidad pretende la detección de fallas.</p> <p>La calidad cuesta.</p> <p>La calidad se controla</p> <p>La calidad es un factor operacional.</p> <p>Exige niveles de calidad aceptables.</p> <p>Predominio de la cantidad sobre la calidad.</p>	<p>La calidad afecta toda la actividad de la empresa.</p> <p>Considera al cliente externo e interno.</p> <p>La responsabilidad de la calidad es de todos.</p> <p>La calidad la establece el cliente.</p> <p>La calidad pretende la prevención de fallas.</p> <p>La calidad es rentable.</p> <p>La calidad se fabrica, se produce.</p> <p>La calidad es un factor estratégico.</p> <p>Cero errores, hacerlo bien desde la primera vez.</p> <p>Predominio de la calidad sobre la cantidad.</p>

Fuente: D´Alessio (2018).

2.2.1.5. Calidad total

Se encarga de buscar un alto nivel de calidad en cuatro pasos (Sánchez, 2016):

- Calidad del producto
- Calidad del servicio
- Calidad de gestión
- Calidad de vida

La calidad total supone un gran cambio en el ámbito empresarial definido como una estrategia de gestión de la organización que tiene como finalidad satisfacer de una manera equilibrada las necesidades y expectativas de todos sus grupos de interés.

2.2.1.6. Importancia de la calidad

En tiempos pasados se presentaba muy frecuentemente que en los productos obtenidos por parte del cliente manejaban una muy baja calidad es decir el consumidor compraba lo que le diesen, los fabricantes tenían en mente que el cliente siempre iba a comprar el producto más barato dejando a un lado un factor tan importante de lo que es la calidad generando una competencia mediante el precio.

En la actualidad el cliente cuenta con una gran variedad a la hora de obtener un bien o un producto debido a la gran oferta que existe, y en la mayoría de los casos se basan en el factor de la calidad que maneja el producto o servicio.

De esta manera se busca mejorar la calidad del producto generando una reducción en los costos mediante la minimización de desperdicio de materia prima; en el proceso productivo se busca generar su diseño y factibilidad de fabricación permitiendo bajar los precios y por tanto aumentar las ventas.(Evans & Lindsay, 2014)

Tabla 2 Principio de administración de la calidad

<p>Principio 1: Enfoque al cliente Las organizaciones dependen de sus clientes y, por tanto, deben entender las necesidades de los actuales y los futuros, cumplir con sus requisitos y esforzarse por superar sus expectativas.</p>
<p>Principio 2: Liderazgo Los líderes establecen la unidad de propósito y el rumbo de la organización. Deben crear y mantener el ambiente interno en el que la gente pueda participar por completo en la consecución de los objetivos de la compañía.</p>
<p>Principio 3: Participación de las personas Las personas en todos los niveles son la esencia de una corporación y su participación plena permite utilizar sus capacidades en beneficio de la organización.</p>
<p>Principio 4: Método de procesos Un resultado deseado se obtiene en forma más eficaz cuando las actividades y los recursos relacionados con ellas se manejan como un proceso.</p>
<p>Principio 5: Enfoque de sistemas para la administración Identificar, entender y administrar procesos interrelacionados como un sistema contribuye a que la organización alcance en forma efectiva y eficaz sus objetivos.</p>
<p>Principio 6: Mejoramiento continuo El mejoramiento continuo del desempeño general de la organización debe ser un objetivo permanente.</p>
<p>Principio 7: Método de toma de decisiones basado en hechos. Las decisiones efectivas se basan en el análisis de datos e información</p>
<p>Principio 8: Relaciones mutuamente benéficas con el proveedor Una organización y sus proveedores son interdependientes y una relación mutuamente benéfica mejora la capacidad de ambos para generar valor.</p>

Fuente: Evans & Lindsay (2014)

2.2.1.7. Sistema de gestión de la calidad

“Un Sistema de Gestión es el modo en el que una empresa u organización ordena sus procesos para intentar conseguir la satisfacción del cliente”, (ISO 9001:2015, 2018).

Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad es una estrategia de mercado muy beneficiosa, inicialmente podemos realizar una medición de los resultados,

comunicación asertiva entre las diferentes áreas de la empresa y una mejora continua entre otros. Al implementar un Sistema de Gestión de la Calidad obtenemos la certificación ISO de la norma 9001:2015 generando beneficios para todas las partes interesadas de la empresa logrando obtener una mejor imagen de esta. De esta parte podemos beneficiarnos ya que esto conlleva a nuevas oportunidades de negocio.

2.2.2. Variable: Atención al cliente

2.2.2.1. Definición de atención al cliente

Se define el proceso de gestión de la atención al cliente como un conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes e identificar sus expectativas actuales, que con una alta probabilidad serán sus necesidades futuras, a fin de poder satisfacerlas llegado el momento oportuno. (Martínez, 2007)

A continuación, se plantea lo que se considera el decálogo de la atención al cliente. Cumpliéndolo a cabalidad se pueden lograr altos estándares de calidad en el servicio al cliente.

- El cliente por encima de todo: Es la razón de ser de nuestro servicio.
- No hay nada imposible cuando se quiere: A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo, inteligencia y deseos de atenderlo adecuadamente, se puede lograr lo que él desea.
- Cumplir todo lo que prometas: Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes. Pero ¿Qué pasa cuando el cliente

se da cuenta? Son las ventas de un día y con ello el cliente de un día que por otra parte difundirá una mala imagen de esta.

- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle lo que espera: El cliente se siente satisfecho cuando recibe lo que espera, y esto se logra conociéndolo bien y enfocándonos en sus necesidades y expectativas.
- Para el cliente, tú marcas la diferencia: Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia. Puede que todo funcione a las mil maravillas, pero si la persona que está frente al cliente falla, probablemente la imagen que el cliente se lleve de todo el negocio será deficiente.
- Fallar en un punto significa fallar en todo: Como se expresa en el punto anterior, puede que todo funcione a la perfección, que tengamos todo controlado, pero qué pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega averiada o si en el momento de empacar los zapatos nos equivocamos y le damos un número equivocado. Sencillamente todo el esfuerzo se va al piso y el resultado es fatal.
- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos: Los empleados propios son el primer cliente de una empresa (clientes internos). Si no se les satisface a ellos, como pretender satisfacer a los clientes externos. Las políticas de recursos humanos deben ir a la par de las estrategias de marketing.
- El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente: Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de la empresa para medir la calidad del servicio, la realidad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir,

hacen su valoración. Si la calidad les satisface regresan y no regresan si no lo es.

- Por muy bueno que sea el servicio, siempre se puede mejorar: Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas en el servicio y satisfacción del cliente, es necesario plantearse nuevos objetivos, la competencia no da tregua.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo: Los equipos de trabajo no solo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias. Cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.
- La atención al cliente es una herramienta estratégica de marketing, orientada a que los errores sean mínimos y se pierda el menor número de clientes posibles, lo cual se convierte en un sistema de mejora continua en la empresa orientada a mejorar la calidad de servicio.

2.2.2.2. Características de un servicio de atención al cliente

Martínez (2007) explica que las características para brindar un servicio de atención al cliente son las siguientes:

- La labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y cortesía.
- La empresa debe tener conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Es muy necesario conocer a las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.

- Flexibilidad y mejora continua ya que las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios del sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Por ello el personal que está en contacto con el cliente ha de tener la información y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- Se debe adecuar el tiempo de servir en función del cliente.
- Plantearse la fidelización como objetivo fundamental en la atención al cliente
- La Empresa debe formular estrategias que le permitan alcanzar nuevos

2.2.2.3. Fases de la atención al cliente

Llamas (2004), existen una serie de variables estrechamente relacionadas con los procesos de venta que influyen en la calidad de servicio percibida por los clientes. Estas variables otorgan valor añadido tanto a la empresa como a su cartera de productos, influyendo también en el posicionamiento de esta.

Estas variables pueden ser:

- Tangibles: Son aquellos instrumentos materiales que influyen en la percepción de la imagen global de un establecimiento. Podemos agruparlas en dos categorías: Ambientación del establecimiento. La decoración, la iluminación, el sonido o la estructura de un establecimiento influyen en las expectativas de satisfacción de los clientes. La ambientación debe ser coherente con las políticas de marketing de la empresa, en especial con sus criterios de segmentación y posicionamiento y con sus acciones operativas de comunicación externa. Colocación y presentación de los productos. Gestión del punto de venta bajo criterios de rentabilidad y eficiencia.

- Intangibles: Conductas, aptitudes y actitudes individuales y grupales compartidas por los miembros de la organización que pueden incrementar valor y satisfacción a los clientes. Las principales variables intangibles son: Valores corporativos. Incluyen las creencias de la organización, normas, formas de pensar, etc., y son los elementos que más influencia tienen sobre el producto, las actividades de venta y el servicio postventa.
- Calidad de servicio: La calidad de servicio queda reflejada en numerosas ocasiones por el estilo de comunicación, el comportamiento y la motivación del personal, elementos que influyen en la imagen de la empresa y la percepción de la calidad de sus productos.

2.2.2.4. Dimensiones de atención al cliente

Existen una serie de variables que intervienen en la prestación de servicios y atención al cliente como dimensiones de la calidad percibida por los clientes:

- Accesibilidad: Los clientes deben contactar fácilmente con la empresa.
- Capacidad de respuesta: Predisposición a atender y dar un servicio eficiente sin tiempos muertos ni esperas injustificadas.
- Cortesía: Durante la prestación de servicios el personal debe ser atento, respetuoso y amable con los clientes.
- Credibilidad: El personal en contacto con el público debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de duda en los clientes.
- Fiabilidad: Capacidad de ejecutar la venta y el servicio que prometen sin errores.
- Seguridad: Los servicios prestados carecen de riesgos.

- Profesionalidad: La prestación de servicios debe ser realizada por profesionales.

2.2.2.5. El cliente

a) El cliente, elemento vital de cualquier empresa

En el documento consideraciones teóricas sobre atención al cliente se refiere a lo siguiente: El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente. (Martínez, 2007)

b) Características de los clientes

Martínez (2007). En el documento consideraciones teóricas sobre atención al cliente se refiere a lo siguiente:

- Son las personas más importantes para cualquier organización
- Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad de este.
- No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.
- Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos
- Merecen el trato más amable y cortés

- Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

c) Clasificación de los clientes

Martínez (2007). Citando a Karld Albrech y Jack Carson en el libro *La excelencia de los servicios y la revolución de los servicios*, clasifica a los clientes, en clientes internos y externos; donde:

- Interno: Son aquellas personas dentro de la empresa que, por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.
- Externos: Son aquellos que no pertenece a la empresa u organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.

Aun cuando en los conceptos anteriores, resulte sustentable el término de cliente interno no todo el mundo acepta esta definición y es que entre ambos tipos de clientes existen diferencias que los separan notablemente, en cuanto a:

Tabla 3 Diferencia entre clientes internos y externos

Diferencias	Clientes Internos	Clientes Externos
Las necesidades que satisfacen	Buscan satisfacer necesidades de afiliación, seguridad, autoestima, autorrealización, poder, seguridad monetaria.	Buscan satisfacer una necesidad mayoritaria y fácilmente identificada, alimentación, transportación, sed, recreación, etc.
Las formas en que retribuyen sus necesidades	Retribuyen la satisfacción de una necesidad mediante el propio esfuerzo físico y mental. Recibe menos dinero que el equivalente al esfuerzo realizado.	Retribuyen la satisfacción de una necesidad mediante el dinero. Paga más que el costo del producto recibido
El poder de elección del cliente	Los proveedores de trabajo resultan escasos, por lo que los clientes internos están dispuestos a cualquier cosa por conseguir un trabajo donde satisfacer sus necesidades.	Cuando se siente insatisfecho con su proveedor, lo puede abandonar y buscar otro (hoy en día no existe un único proveedor de un producto o un servicio, y las diferencias entre los proveedores son cada vez menores)
Duración del proceso de satisfacción de las necesidades (Duración del ciclo de servicio)	Es un poco más larga, en este caso generalmente interactúa casi todos los días, como mínimo 8 horas de las 24 del día, rara vez son satisfechas sus necesidades de forma inmediata, sino durante el transcurso del tiempo.	La duración de ciclo de servicio resulta relativamente más corta, de forma esporádica. Esto hace que se vea obligado a realizar una valoración de la calidad del producto o servicio recibido en función de la relación entre lo que obtuvo y lo que esperaba obtener.

Fuente: Martínez (2007)

El enfoque en la atención al cliente interno y al cliente externo, basándose en la lealtad, se dio a mediados de los años 80, con la idea de mejorar el cuidado de estos para afianzar su fidelidad a la empresa. De esta forma se va desarrollando una generación de clientes más exigentes en el ámbito externo, primero, y a nivel interno después; los clientes empiezan a demandar cada vez más, y la empresa, para conservarlos, pide a sus empleados, proveedores e inversionistas su participación. Hay

que señalar y agregar que esas tendencias de desarrollo conllevan exigencias de un mejor servicio y una nueva organización interna.

Conseguir los mejores clientes es uno de los pasos importantes para hacer crecer una empresa. El camino para llegar a ese punto es contratar y conservar a los mejores empleados. Cuando un trabajador se siente satisfecho está en mejores condiciones de prestar un servicio de calidad, brinda un mejor trato y amabilidad, es más ágil y diligente, y por sobre todas las cosas, no se deja condicionar por la falta de recursos y fallas tecnológicas u organizativas, por lo que mantendrán el negocio atractivo para los dueños, los inversionistas y los proveedores.

¿Qué busca obtener el cliente cuando compra un producto o un servicio?

- Un precio razonable
- Una adecuada calidad por lo que paga
- Una atención amable y personalizada
- Un buen servicio de entrega
- Un horario cómodo para ir a comprar (corrido o tener abierto también el fin de semana)
- Cierta proximidad geográfica, si fuera posible
- Posibilidad de comprar a crédito (tarjetas o cheques)
- Una razonable variedad de oferta (marcas poco conocidas junto a las líderes)
- Un local cómodo y limpio.

2.3. Marco conceptual:

2.3.1. *Términos de la variable: Gestión de calidad*

Dimensiones

- **Uso de técnicas de mejora:** Sirven para detectar problemas con la participación del personal, mientras que otras parten de mediciones o datos obtenidos del proceso a controlar y, a partir del análisis de estos datos, se obtienen los resultados buscados.(Rodriguez,2019)
- **Uso de herramientas de gestión:** Es esencialmente una aplicación, solución, metodología, paradigma, método, modelo, algoritmo, procedimiento, protocolo, sistema, indicador o instrumento específico que permite y facilita la administración del negocio y la organización de manera profesional.(Diaz,2018)
- **Uso de estrategias de calidad:** es la construcción de un camino sobre un entorno estratégico dinámico y que tenga como estrella guía «la misión», como actores permanentes a las personas y como conductor al líder, racional y apasionado, seductor y dogmático, soñador y pragmático, es decir al hombre, esencia misma de la contradicción y paradoja y hacedor irrenunciable de los caminos cualitativos de la historia y que adquiere mayor relevancia en esta época signada por la tecnología y las comunicaciones, la globalización y la revolución de los modos culturales.(Vera,2018)

2.3.2. Términos de la variable: Atención al cliente

Dimensiones

- **Planificación de ciclo del servicio:** Es toda la secuencia de acciones por las que pasan los clientes en el momento en el que toman contacto de una organización hasta conseguir el producto o servicio que están buscando.(Rubio,2017)
- **Uso de indicadores:** Se utilizan para hacer seguimiento y medir la calidad del servicio que se ofrece a los clientes o consumidores, indicando si los mismos están satisfechos con el producto final o el servicio recibido.(López, 2016)
- **Acciones de auditoria de servicio:** Se define como el conjunto de estrategias diseñadas de manera ordenada y consecuente para que el cliente evalúe la calidad y los niveles de satisfacción del servicio recibido dentro del ciclo de la prestación y de acuerdo con modelos de excelencia ya definidos.(Cifuentes, 2015)

2.3.3. Rubro agencias de vigilancia

Seguridad privada conceptos básicos

Es la prestación de un servicio con el fin de proteger los bienes o derechos de una empresa o persona. Los edificios, terrenos, almacenes y hogares son los principales que hacen uso de este servicio. Aunque también es muy común que personas importantes o adineradas contraten este servicio para su resguardo.(acma seguridad, 2021)

En general, estos servicios no se limitan solamente a proveer personal de seguridad (vigilantes, escoltas, etc). También incluye el uso de medios tecnológicos como sistemas de seguridad para el hogar, detectores de metales, cámaras de seguridad etc. Otra de las funciones de estos servicios es la prevención del delito, así como detener la perturbación a la seguridad y asegurar la tranquilidad individual. (Acma seguridad, 2021)



Fuente: imágenes Google (2021)

Tipos de seguridad privada

Actualmente existen cuatro tipos de seguridad privada:

Servicio de vigilancia fija:

Conformado por agentes de seguridad que permanecen en un puesto fijo. Pueden realizar pequeños recorridos sin alejarse mucho de su lugar de trabajo. El uso de estos tipos de seguridad privada es común en conjuntos residenciales y edificios de oficinas.

Servicio de vigilancia móvil:

Los agentes de seguridad deben realizar rondas en un área determinada. Por lo general las rondas se hacen en sitios de grandes extensiones y se dispone de algún medio de transporte para su movilidad. Estos tipos de seguridad privada es común en grandes empresas como las que pertenecen al sector energético o minero.

Servicio de transporte de valores:

Estos tipos de seguridad privada se encarga de transportar y custodiar algún bien de un lugar a otro. El servicio de transporte de valores muy común en el sector bancario, como el transporte de remesas.

Servicio de escolta:

Estos tipos de seguridad privada mezcla los 3 anteriores. Se encarga de la protección de un bien o persona en su desplazamiento, en un área fija o delimitada. El servicio de escolta se caracteriza por portar armas de fuego, aunque también las hay con armas no letales.

III. Hipótesis

La presente investigación de título: “Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021”, no se planteará hipótesis por tratarse una investigación descriptiva. Las investigaciones de tipo descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática. (Hernández et al., 2014)

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

La investigación fue cuantitativa porque “la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición” (Hernández et al., 2014).

Fue no experimental, porque se realizó sin indagar deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto (Hernández et al., 2014).

Fue transversal, porque todas las variables fueron medidas en una sola ocasión, se trata de muestras independientes (Hernández et al., 2014).

Fue descriptivo, porque solo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio (Hernández et al., 2014).

4.2. Población y muestra

4.2.1. El universo

El universo está conformado por todas las microempresas del rubro vigilancia privada del distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa, constituidas por unas 21 mypes. (Fuente: Municipalidad Provincial de Coronel Portillo).

Según Hernández et al. (2014) es la totalidad de unidades que comparten características comunes.

4.2.2. Población

La población está compuesta por todas las mypes del rubro vigilancia privada del distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa, información que se obtuvo de los registros de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Para Asti A. (2015), “Una población es el conjunto de todos los casos que integran un grupo de especificaciones (características) predeterminadas.” (p.66)

4.2.3. Muestra

La muestra para el estudio fue no probabilística porque tomó a las 19 mypes del rubro vigilancia privada del distrito de Callería.

Para Cruz, Gonzales y Olivares (2014) “Una muestra es siempre un grupo más pequeño o un subconjunto dentro de una población” (p.107).

Criterios de inclusión:

- a) Gerente
- b) Administrador

Criterios de exclusión:

Se excluirán a :

- a) Personal de la empresa no directivo.
- b) Clientes
- c) Proveedores

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Variables	Definición	Dimensiones	Definición	Indicadores	Escala		
Atención al cliente	Vizcaíno (2018), “Es destinar el plan de acciones en identificar, organizar, satisfacer y evaluar los atributos que valora el cliente”.	Capacitación	Vizcaíno (2018),”Extender conocimientos para un mejor desempeño.”	Instrumentos	Likert		
				Plan			
				Desempeño			
		Atención a quejas y sugerencias	Vizcaíno (2018), “Disposición a atender las inquietudes del cliente”.	Protocolo			
				Procesos			
				Evaluación			
		Nivel de servicio	Vizcaíno (2018), “Orientado a asegurar la satisfacción del cliente.”	Plan de mejora			
				Post Venta			
				Servicio			
Gestión de calidad	Jabayoles et al., (2020), “Es el régimen para administrar e inspeccionar una organización con relación a la calidad”.	Mejora de proceso	Figuerola (2014), “identificación de los procesos que pueden ser mejorados, obteniendo un entendimiento de los procesos eficientes y eficaces”.	Análisis de proceso	Likert		
				Herramientas		Ramos (2018), “Es medir definir, analizar y proponer soluciones a los problemas”.	Propuesta
							Aplicación
		Técnicas					
		Participación	Balagué et al. (2014), “Está interrelacionado al propósito de mejorar y generar valor agregado”.	Encuestas			
				Innovación			
				Misión, visión			
						Supervisión	
						Valor agregado	

Fuente: elaborado Carolina Mendoza Romero

4.4. Técnicas e instrumentos

4.4.1. Técnica

La técnica que se utilizó es la encuesta.

Según Ackerman S y Com S. (2013), “Las encuestas permiten obtener información intangible; es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente. (p.94)

4.4.2. Instrumento

El instrumento que se utilizó es el cuestionario estructurado con 23 preguntas según las variables de investigación.

Según Hernández et al. (2014) “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.” (p.322)

4.5. Plan de análisis

En términos de Hernández:

“Con el análisis descriptivo buscamos describir los resultados a través de las tablas de tabulaciones, porcentajes, frecuencias, e interpretación de las gráficas” (Hernández et al., 2014).

Asimismo, seguimos las siguientes fases:

- Los datos que se recogieron fueron mediante aplicación de instrumento (cuestionario) que fue validado con el método de juicio de experto y se ordenaron mediante la confección de una base de datos en Excel.
- La tabulación se realizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 25.
- Finalmente, los resultados se trataron bajo el análisis descriptivo y dispuestos y graficados en una hoja de procesador de textos (Word).

4.6. Matriz de consistencia

Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021. - Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021. - Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021. 	<p>Variable 1</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>La presente investigación No consideró hipótesis por ser una investigación descriptiva</p> <p>Hernández (2014) el enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. (p.04)</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel de la investigación</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño de la investigación</p> <p>Transversal No experimental</p>	<p>Población: La población está conformada por 21 mypes del rubro vigilancia privada del distrito de Callería.</p> <p>Muestra: No probabilística, constituida por 19 mypes del rubro vigilancia privada del distrito de Callería, a conveniencia de la investigación.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p>

Fuente: elaborado por Carolina Mendoza Romero

4.7. Principios éticos

Los principios éticos aplicados al presente trabajo de investigación están en concordancia al Código de ética para la investigación de la ULADECH Católica en su versión 004, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica de fecha 13-01-2021.

- ***Principio de protección a las personas***, para esta investigación se desarrolló el protocolo del consentimiento informado, el mismo que fue firmado por los representantes de las mypes del rubro vigilancia privada que conforman la muestra en estudio. Si los participantes no desearon o tuvieron dificultades para firmar dicho documento, se aplicaron diversas estrategias en el que se evidencie el consentimiento para ser parte de esta investigación. A través del consentimiento informado se comunicó claramente el propósito de la investigación que consistió en analizar las variables atención al cliente y gestión de calidad en las mypes del sector servicio, rubro vigilancia privada en el distrito de Callería, 2021, así como se les informó a que cada uno de ellos se pueden retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno, o también pueden abstenerse de contestar alguna de las preguntas, así mismo se les hizo mención que los datos recolectados quedarán disponibles para futuras investigaciones y/o productos derivados de la investigación. No se tuvo participantes menores de edad en esta investigación.

- ***Principio de beneficencia y no maleficencia***, esta investigación por su naturaleza no representó riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador, durante el recojo de información se informó de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento lo que se buscó es maximizar los

beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

- ***Principio de justicia***, los resultados de la investigación estarán disponibles luego de finalizado la presente investigación, si las personas que formarán parte de nuestra muestra tienen interés por los resultados para aplicarlas a sus empresas o realizar nuevas investigaciones se les facilitará dicha información por el medio que lo requieran, estos pueden ser correos electrónicos o participación en eventos donde se expongan los resultados de la investigación. Así mismo a todas las personas que participan de esta investigación se les brindó el mismo trato de respeto, consideración e información de aquello que requieran.

- ***Principio de integridad científica***, se tuvo siempre presente que los datos de identidad de los participantes de esta investigación son confidenciales y anónimas, también se les informó de ello a los participantes. No fue necesario en esta investigación el uso de equipos electrónicos, mecánicos, médicos entre otros, por ello no se establecerán protocolos de seguridad para el uso de estos equipos; también se dio a conocer a los participantes que la información recogida quedará en custodia del investigador por un lapso de cinco años, y solo serán usados exclusivamente para esta investigación. No se realizará técnicas de recolección de datos distintos al cuestionario, por ello los participantes no conocerán la información que brinde otro participante de la investigación. Cualquier aspecto que genere conflictos de interés serán resueltos antes de iniciar el trabajo de campo, así se

garantizará que no sucedan situaciones que puedan afectar al estudio o a la comunicación de resultados.

- ***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, antes del recojo de información se solicitó expresamente el consentimiento informado a cada participante, así mismo se le solicitó hagan llegar todas sus dudas o consultas respecto a la investigación para ser absueltas oportunamente y evitar cualquier contratiempo durante o después de la investigación.

- **Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad**, esta investigación no tuvo como muestra animales, plantas ni se realizaron aplicaciones en el medio ambiente, tampoco se afectó la biodiversidad como parte del estudio, por ello no se declaran los daños, riesgos o beneficios potenciales que se pueda tener sobre ellos.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 4

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

Características del colaborador de la microempresa	N	%
Edad		
De 18 a 25 años	1	5.00
De 26 a 50 años	11	58.00
De 51 a más	7	37.00
Total	19	100.00
Género		
Masculino	17	90.00
Femenino	2	10.00
Total	19	100.00
Grado de instrucción		
Técnico	3	16.00
Universitario	16	84.00
Total	19	100.00
Cargo que desempeña		
Gerente	11	58.00
Administrador	8	42.00
Total	19	100.00
Tiempo que desempeña su cargo		
De 0 a 5 años	4	21.00
De 6 a 10 años	10	53.00
De 11 a más años	5	26.00
Total	19	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

Tabla 5

Describir las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.

Atención al cliente	N	%
¿Se tiene a disposición instrumentos de capacitación con orientación al cliente?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	10.00
Casi siempre	6	32.00
Siempre	11	58.00
Total	19	100.00
¿Se tiene un plan de capacitación?		
Muy pocas veces	2	11.00
Algunas veces	1	5.00
Casi siempre	1	5.00
Siempre	15	79.00
Total	19	100.00
¿Se realiza el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	5.00
Casi siempre	5	27.00
Siempre	13	68.00
Total	19	100.00
¿Existen protocolos difundidos en la organización?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	5.00
Casi siempre	7	37.00
Siempre	11	58.00
Total	19	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

Tabla 6

Describir las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021.

Atención al cliente	N	%
¿Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	6	32.00
Siempre	13	68.00
Total	19	100.00
¿Se evalúa acciones de mejora?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	4	21.00
Siempre	15	79.00
Total	19	100.00
¿Se ejecuta el plan de mejora de nivel de servicio?		
Muy pocas veces	2	11.00
Algunas veces	5	26.00
Casi siempre	4	21.00
Siempre	8	42.00
Total	19	100.00
¿El servicio de post venta garantiza un nuevo ciclo de venta?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	11.00
Casi siempre	2	11.00
Siempre	15	78.00
Total	19	100.00
¿Se cumple la promesa de servicio al cliente?		
Muy pocas veces	1	5.00
Algunas veces	1	5.00
Casi siempre	4	21.00
Siempre	13	69.00
Total	19	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

Tabla 7

Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021

Gestión de calidad	N	%
¿Se realiza análisis de los procesos?		
Muy pocas veces	1	5.00
Algunas veces	3	16.00
Casi siempre	7	37.00
Siempre	8	42.00
Total	19	100.00
¿Se plantean propuestas para mejora?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	11.00
Casi siempre	7	37.00
Siempre	10	52.00
Total	19	100.00
¿Se aplican los planes?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	4	21.00
Casi siempre	3	16.00
Siempre	12	63.00
Total	19	100.00
¿Se conoce el uso de técnicas para administrar?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	3	16.00
Casi siempre	5	26.00
Siempre	11	58.00
Total	19	100.00
¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?		
Muy pocas veces	2	10.00
Algunas veces	9	47.00
Casi siempre	3	16.00
Siempre	5	27.00
Total	19	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

Tabla 8

Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de Callería, Pucallpa, 2021

Gestión de calidad	N	%
¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?		
Muy pocas veces	2	10.00
Algunas veces	9	47.00
Casi siempre	3	16.00
Siempre	5	27.00
Total	19	100.00
¿La innovación es parte de mejora de los procesos?		
Muy pocas veces	3	16.00
Algunas veces	6	32.00
Casi siempre	7	36.00
Siempre	3	16.00
Total	19	100.00
¿Las funciones están alineadas a la misión y visión?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	3	16.00
Casi siempre	2	10.00
Siempre	14	74.00
Total	19	100.00
¿La supervisión es eficaz?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	3	16.00
Casi siempre	9	47.00
Siempre	7	37.00
Total	19	100.00
¿Existe orientación a lograr valor agregado?		
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	6	32.00
Casi siempre	4	21.00
Siempre	9	47.00
Total	19	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

5.2. Análisis de resultados

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, Callería, Pucallpa, 2021.

Edad: de 18 a 25 años 1 representante (5%); de 26 a 50 años, 11 representantes (58%); de 51 a más, 7 representantes (37%). Género: masculino 90% y femenino 10%. Grado de instrucción: técnico 16% y Universitario (superior) 84%. Cargo que desempeña: Gerente, 58%; Administrador, 42%. Tiempo que desempeña su cargo: de 0 a 5 años: 21%; de 6 a 10 años, 53% y de 11 a más años, 26%. Estos resultados contrastan con la investigación de Flores (2020), que concluyó en su investigación que el poco expertiz de los encargados de dirigir las mypes de vigilancia privada impactan negativamente en la gestión e incluso en la salud ocupacional del personal. En nuestra investigación realizada en el distrito de Callería, el perfil del gerente o administrador de las mypes en estudio poseen formación militar que representa un aspecto requerido para la dirección del personal de vigilancia y favorece la dirección y alcance de logros establecidos, sin embargo, esta característica no está alineada con los propósitos de servicio al cliente.

De acuerdo a la variable atención al cliente, se formularon las siguientes preguntas:

Dimensión 1 Capacitación: ¿Se tiene a disposición instrumentos de capacitación con orientación al cliente?: algunas veces, 10% ; casi siempre 32.% y siempre, 58%. ¿Se tiene un plan de capacitación?: muy pocas veces, 16% ; siempre 84% . ¿Se realiza el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo?: algunas veces, 5%; casi siempre 27% y siempre 68%. Estos resultados guardan relación con las conclusiones de Ferrero (2019), respecto a las acciones de calidad orientadas a

satisfacer a los clientes como es la capacitación que garantiza un buen nivel de desempeño en las operaciones.

Dimensión 2 Atención quejas y sugerencias: ¿Existen protocolos difundidos en la organización?: algunas veces; 5%; casi siempre, 37% ; siempre 58%. ¿Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias?: casi siempre, 32%; siempre, 68%. ¿Se evalúa acciones de mejora?: casi siempre, 21%; siempre, 79%. Estos resultados obedecen a un enfoque en el cliente de las mypes de vigilancia privada, si bien todavía incipiente, pero buscando acercarse al cliente, en ese aspecto se relaciona con las conclusiones de Obando (2020), que sentencia que las mypes del rubro en estudio en el sentido de servicio al cliente, no son diferentes a las acciones que se toman en las mypes comerciales. **Dimensión 3 Nivel de Servicio:** ¿Se ejecuta el plan de mejora de nivel de servicio?: algunas veces, 26%; casi siempre, 21%; siempre, 42%. ¿El servicio de post venta garantiza un nuevo ciclo de venta?: algunas veces, 11%; casi siempre, 11% y siempre, 78%. Al respecto, Morales (2018) considera que para una buena estrategia de ventas, la atención al cliente es básica, en ese sentido, la atención al personal de las empresas de vigilancia como “cliente interno” es fundamental para lograr tener un “cliente externo” satisfecho.

Respeto a la variable gestión de calidad. se formularon las siguientes preguntas y como resultados se obtuvo:

Dimensión 1 Mejora de proceso: ¿Se realiza análisis de los procesos?: muy pocas veces; 5%; algunas veces, 16%; casi siempre, 37%; siempre, 42%. ¿Se plantean propuestas para mejora?: algunas veces, 11%; casi siempre, 37%; siempre, 52%. ¿Se aplican los planes?: algunas veces, 21%; casi siempre 16%; siempre 63%. Estos

resultados evidencian una relación con la investigación de Mata (2020), que concluye que las mypes y pymes deben aplicar principios de calidad como liderazgo, enfoque al cliente, enfoque en los procesos, etc. Por otra parte, contrasta con los resultados de la investigación de Castañeda (2018), en la cual la falta de mejora aleja alcanzar indicadores de eficiencia y eficacia en el cumplimiento de objetivos y metas.

Dimensión 2 Herramientas: ¿Se conoce el uso de técnicas para administrar?: algunas veces, 16%; casi siempre, 26%; siempre, 58 %. ¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?: muy pocas veces, 10%; algunas veces, 47%; casi siempre, 16%; siempre, 27%. ¿La innovación es parte de mejora de los procesos?: muy pocas veces: 16%; algunas veces, 32%; casi siempre, 36%; siempre, 16%. Estos resultados no representan una fortaleza en el uso de herramientas, sin embargo, citamos la investigación de Sandoval (2019) que enfatiza las ventajas de las herramientas de gestión como el ahorro de tiempo y dinero (costo), en ese sentido se identifica una oportunidad de mejora. **Dimensión 3 Participación:** ¿Las funciones están alineadas a la misión y visión?: algunas veces, 16%; casi siempre, 10%; siempre, 74%. ¿La supervisión es eficaz?: algunas veces, 16%; casi siempre, 47%; siempre, 37%; ¿Existe orientación a lograr valor agregado?: algunas veces, 32%; casi siempre, 21%; siempre, 47%. Estos resultados se relacionan con la investigación de Torres (2019), quien identifica que para implementar prácticas de gestión de calidad, dicha implementación debe ser integral y no hasta “cierta parte” que pudiera identificar como una implementación mediocre.

De acuerdo al tercer objetivo específico de la investigación: Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada del distrito de

Callería, Pucallpa, 2021; esta se presenta con la finalidad de que las mypes del rubro vigilancia privada obtengan una serie de alternativas que permite generar una cultura de servicio, la cual será efectiva en la medida que se identifique la disposición del personal una actitud orientada al servicio. En ese sentido, esta práctica se relaciona con las conclusiones de la investigación de Risco (2018), que se enfoca en la implementación de procesos y estandarizarlos para ofrecer mejor servicio a los clientes y productividad para la empresa.

5.3. Plan de mejora

Se consideran los siguientes tópicos:

Datos Generales:

- Nombre o Razón Social: Dirigido a las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, distrito de Callería, Pucallpa, Ucayali.
- Giro de la empresa: vigilancia privada.
- Dirección: Distrito Callería, Pucallpa, Ucayali
- Nombre del representante: Gerente y administradores.

Misión

Ser una empresa, eficaz y eficiente en proveer servicios de alta calidad en materia de seguridad integral, basados en los principios fundamentales de la disciplina y lealtad con nuestros clientes, para brindarles un servicio al nivel de sus exigencias.

Visión

Lograr posicionamiento a nivel local y regional como los líderes en vigilancia privada, ser reconocidos como una empresa seria y confiable, que fundamenta su servicio en la veracidad, transparencia y fiel cumplimiento de los compromisos que asume.

Objetivos empresariales

- Ofrecer seguridad física, corporativa, electrónica a nuestros clientes.
- Estudio de seguridad y asesoramiento integral al cliente.

Productos

Servicio de seguridad

Control de seguridad de instalaciones

Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Establecer la misión, visión, metas y objetivos	Existe carencia de una misión, visión, metas y objetivos establecidos, como también de un desarrollo y registro de la planificación; las actividades que se realizan no están establecidas en una planificación	El desconocimiento por parte de los representantes que hace que las mypes del rubro vigilancia privada sean manejadas de manera empírica.
Planificación deficiente		
Pobre ejecución de actividades de plan de mejora		
Emplear sistema de medición de resultados	Los resultados que las mypes logran no están siendo evaluados de manera adecuada y en otros casos no son evaluados, por lo que no se registran las	El desconocimiento por parte de los representantes de las mypes,
Seguimiento al cumplimiento de los objetivos		

Documentar acciones productivas	acciones que resultan productivas y tampoco hay descarte de las actividades improductivas, trayendo como resultado que las acciones productivas pasen al olvido y se corre el riesgo de repetir las acciones improductivas.	
Descartar actividades improductivas		
Carencia de plan de capacitación	No se cuenta con un plan o programa de capacitación.	El desconocimiento en la forma correcta de realizar una capacitación.
Plantear objetivos de capacitación		
Considerar una metodología		

Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acciones de mejora
Establecer la misión, visión, metas y objetivos	Existe carencia de una misión, visión, metas y objetivos establecidos, como también de un desarrollo y registro de la planificación; las actividades que se realizan no están establecidas en una planificación	Asesoría de un Licenciado en Administración que guíen la implementación de una adecuada gestión de calidad y que les ayuden a establecer su propósito de existencia, sus planes para el futuro, y sus políticas empresariales.
Desarrollo y registro de la planificación		
Ejecución de actividades del plan de acción		
Emplear sistema de medición de resultados	Los resultados que las mypes logran no están siendo evaluados de manera adecuada y en otros casos no son evaluados, por lo que no se registran las acciones que resultan productivas y tampoco hay descarte de las actividades improductivas, trayendo como resultado que las acciones productivas pasen al olvido y se corra el riesgo de repetir las acciones improductivas.	Asesoría de un Licenciado en Administración que les ayude a realizar una reforma de su microempresa en la parte administrativa, con la finalidad de desarrollarse de manera competitiva en el mercado.
Examinar el cumplimiento de los objetivos		
Documentar acciones productivas		
Descartar actividades improductivas		
Clasificación de las necesidades de capacitación	No se cuenta con un plan o programa de capacitación.	Ejecutar un plan de capacitaciones con objetivos definidos, metodología adecuada y recursos necesarios para que se
Plantear objetivos de capacitación		

Considerar una metodología	obtengan resultados de eficiencia que se visualicen en la empresa.
----------------------------	--

Estrategias para implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Prioridad
1	Agenciarse de asesoría con un Licenciado en Administración que les guíen la implementación de una adecuada gestión de calidad y que les ayuden a establecer su propósito de existencia, sus planes para el futuro, y sus políticas empresariales.	Aprendizaje lento o negativa por parte de los responsables para aprender cosas nuevas.	1 mes	Empresa bien encaminada para lograr su propósito e implementada para asegurar la calidad de sus productos.	Programar y ejecutar reuniones con un Licenciado en Administración experto en el tema de gestión de calidad, asimismo implantar la misión, visión, y políticas empresariales del negocio.
2	Implementar normas de trabajo que sirvan de guía para el desarrollo de sus actividades y el logro de sus objetivos.	Temor a la respuesta de sus colaboradores en relación a las normas.	1 año	Trabajos bien ejecutados, colaboradores productivos e incremento de la rentabilidad de las microempresas.	Determinar normas claras y plasmarlas en un lugar visible para que los colaboradores las conozcan y cumplan.
3	Buscar la asesoría de un Licenciado en Administración que les ayude a realizar una reforma de su microempresa en la parte administrativa, con la finalidad de desarrollarse de manera competitiva en el mercado.	Temor a los Cambios o desinterés por parte de los microempresarios para ejecutar acciones de reforma en sus	3 meses	Eficiencia en la administración del negocio, ejecutando actividades que brinden valor a la empresa.	Ejecutar los cambios administrativos que se requieren y establecer un control de las actividades que se

		microempresas			realizan.
4	Ejecutar un plan de capacitaciones con objetivos definidos, metodología adecuada y recursos necesarios para que se obtengan resultados de eficiencia que se visualicen en la empresa, asimismo.	Desconocimiento o desinterés para aplicar una correcta capacitación a los colaboradores.	1 año	Colaboradores bien preparados, trabajos eficientes, aumento numérico de clientes satisfechos y mejora de la rentabilidad de la microempresa.	Determinar un plan de capacitación que inicie desde la evaluación de las necesidades de los colaboradores hasta la retroalimentación, y que cumpla con los parámetros correspondientes para el bienestar de los colaboradores y la empresa.

Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	Programar y ejecutar reuniones con expertos en el tema gestión de calidad.	Gerente/Administrador.	S/.3000.00 mensual	Local de la empresa, equipos de cómputo.	1 mes
2	Implementar la misión, visión.	Gerente/Administrador.	S/ 1800.00	Equipo de cómputo y materiales.	1 año
3	Determinar normas claras y plasmarlas en un lugar visible para que los colaboradores las conozcan y cumplan.	Gerente/Administrador.	S/.3500.00 mensual	Equipo de cómputo y materiales.	3 meses
4	Determinar un plan de capacitación.	Gerente/Administrador.	S/.5500.00 anual.	Local de la empresa, equipos de cómputo, audio y video, impresiones y copias, internet.	1 año

Fuente: elaborado por Carolina Mendoza Romero

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	Programar y ejecutar reuniones con expertos en el tema gestión de calidad.	Gerente/Administrador.	Local de la empresa, equipos de cómputo.	1 mes
2	Implementar la misión, visión.	Gerente/Administrador.	Equipo de cómputo y materiales.	1 año
3	Determinar normas claras y plasmarlas en un lugar visible para que los colaboradores las conozcan y cumplan.	Gerente/Administrador.	Equipo de cómputo y materiales.	3 meses
4	Determinar un plan de capacitación.	Gerente/Administrador.	Local de la empresa, equipos de cómputo, audio y video, impresiones y copias, internet.	1 año

Fuente: elaborado por Carolina Mendoza Romero

Cronograma de actividades

N°	Actividad	CALENDARIZACION 2022											
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agosto	Set	Oct	Nov	Dic
1	Programar y ejecutar reuniones con expertos en el tema gestión de calidad.												
2	Implementar la misión, visión.												
3	Determinar normas claras y plasmarlas en un lugar visible para que los colaboradores las conozcan y cumplan.												
4	Determinar un plan de capacitaciones .												

Fuente: elaborado por Carolina Mendoza Romero

VI. Conclusiones

6.1. Conclusiones

Se concluye en relación con la variable atención al cliente, que la mayoría de las mypes del rubro vigilancia privada realizan actividades de capacitación permanentemente como principal estrategia para garantizar un aceptable desempeño de su personal en las operaciones que realizan en las instalaciones y/o actividades de su alcance que contratan con sus clientes. Como aspectos a mejorar está el monitoreo del desempeño del personal y el establecimiento de protocolos de atención al público, que es donde se producen mayor número de falencias. Los planes de mejora deben ser comprendidos por todos los participantes para su efectividad.

Se concluye en relación con la variable gestión de calidad, que la implementación se basa a la adopción de los principios de la calidad, como el enfoque al cliente, mejora de procesos y uso de herramientas. Sin embargo, estas deben incidir en el análisis de los procesos y cumplimiento de planes de mejora. La dirección tiene dificultades de administrar con herramientas y técnicas, lo cual impacta en la satisfacción del cliente y canalización de las innovaciones que se identifican. Algunas carecen de misión y visión y falta orientación a alcanzar el valor agregado.

La presentación de la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad se ha basado en alternativas que permitirán generar una cultura de servicio, la cual será efectiva en la medida que se identifique la disposición del personal una actitud orientada al servicio.

Aporte del investigador:

Identificar la percepción y actitud del personal para el servicio al cliente, según ello diferenciar el nivel de contacto con el cliente o público.

Beneficio al cliente:

Brindar un servicio de vigilancia privada al cliente con la mejor disposición a dar soluciones dentro de las expectativas.

Referencias bibliográficas

- Acma (2021). *Boletín de Noticias de Seguridad*. Recuperado de <https://www.acmaseguridad.com.co/noticias/>
- Aliaga (2017). *Gestión de calidad bajo en enfoque de atención al cliente de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay, 2017*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Castañeda, R. (2018). *Caracterización de control interno de las micros y pequeñas empresas del sector servicio al Perú: Caso de la empresa "Seguridad y vigilancia privada Blingsegur S.R.L" Lima*. (Tesis inédita de posgrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4162/CONTROL_INTERNO_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_CASTANEDA_SANCHEZ_RICHARD_RENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cifuentes, B. (2015). *Definición de auditoría de servicio*. Recuperado de www.Dialnet-AuditoriaDelServicio-5204436.pdf
- Código de Ética Uladech (2021). *Código de ética para la investigación versión 004*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Cortes, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001: 2015)*. España: ICB, S.L.
- Cruz, Gonzáles, Olivares (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.
- D'Alessio (2018). *El proceso estratégico*. Centrum católica. 2da. Edición. Pearson.México

- Díaz, M. (2018). *Definición de herramientas de gestión*. Recuperado de: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/7100/Schwarz_Max_breve%20historia%20herramientas%20gestion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2015). *Administración y control de la calidad* (Novena; L. Cengage, Ed.). Mexico.
- Ferrero (2019). *Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de la empresa de seguridad Tacna S.A.C.* (Tesis inédita de posgrado). Universidad Privada de Tacna. Recuperado de: <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/797/1/Ferrero-Bouroncle-Dante.pdf>
- Flores (2020). *La seguridad y salud ocupacional como factor relevante de gestión de calidad y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro empresas de seguridad y vigilancia privada, Huaraz.* (Tesis inédita de posgrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19768/GESTION%20DE%20CALIDAD_MICRO%20PEQUE%C3%91AS%20EMPRESAS_FLORES_SANCHEZ_RUBEN_GERARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación; 6ta. Edición*.
- Hidalgo (2018). *Diseño e implementación de un sistema de gestión en control y seguridad (SGCS) Basc, en la empresa corporación industrial forestal S.A.C, Iquitos*, (Tesis inédita de posgrado) presentó en la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, recuperado de:

https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/5436/Wilber_Tesis_Titulo_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ISO 9001:2015 (2018). *Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001:2015*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Llamas, J. (2004). *Fundamentos de marketing*. México; Mc Graw-Hill.

López, H. (2016). *Definición de indicadores*. Recuperado de: <https://franquiciasdemexico.org.mx/como-te-ayudan-los-indicadores-de-servicio-al-cliente/>

Martínez, L. (2007). *Consideraciones Teóricas sobre la Atención al Cliente*, Universidad de la Habana. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cie>

Masgo (2021). *Propuesta de mejora del proceso de selección del personal como factor relevante para la gestión de calidad de las mypes sector servicio rubro seguridad y vigilancia privada del distrito de Huánuco, 2020*. (Tesis inédita de posgrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/20158/GESTION_CALIDAD_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_MASGO_AGUSTIN_MARILU.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mata, F. (2020). *Modelo Deming Prize de Gestión de calidad para la productividad de las Pymes Ecuatorianas*.

Mercado (2018). *Implementación de un plan estratégico para incrementar la rentabilidad en la empresa de seguridad integral y vigilancia privada Century S.A.C.* (Tesis inédita de posgrado). Universidad Cesar Vallejo, Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25265/mercado_ua.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mendoza (2018). *Gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las mypes del sector comercial, boutique para damas, distrito de Calleria, año 2018.* (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Morales (2018). *Plan estratégico de ventas de la empresa de seguridad privada Molopiseg Cía. Ltda. de la ciudad de Quito.* (Tesis inédita de pregrado).

Universidad Tecnológica Israel. Ecuador. Recuperado de:
<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1522>

Morales (2018). *Plan estratégico de ventas de la empresa de seguridad privada Molopiseg Cía. Ltda. de la ciudad de Quito.* (Tesis inédita de pregrado).

Universidad Tecnológica Israel. Ecuador. Recuperado de:
<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1522>

Obando(2020). *Elementos estratégicos de Responsabilidad Social Empresarial en empresas de vigilancia y seguridad privada de Santiago de Cali.* (Tesis inédita de posgrado). Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de:

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/35695/ObandoGalvisRamiro2019.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ortiz (2018). *Controles de seguridad según la norma ISO/IEC 27002:2013 para el mejoramiento de la gestión de seguridad de la información de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.* (Tesis inédita de posgrado). Universidad Agraria

de la Selva. Recuperado de:
https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1710/EAOM_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Risco (2018). *Implementación de un sistema de gestión por procesos para incrementar la productividad en la empresa seguridad integral y vigilancia privada*

Century S.A.C, 2018. (Tesis inédita de posgrado). Universidad Cesar Vallejo.

Recuperado de:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26242/risco_mk.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, L. (2019). *Definición de técnicas de mejora*. Recuperado de:

<https://www.ceupe.com/blog/que-son-las-tecnicas-de-mejora-de-la-calidad.html>

Rubio, N. (2017). *Definición de ciclo de servicio*. Recuperado de:

<https://psicologiaymente.com/organizaciones/ciclo-servicio-cliente>

Sánchez, R. (2016). Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad

ISO 9001:2015. Recuperado de: <http://repositorio.upct.es>

[/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1](http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1)

Sandoval (2019). *Propuesta de estructuración del capítulo 8.1 Planificación y control*

operacional del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo de

acuerdo con la iso 45001: 2018, en la esclusa de Miraflores ubicado en

Panamá. (Tesis inédita de posgrado). Universidad Católica de Colombia.

Recuperado de:

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24019/1/PROPUESTA%20DE%20ESTRUCTURACI%c3%93N%20DEL%20CAP%c3%8dTULO%208.1%20PLANIFICACI%c3%93N%20Y%20CONTROL%20OPERACIONA>

[L%20DEL%20SISTEMA%20DE%20G.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24019/1/PROPUESTA%20DE%20ESTRUCTURACI%c3%93N%20DEL%20CAP%c3%8dTULO%208.1%20PLANIFICACI%c3%93N%20Y%20CONTROL%20OPERACIONA)

[L%20DEL%20SISTEMA%20DE%20G.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24019/1/PROPUESTA%20DE%20ESTRUCTURACI%c3%93N%20DEL%20CAP%c3%8dTULO%208.1%20PLANIFICACI%c3%93N%20Y%20CONTROL%20OPERACIONA)

[L%20DEL%20SISTEMA%20DE%20G.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24019/1/PROPUESTA%20DE%20ESTRUCTURACI%c3%93N%20DEL%20CAP%c3%8dTULO%208.1%20PLANIFICACI%c3%93N%20Y%20CONTROL%20OPERACIONA)

Torres (2019). *Estructuración e implementación parcial del Sistema de Gestión de*

Seguridad y Salud en el Trabajo para la empresa Guerreros Seguridad Ltda.

(Tesis inédita de posgrado). Universidad Católica de Colombia. Recuperado

de:

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24509/1/ESTRUCTURACI%C3%93N%20E%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20PARCIAL%20DE%20SISTEMA%20DE%20GESTION%20DE%20SEGURIDAD%20Y%20SALUD%20EN%20EL%20TRABAJO.pdf>

Vera, A. (2018). *Definición de estrategias de calidad*. Fuente: https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/anales/v58_n1/ecalidad.htm

Villamil (2018). *Plan estratégico de mercadeo para seguridad privada TAC LTDA., en el sector residencial de Bogotá*. (Tesis inédita de posgrado)presento en la Universidad Libre (Bogotá, Colombia). Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15864/PROYECTO%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE AVANCE SEMANAS >>>	2021															
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inicio de clases		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Determinación del sector y rubro a estudiar.		X														
Título del proyecto de investigación.		X	X													
Elaboración de planteamiento de la investigación.			X	X	X											
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.			X	X	X	X										
Elaboración de Metodología de la investigación.			X	X	X	X										
Presentación de Proyectos de Investigación.				X	X	X	X									
Envío para revisión del Jurado							X	X								
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.								X	X	X						
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.								X	X	X	X					
Revisión de referencias bibliográficas, APA.				X	X	X	X	X	X	X	X					
Presentación del informe final de investigación.									X	X	X					
Revisión turnitin.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Elaboración de artículo científico y diapositivas.												X	X	X		
Prebanca														X		
Levantamiento observaciones Jurado														X	X	
Sustentación del informe final.																X
Entrega de Empastado y Acta																X
Cierre de Taller																X

Fuente: elaborado por Carolina Mendoza Romero

2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
· Cuaderno	55	1	55.00
· Folder - docena	12	1	12.00
· Fotocopias	0.1	220	22.00
· Papel bond A-4 (500 hojas)	12	2	24.00
· Lapiceros	4	5	20.00
· USB	26	2	52.00
Servicios			
· Internet (horas)	1	330	330.00
· Uso de Turnitin	100	1	100.00
· Taller co-curricular / Taller de titulación	3100	1	3100.00
Sub total			3,715.00
Gastos de viaje			
Movilidad (ida y vuelta)	10	15	150.00
Alimentación	15	14	210.00
Sub total			360.00
Total de presupuesto desembolsable			4,075.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University)	40	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			4,727.00

Fuente: elaborado por Carolina Mendoza Romero

3. Instrumento



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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: Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro vigilancia privada, del distrito de Callería, Pucallpa, 2021, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 23 ítems, los cuales miden las dimensiones de las variables comercialización y gestión de calidad. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

INFORMACIÓN GENERAL	
1. Rango de edad a) 18 – 25 años b) 26 – 50 años c) 51 a más años	4. Cargo que desempeña a) Gerente b) Administrador c) Empleado
2. Género a) Femenino b) Masculino	5. Tiempo en el cargo a) 0 a 5 años b) 6 a 10 años c) 11 a más años
3. Grado de instrucción a) Primaria b) Secundaria c) Técnica y/o Superior universitaria	

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

N°	Variable: Atención al cliente					
D1: Capacitación						
6	¿Se tiene a disposición instrumentos de capacitación con orientación al cliente?					
7	¿Se tiene un plan de capacitación?					
8	¿Se realiza el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo?					
D2: Atención a quejas y sugerencias						
9	¿Existen protocolos difundidos en la organización?					
10	¿Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias?					
11	¿Se evalúa las acciones de mejora?					
D3: Nivel de servicio						
12	¿Se ejecuta el plan de mejora de nivel de servicio?					
13	¿El servicio de post venta garantiza un nuevo ciclo de venta?					
14	¿Se cumple la promesa de servicio al cliente?					

N°	Variable: Gestión de calidad					
D1: Mejora de proceso						
15	¿Se realiza análisis de los procesos?					
16	¿Se plantean propuestas para mejora?					
17	¿Se aplican los planes?					
D2: Herramientas						
18	¿Se conoce el uso de técnicas para administrar?					
19	¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?					
20	¿La Innovación es parte de mejora de los procesos?					
D3: Participación						
21	¿Las funciones están alineadas a la misión y visión?					

22	¿La Supervisión es eficaz?					
23	¿Existe orientación a lograr valor agregado?					

Fuente: elaborado por Carolina Mendoza Romero

4. Cuadro de sondeo

	RAZON SOCIAL	DIRECCION	Distrito
1	AQP Security S.A.C.	Jr. Libertad 321 Mz: 97A Lt: 10	Callería
2	Morgan del Oriente SAC	Pasaje San Miguel 141 Mz: A Lt: 06	Callería
3	Strong Tower S.A.C	Jr. Tacna 328 Mz: 54 Lt: 4C	Callería
4	Espartaco Security S.A.C	Jr. Alfredo Eglinton Mz: D Lt: 4	Callería
5	M.R.G. Security S.A.C.	Jr. Sinchi Roca 506 Mz: 17 Lt: 15	Callería
6	Vicmer del Oriente S.A.C	Jr. Salaverry 216 Mz: 140 Lt: 04	Callería
7	Servicio del vigilancia privada Triple R S.A.C	Av. México 220 Mz: 370 Lt: 05	Callería
8	Corporación privada de seguridad Los Halcones SAC	Av. Amazonas 1199 Mz: C Lt: 1	Callería
9	V.P. Security S.A.C	Psje 17 de julio 142 Mz: L Lt: 22	Callería
10	Sniper Security S.A.C.	Jr. Tiahuanaco 131 Mz: D Lt: 12	Callería
11	Proseguridad S.A.	Jr. Augusto B. Leguía 414 Mz: 201 Lt: 13A	Callería
12	Halcones security company S.A.C.	Jr. Augusto B. Leguía 480 Mz: 201 Lt: 9B	Callería
13	Empresa de seguridad, vigilancia y control S.A.C	Callar Nazareno 170 Mz: M Lt: 17	Callería
14	Evaz security S.A.C.	Jr. Atahualpa 534 Mz: 98 Lt: 14-A1	Callería
15	Empresa De Seguridad G Y G Proteccion Maxima S.A.C.	Jr. Julio C. Arana 314	Callería
16	Géminis Security SA	Jr. Sinchi Roca 172	Callería
17	Agencia de Seguridad Señor de los Milagros	Jr. Libertad N° 321	Callería
18	Rodriz Seguridad Integral SRL	Av. San Martin, 463	Callería
19	Grupo Pucallpa Servicios Generales S.R.L	2 Piso Oficina N°2, Saenz Peña 127	Callería

Fuente: Municipalidad Provincial de Coronel Portillo

5. Tabulaciones

Rango de edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 25 años	1	5,3	5,3	5,3
	De 29 a 50 años	11	57,9	57,9	63,2
	De 51 a más años	7	36,8	36,8	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	2	10,5	10,5	10,5
	Masculino	17	89,5	89,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Grado de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Técnico	3	15,8	15,8	15,8
	Universitario	16	84,2	84,2	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Cargo que desempeña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gerente	11	57,9	57,9	57,9
	Administrador	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Tiempo en el cargo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 0 a 5 años	4	21,1	21,1	21,1
	De 6 a 10 años	10	52,6	52,6	73,7
	De 11 a más años	5	26,3	26,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se tiene a disposición instrumentos de capacitación con orientación al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	10,5	10,5	10,5
	Casi siempre	6	31,6	31,6	42,1
	Siempre	11	57,9	57,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se tiene un plan de capacitación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	10,5	10,5	10,5
	Algunas veces	1	5,3	5,3	15,8
	Casi siempre	1	5,3	5,3	21,1
	Siempre	15	78,9	78,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se realiza el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	5,3	5,3	5,3
	Casi siempre	5	26,3	26,3	31,6
	Siempre	13	68,4	68,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Existen protocolos difundidos en la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	5,3	5,3	5,3
	Casi siempre	7	36,8	36,8	42,1
	Siempre	11	57,9	57,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	6	31,6	31,6	31,6
	Siempre	13	68,4	68,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se evalúa acciones de mejora?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	4	21,1	21,1	21,1
	Siempre	15	78,9	78,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se ejecuta el plan de mejora de nivel de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	10,5	10,5	10,5
	Algunas veces	5	26,3	26,3	36,8
	Casi siempre	4	21,1	21,1	57,9
	Siempre	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿El servicio de post venta garantiza un nuevo ciclo de venta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	10,5	10,5	10,5
	Casi siempre	2	10,5	10,5	21,1
	Siempre	15	78,9	78,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se cumple la promesa de servicio al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	5,3	5,3	5,3
	Algunas veces	1	5,3	5,3	10,5
	Casi siempre	4	21,1	21,1	31,6
	Siempre	13	68,4	68,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se realiza análisis de los procesos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	5,3	5,3	5,3
	Algunas veces	3	15,8	15,8	21,1
	Casi siempre	7	36,8	36,8	57,9
	Siempre	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se plantean propuestas para mejora?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	10,5	10,5	10,5
	Casi siempre	7	36,8	36,8	47,4
	Siempre	10	52,6	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se aplican los planes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	4	21,1	21,1	21,1
	Casi siempre	3	15,8	15,8	36,8
	Siempre	12	63,2	63,2	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se conoce el uso de técnicas para administrar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	3	15,8	15,8	15,8
	Casi siempre	5	26,3	26,3	42,1
	Siempre	11	57,9	57,9	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	2	10,5	10,5	10,5
	Algunas veces	9	47,4	47,4	57,9
	Casi siempre	3	15,8	15,8	73,7
	Siempre	5	26,3	26,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿La Innovación es parte de mejora de los procesos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy pocas veces	3	15,8	15,8	15,8
	Algunas veces	6	31,6	31,6	47,4
	Casi siempre	7	36,8	36,8	84,2
	Siempre	3	15,8	15,8	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Las funciones están alineadas a la misión y visión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	3	15,8	15,8	15,8
	Casi siempre	2	10,5	10,5	26,3
	Siempre	14	73,7	73,7	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿La Supervisión es eficaz?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	3	15,8	15,8	15,8
	Casi siempre	9	47,4	47,4	63,2
	Siempre	7	36,8	36,8	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

¿Existe orientación a lograr valor agregado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	31,6	31,6	31,6
	Casi siempre	4	21,1	21,1	52,6
	Siempre	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

6. Figuras

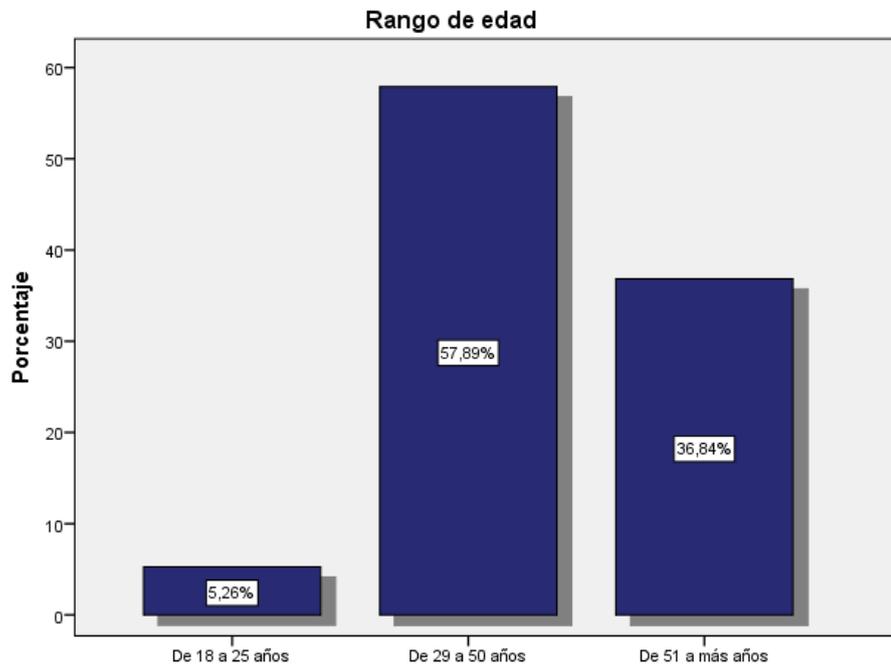


Figura 1. Rango de edad del trabajador

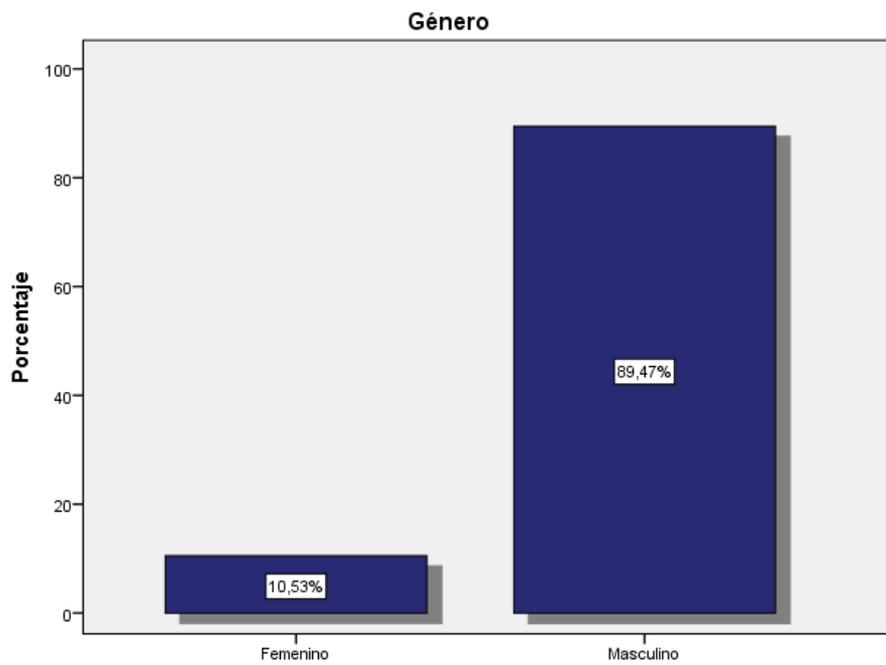


Figura 2. Género

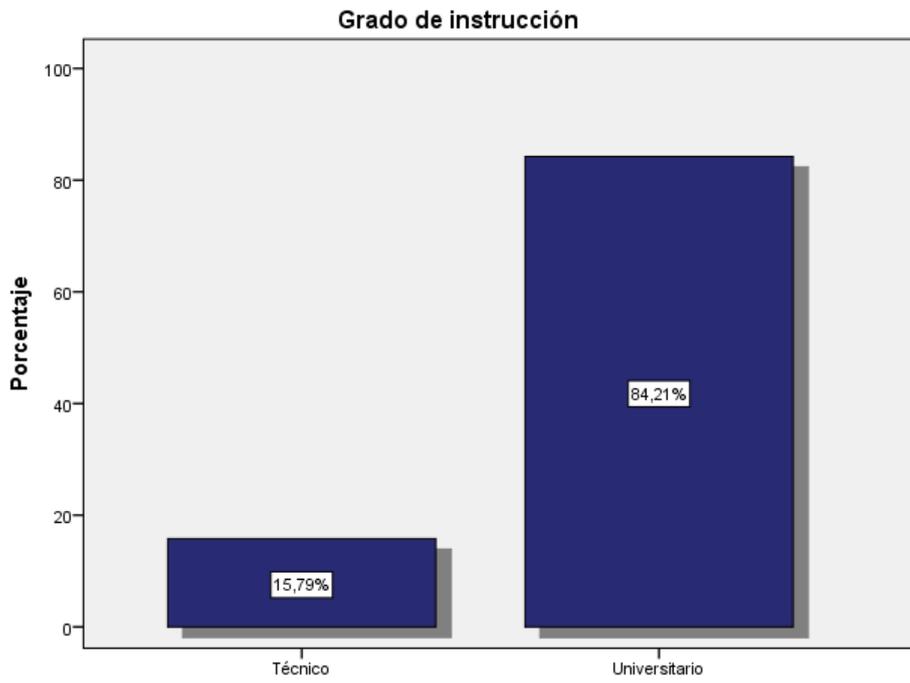


Figura 3. Grado de instrucción

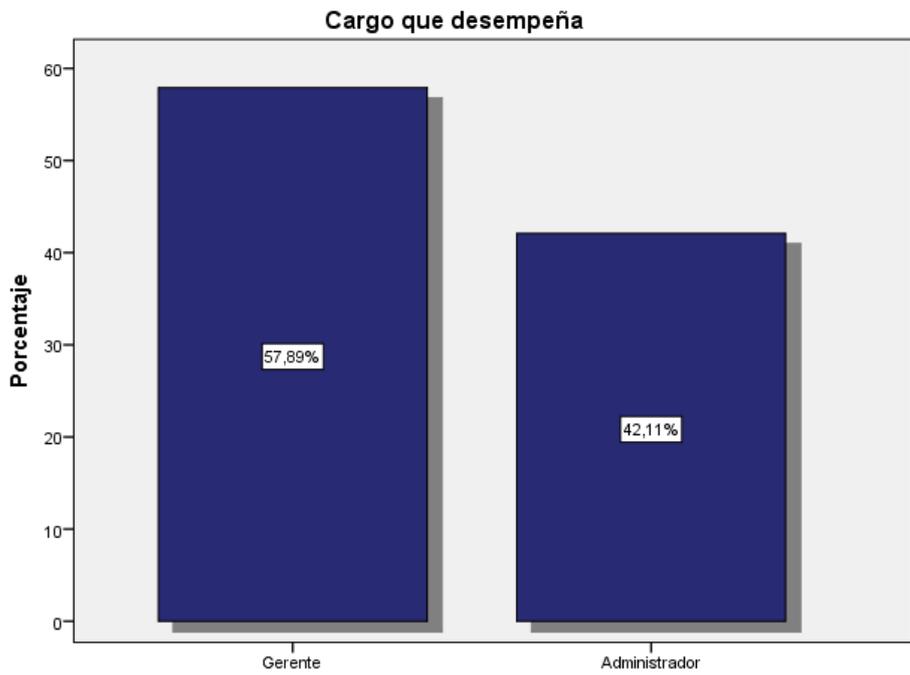


Figura 4. Cargo que desempeña

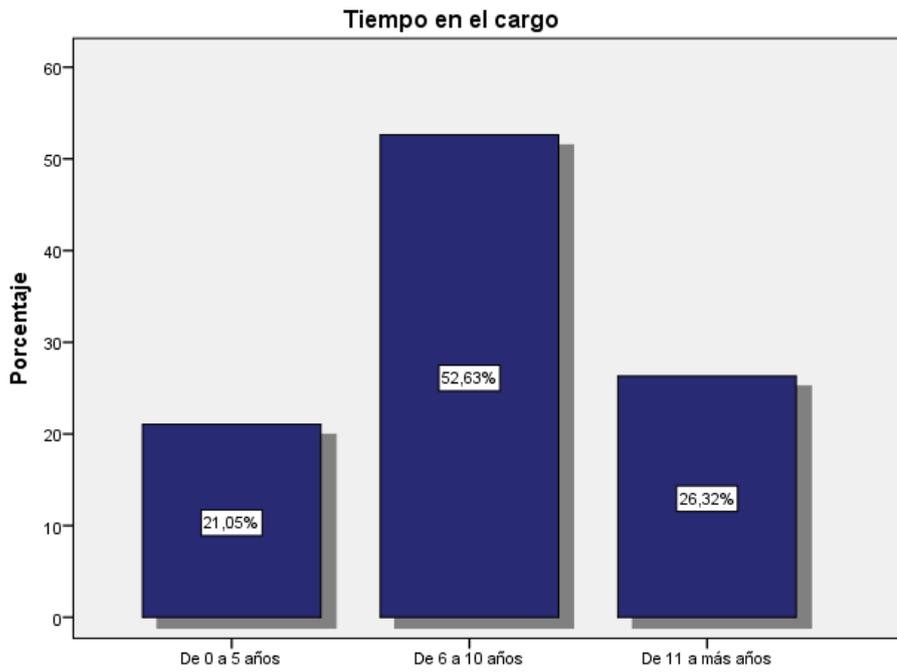


Figura 5. Tiempo en el cargo

¿Se tiene a disposición instrumentos de capacitación con orientación al cliente?

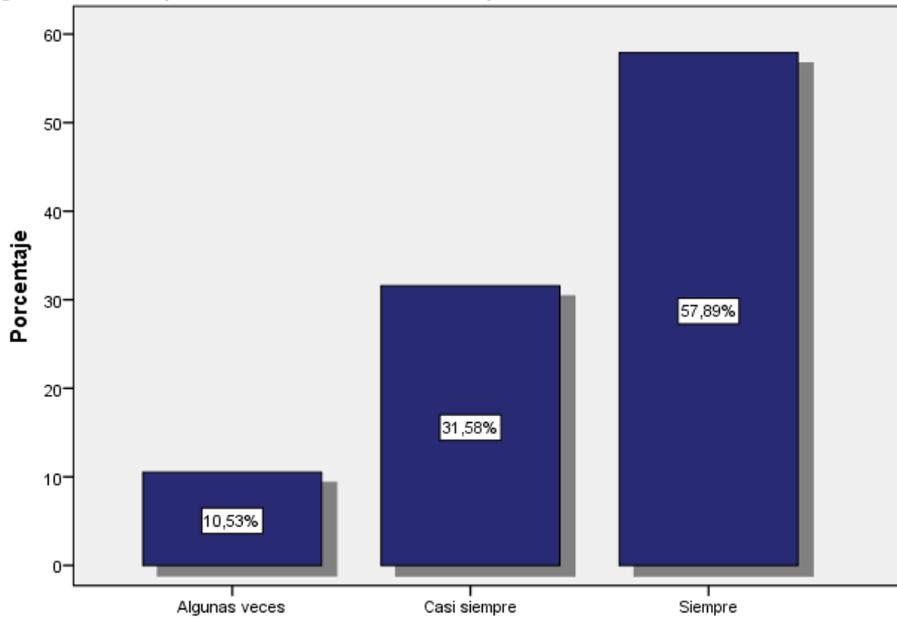


Figura 6. Disposición a instrumentos de capacitación

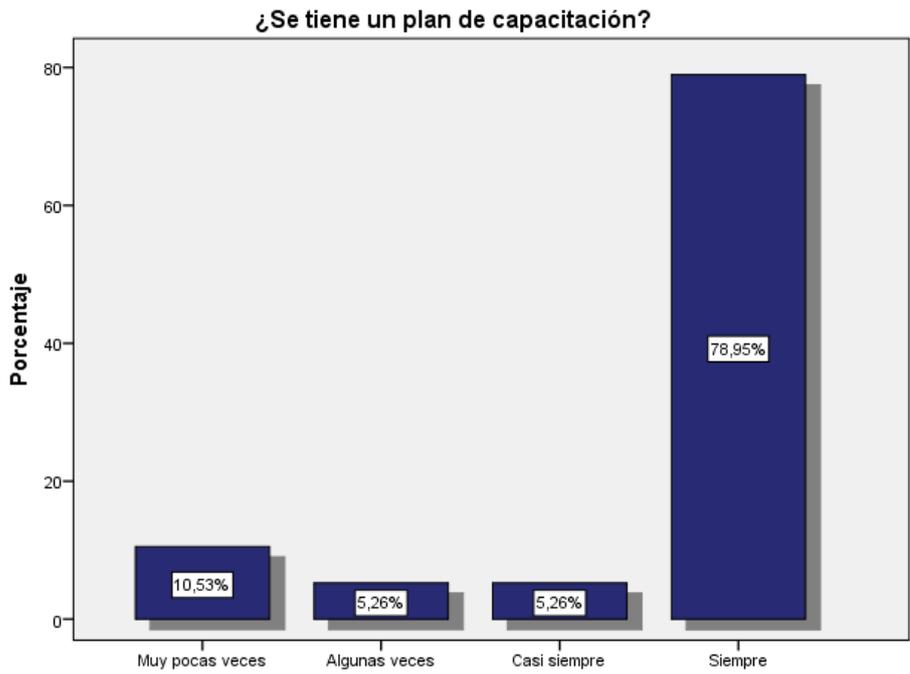


Figura 7. Disposición a plan de capacitación

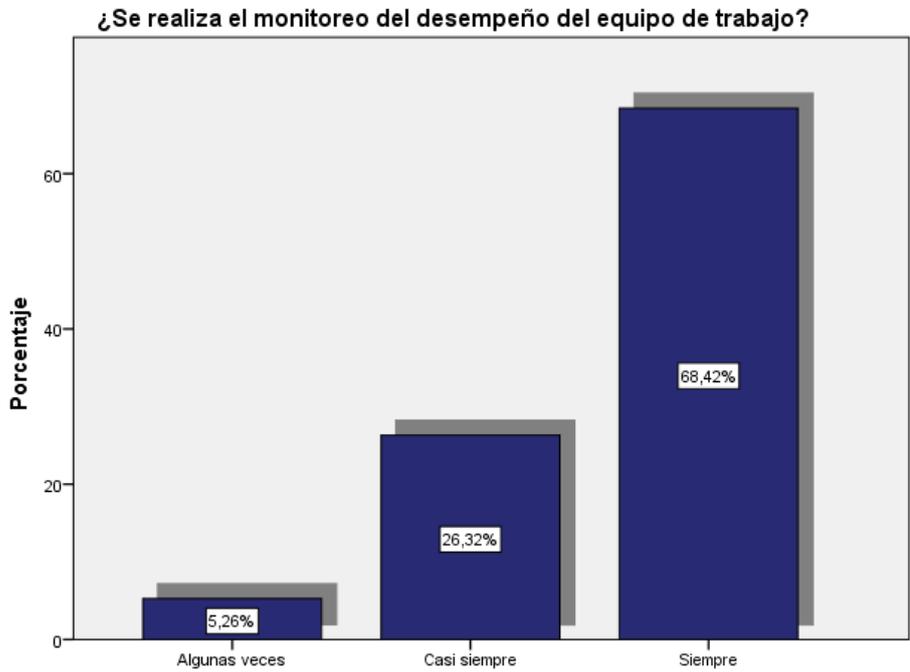


Figura 8. Monitoreo del desempeño del equipo de trabajo



Figura 9. Conocimiento de protocolos de atención

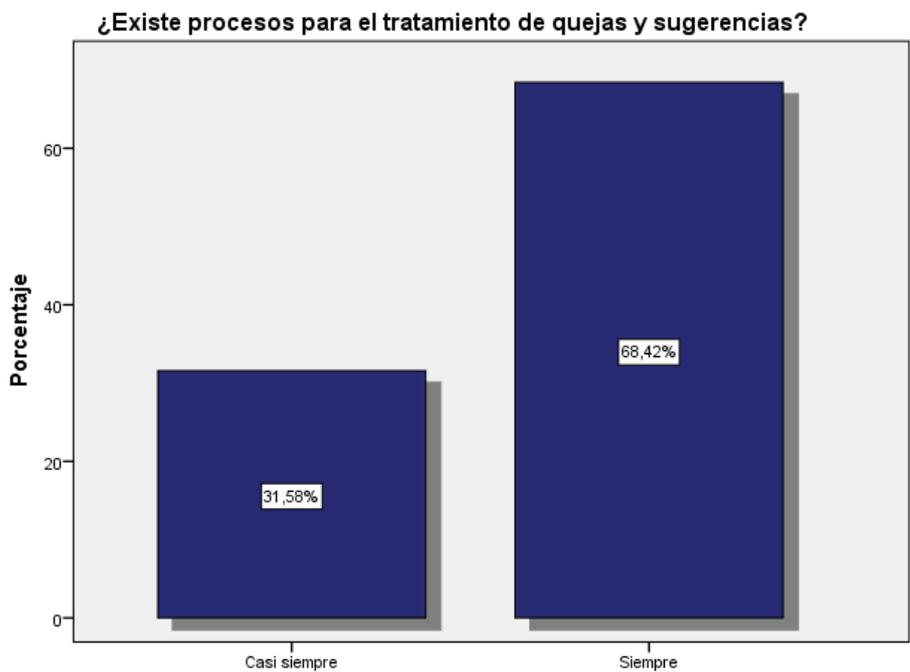


Figura 10. Proceso de tratamiento a quejas y sugerencias

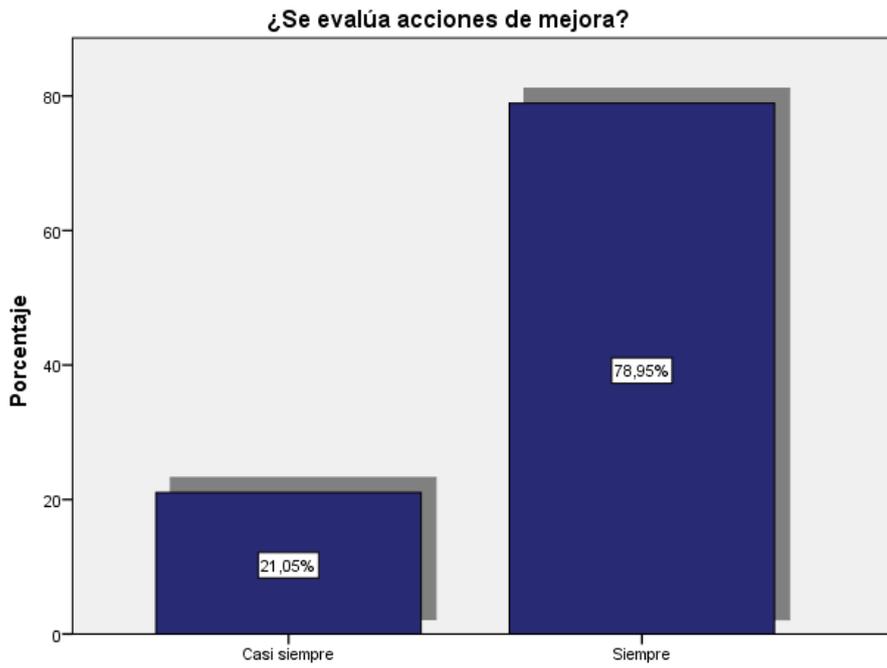


Figura 11. Se evalúa efectividad de acciones de mejora

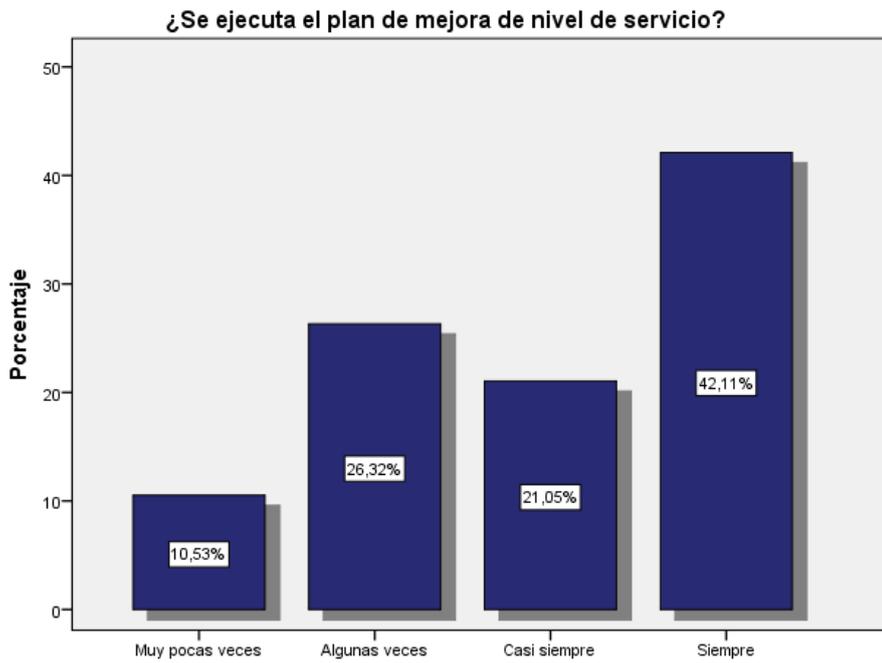


Figura 12. Ejecución de plan de mejora de nivel de servicio

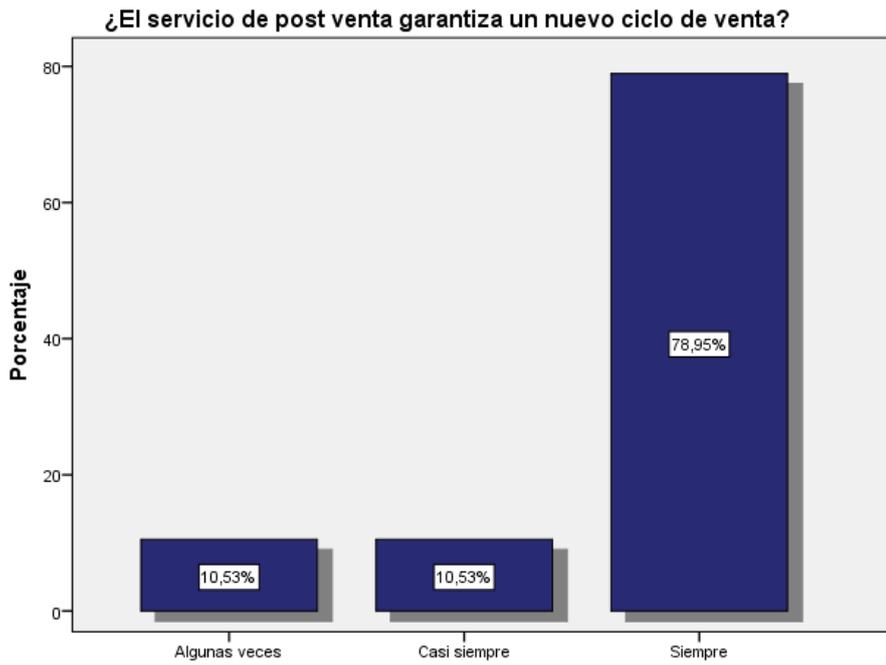


Figura 13. Efectividad del servicio post venta

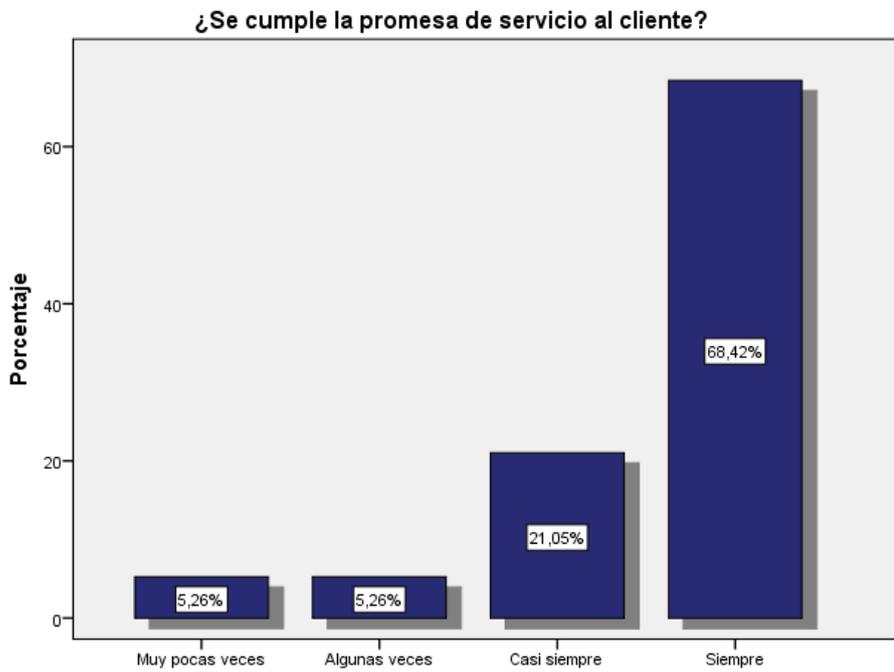


Figura 14. Cumplimiento de promesa de servicio al cliente

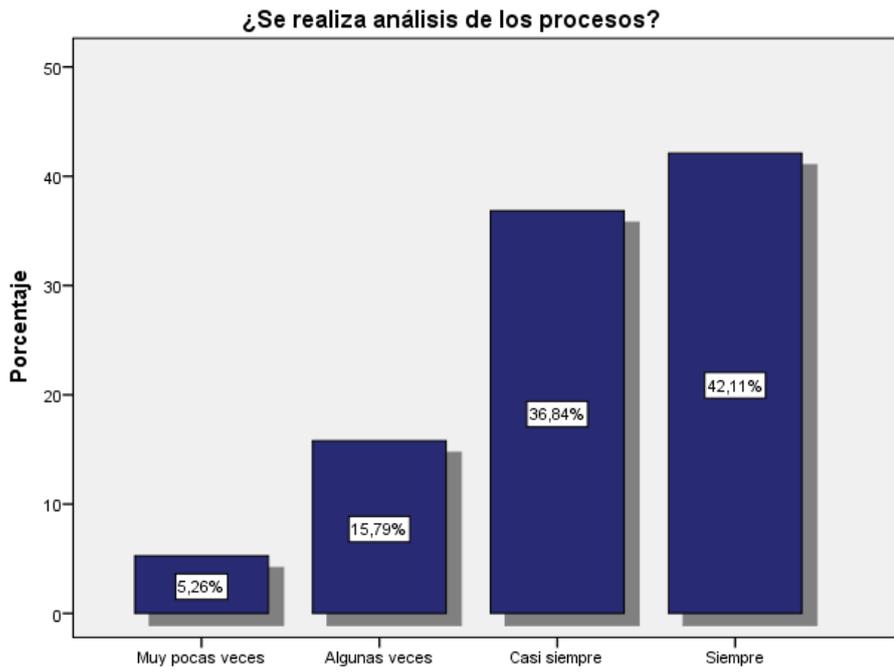


Figura 15. Análisis de procesos

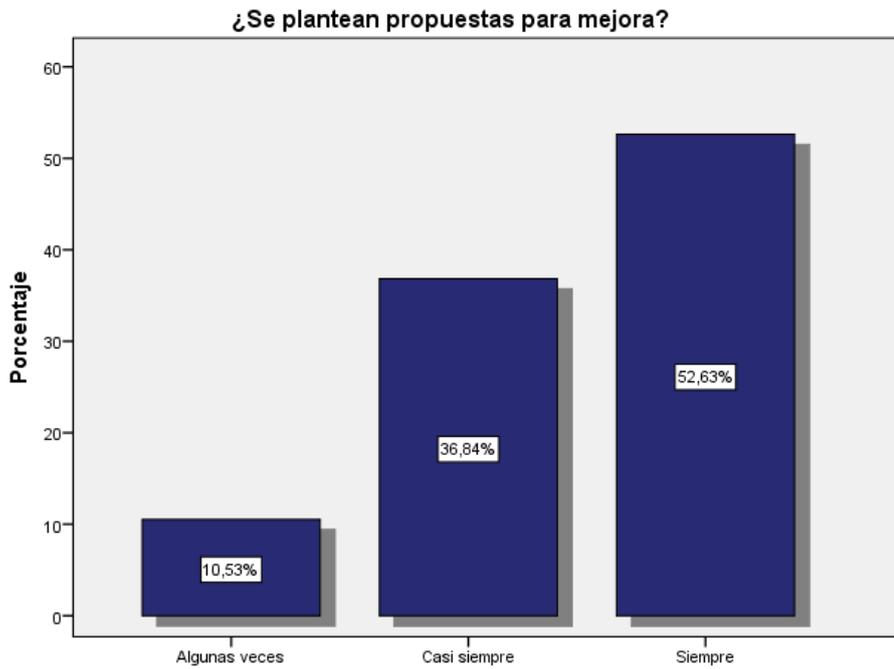


Figura 16. Planteamiento de propuestas de mejora

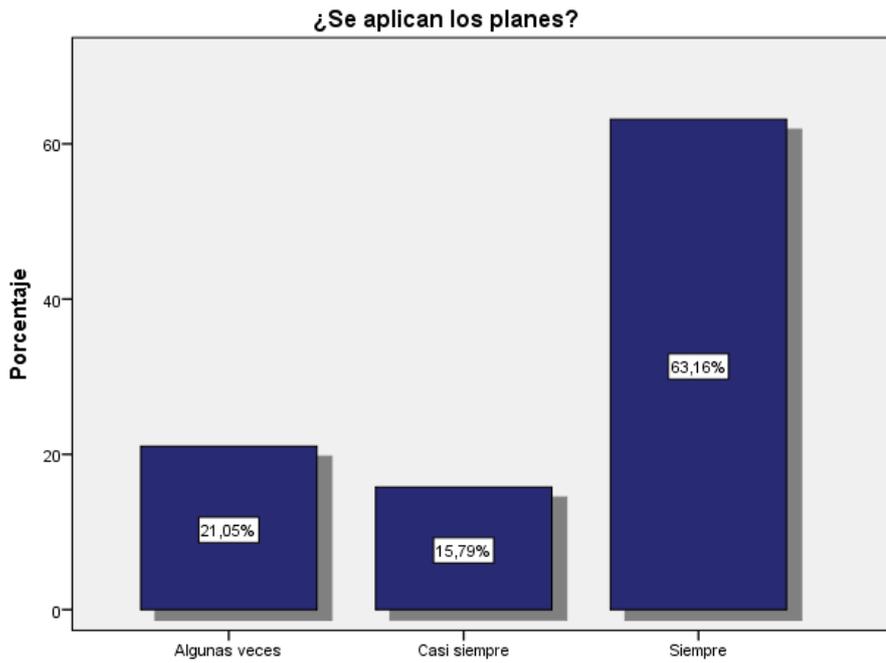


Figura 17. Ejecución de planes

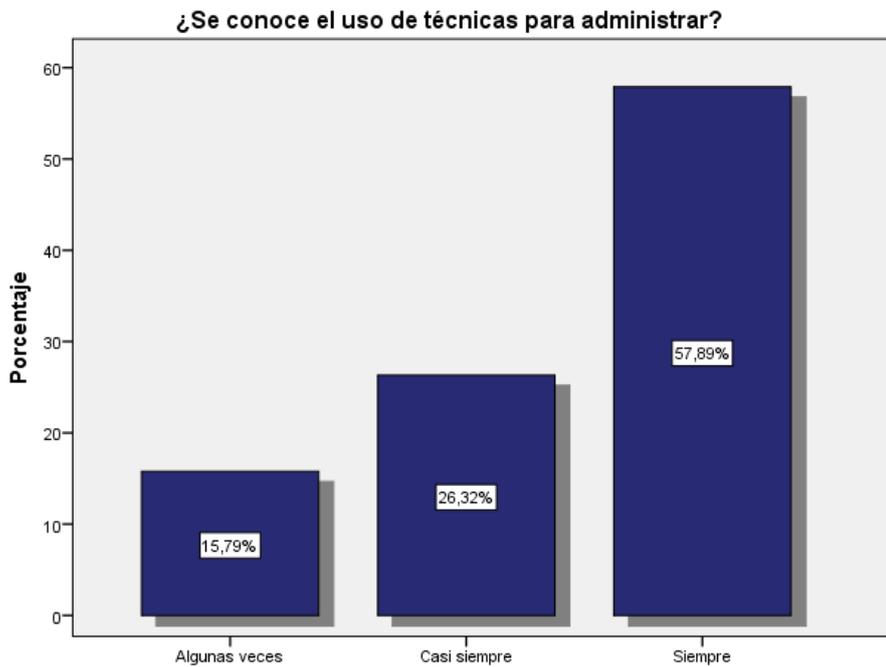


Figura 18. Uso de técnicas de administración

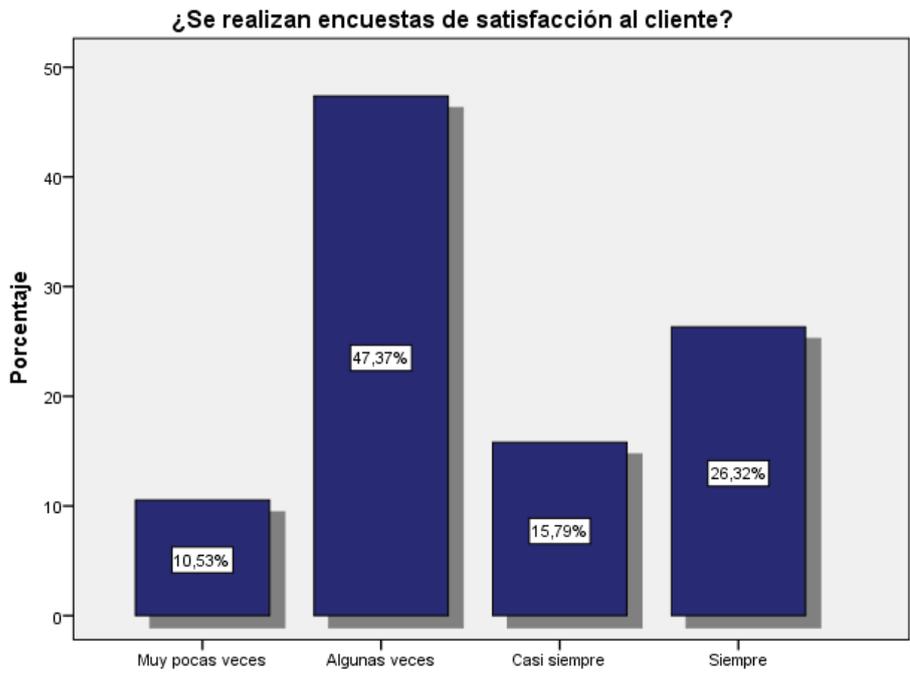


Figura 19. Aplicación de encuestas de satisfacción

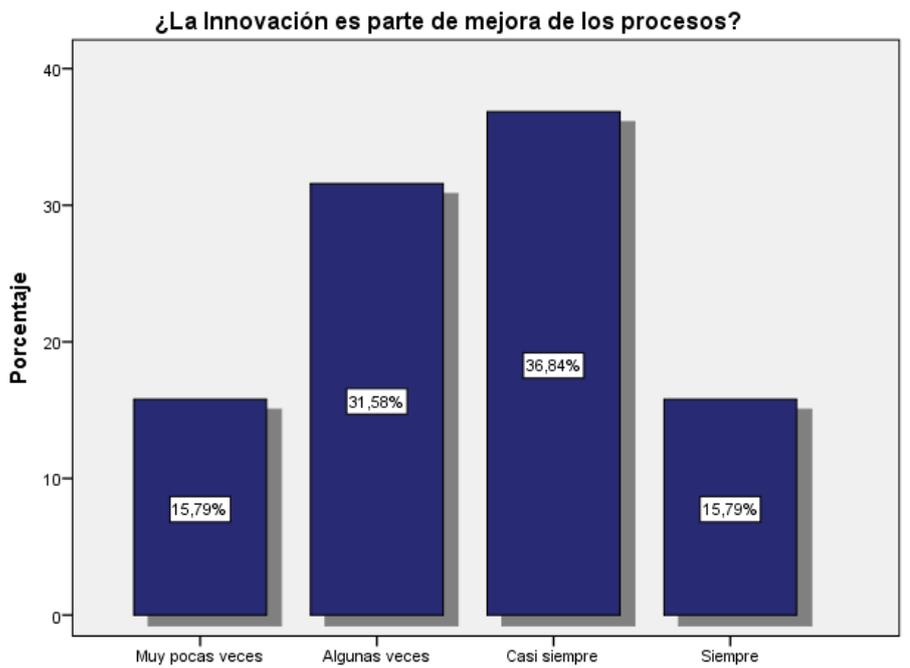


Figura 20. Innovación en los procesos

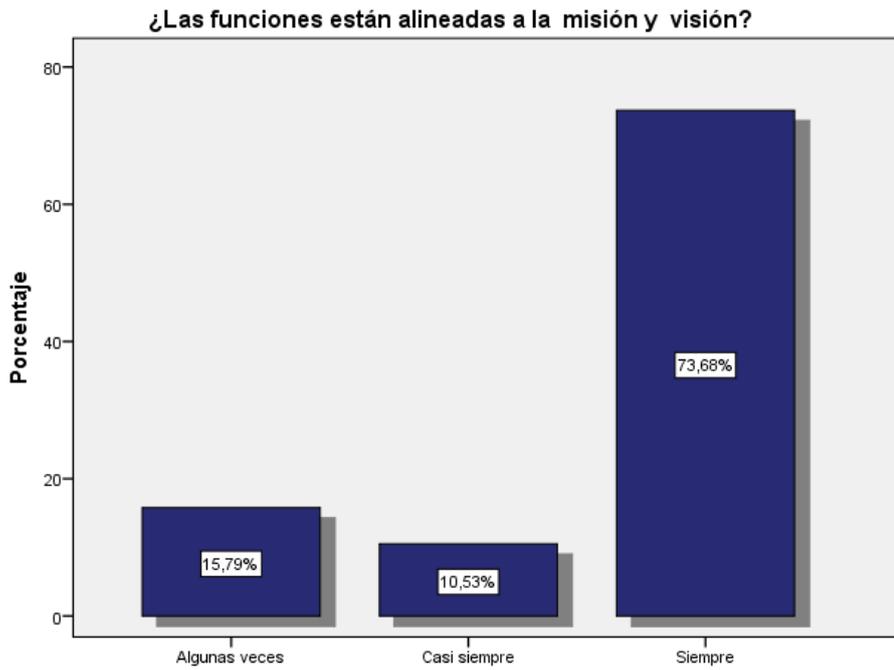


Figura 21. Alineamiento a misión y visión

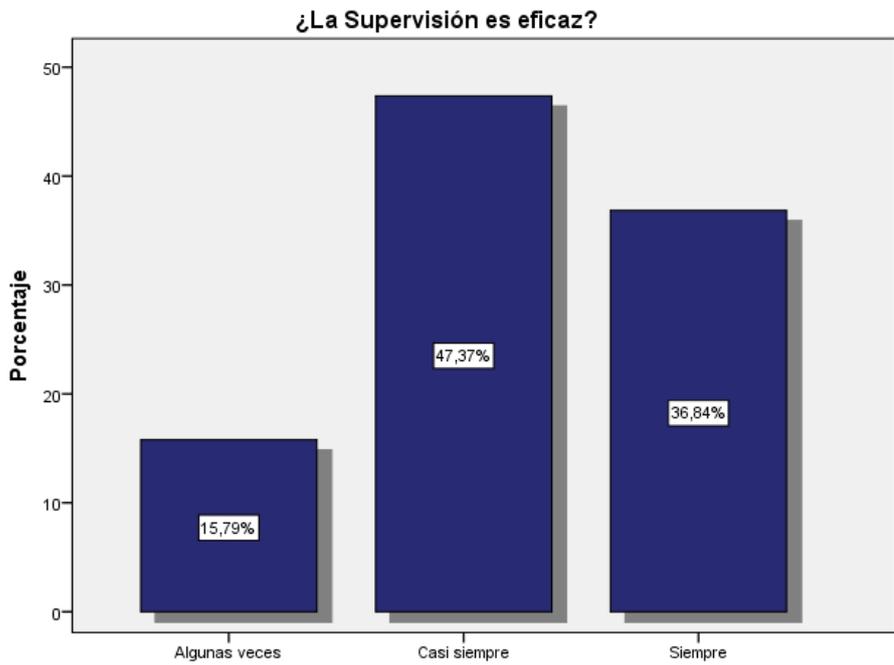


Figura 22. Efectividad de supervisión

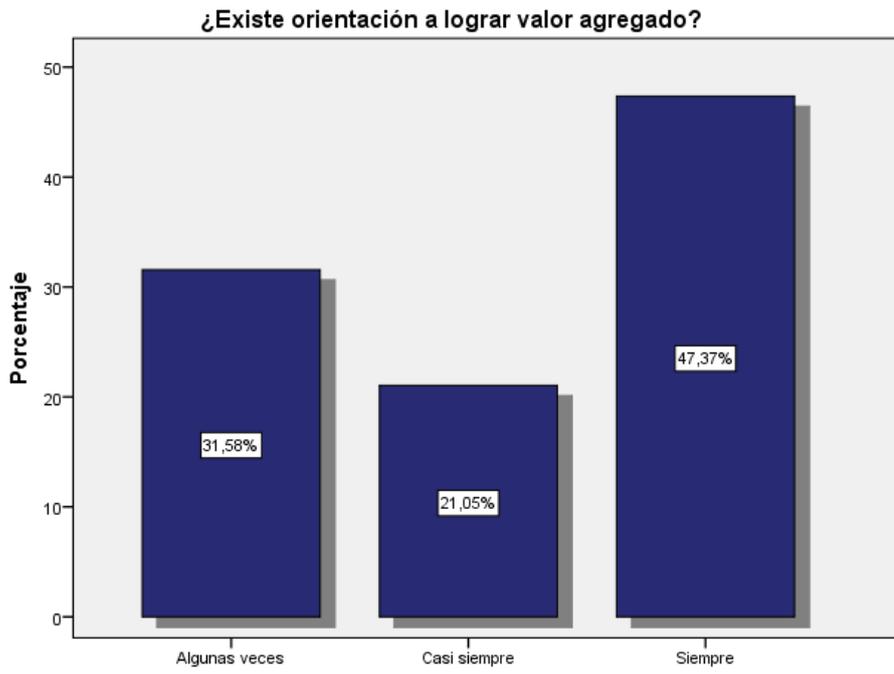


Figura 23. Orientación a valor agregado

