



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIO
RUBRO HOTELES EN EL DISTRITO DE COISHCO,
PROVINCIA DEL SANTA, 2022

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

SEGURA VIERA, MADELEY NATALI

ORCID 0000-0002-7014-6748

ASESOR:

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE- PERÚ

2022

Equipo de trabajo

Autor

SEGURA VIERA, MADELEY NATALI

ORCID 0000-0002-7014-6748

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

Asesor

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

Jurado

ROSILLO DE PURIZACA, MARÍA DEL CARMEN

ORCID 0000-0003-2177-5676

SALINAS GAMBOA, JOSÉ GERMAN

ORCID 0000-0002-8491-0751

MINO ASECIO, MARÍA ISABEL

ORCID 0000-0003-1132-2243

Hoja de firma de jurado

Mgtr. Rosillo de Purizaca María del Carmen
Presidente

Mgtr. Salinas Gamboa José Germán
Miembro

Mgtr. Mino Asensio María Isabel
Miembro

Agradecimiento

En primer lugar, dar gracias a Dios creador por otorgarme un día más de vida y por darme la fortaleza necesaria para seguir en mi día a día.

A mis padres:

Joiler y Johany, así como también a mi mamita Alejandrina y mi hermana Belén, por el afecto que me brindan a diario, por estar siempre apoyándome y dándome el aliento necesario para seguir avanzando en este largo camino.

A mi asesor:

Por la paciencia y el apoyo que me brindó para lograr culminar mi tesis

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022; teniendo la siguiente problemática ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022?. La investigación fue de tipo cuantitativo con un diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población que se recolecto fue de 10 micro y pequeñas empresas hoteleras de las cuales se tomó como muestra 7 micro y pequeñas empresas para realizar dicha investigación, la información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. Se obtuvo los siguientes resultados: el 71.43% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 85.72% de los representantes son dueños; el 85.72% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores laborando; el 57.14% de los representantes tienen conocimiento sobre gestión de calidad, el 42.86% de los trabajadores tiene poca iniciativa para realizar sus labores, el 85.72% usa la comunicación como herramienta para un buen servicio, el 42.85% de los representantes confirman que la falta de capacitaciones es factor para una mala atención, el 45.45% de los representantes respondieron que la fidelización de sus clientes es un resultado de dar un buen servicio.

Palabra claves: atención, calidad, cliente, comunicación, gestión, mype.

Abstrac

The general objective of this research work was: To determine the characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the hotel service sector, in the district of Coishco, province of Santa, 2022; having the following problem: What are the main characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the hotel service sector in the district of Coishco, province of Santa, 2022? The research was of a quantitative type with a non-experimental - cross-sectional - descriptive design, the population that was collected was 10 micro and small hotel companies, of which 7 micro and small companies were taken as a sample to carry out said investigation, the information was obtained through the polling technique. The following results were obtained: 71.43% of the representatives are between 31 and 50 years old, 85.72% of the representatives are owners; 85.72% of the micro and small companies have from 1 to 5 workers working; 57.14% of the representatives have knowledge about quality management, 42.86% of the workers have little initiative to carry out their tasks, 85.72% use communication as a tool for good service, 42.85% of the representatives confirm that the lack of training is a factor for poor service, 45.45% of the representatives responded that customer loyalty is a result of providing good service.

Keywords: attention, quality, client, communication, management, mype.

CONTENIDO

Equipo de trabajo	ii
Agradecimiento.....	iv
Resumen	v
I. Introducción	1
II. Revisión de la literatura.....	6
a. Antecedentes.....	6
b. Bases teóricas de la investigación.....	14
c. Marco conceptual	25
III. Hipótesis	27
IV. Metodología	28
4.1. Diseño de la investigación.....	28
4.2. Población y muestra	29
4.3. Definición y operalización de variables.....	30
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
4.5. Plan de análisis.....	33
4.6. Matriz de consistencia.....	34
4.7. Principios éticos	35
V. Resultados	36
5.1. Tablas.....	36
5.2. Plan de mejora.....	42
5.3. Análisis de resultados.....	49
VI. Conclusiones	55
Recomendaciones.....	56
VII. Referencias Bibliográficas	57
Anexos	60
Anexo 1: figuras.....	60
Anexo 2: Validación de encuesta	72
Anexo 3: Cronograma de Actividades.....	73
Anexo 4: Presupuesto.....	74

Índice de tablas y gráficos

Tablas

N° páginas

Tabla 1: características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022.....36

Tabla 2: características de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa,2022.....37

Tabla 3: características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa,2022.....38

Gráficos

Acerca del gerente y/o representante

Figura 1: edad del representante.....60

Figura 2: género del representante.....60

Figura 3: grado de instrucción del representante.....61

Figura 4: cargo dentro de la empresa.....61

Figura 5: tiempo que desempeña en el cargo.....62

Acerca de las micro y pequeñas empresas

Figura 6: años de permanencia en el mercado.....	62
Figura 7: números de trabajadores.....	63
Figura 8: relaciones con familiares.....	63
Figura 9: objetivo de creación.....	64

Acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing

Figura 10: conocimiento sobre la gestión de calidad.....	65
Figura 11: conocimiento de técnicas de gestión de calidad.....	65
Figura 12: dificultad de los trabajadores.....	66
Figura 13: técnicas para medir el rendimiento.....	66
Figura 14: contribución de la gestión de calidad.....	67
Figura 15: gestión de calidad para alcanzar objetivo y metas.....	67
Figura 16: conocimiento del término atención al cliente.....	68
Figura 17: aplicación de gestión de calidad en atención al cliente.....	68
Figura 18: importancia de la atención al cliente.....	69
Figura 19: herramientas para un servicio de calidad.....	69
Figura 20: factores para la calidad de servicio.....	70
Figura 21: calificación de la atención brindada al cliente.....	70

Figura 22: motivos de mala atención al cliente.....71

Figura 23: resultados logrados por una buena atención al cliente.....71

I. Introducción

Hoy en día las micro y pequeñas empresas son muy importantes en el desarrollo del país, debido a que mantiene el empleo de los ciudadanos en actividad constante y también por la cantidad de establecimiento y empresas que se han ido incrementando de manera rápida.

Por su participación aportada a lo largo del país, las MYPES contribuyen considerablemente en el desarrollo económico, es por ello que el sector servicio debe mejorar su productividad, competitividad y calidad de trabajo. El tener clientes estables es de suma importancia para que las mypes sigan compitiendo dentro del mercado, debido a que los clientes al tener más opciones de compras y servicio se vuelven más exigentes y a la misma vez electivos, ya que buscan un mejor producto acompañado de un buen servicio.

El Perú se ha convertido en los últimos años en un país generador de empleo, por ellos se puede decir que tendrá que enfrentarse a nuevos retos. Para el año 2025, alrededor de 8 millones de turistas internacionales habrán llegado al Perú y el ingreso de divisas por turismo receptivo será de alrededor de 9000 millones de dólares que generaran alrededor de 1,5 millones de empleos en el sector turismo. (PROMPERU, 2017)

El estado de Chile hace más factible la constitución, formalización y el desarrollo de todas las micro y pequeñas empresas, de esta manera da oportunidades de que los pequeños empresarios puedan expandirse, haciendo uso de su creatividad y desarrollando sus conocimientos.

El rubro hotelero es una de las mypes que ha dado mucho que hablar, pues han ido posicionándose de tal manera que se han convertido en parte fundamental del desarrollo

económico de la sociedad, gracias a una alta demanda en el mercado debido al turismo y los viajes constantes.

La extensión que ha tenido el rubro hotelero es muy notoria en el Perú, debido al competente mercado ofrece distintos servicios tratando de cubrir las necesidades del cliente, un ejemplo claro son los hoteles de 4 y 5 estrellas, pues estos han ido poco a poco evolucionando de manera notoria.

“El 60% de la compra se define con un buen servicio al cliente” (Inga, 2017). Esta es una cifra de suma importancia debido a que se puede evidenciar que el cliente se siente completo con su compra recibiendo un buen servicio.

Si bien es cierto lo más posible es que en un hotel haya distintos tipos de clientes y estos pueden acercarse al establecimiento por diferentes inquietudes, sean familiares, laborales, turísticos, etc; sea cual sea la inquietud, la calidad de servicio brindado es importante para convertir la experiencia en una vivencia satisfactoria o incómoda, dado a que el cliente llega con un motivo y espera que la atención brindada en el hospedaje cubra sus expectativas. Entonces para que un cliente vuelva al hospedaje dependerá mucho de la calidad de servicio brindado, los hoteles deben prestar suma atención al servicio que brindan, sea el caso de incorporar nuevas estrategias, mejorar el lenguaje verbal y no verbal en la atención, realiza promociones o paquetes y contar con las herramientas necesarias para una atención de calidad. procedimiento

Cabe destacar que, el brindar calidad de servicio no es un fácil, detrás de un equipo hotelero que brinda este servicio existe una preparación, por ello, los gerentes, recursos humanos o el personal encargado debe comprender que antes de pensar en el cliente, debe

pensar en el colaborador, pues es este quien atraerá al cliente, el recurso humano del hotel es el encargado de fidelizar clientes y para ello, los colaboradores deben estar sumamente preparados.

Para las empresas hoteleras Coishqueña, el hecho de estar en un ambiente sumamente competitivo debido a la progresión de tecnología y la globalización, el otorgar un servicio de calidad debe ser de suma importancia, para la perspectiva de sus clientes.

En el distrito de Coishco, lugar en donde la investigación fue desarrollada, existen muchas micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hotelero, que no tienen conocimiento de la gestión de calidad y que desconocen sobre herramientas que van de la mano con la atención al cliente, no solo se trata de que las mypes brinden un buen servicio, también entra a detallar el cubrir o superar las expectativas del cliente acerca de que tan bueno es el servicio, de esa manera se obtendrán clientes satisfechos.

Por lo dicho anteriormente el título de la problemática fue: **¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles en el distrito de Coishco, provincia de Santa, 2022?**, se tuvo como objetivo general el de determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022; para ello se plantearon los siguientes objetivos específicos; determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022, determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022, determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas

empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022
y elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y
pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del
Santa, 2022

En un mundo globalizado como el que estamos viviendo hoy en día, las dificultades y los retos por salir delante de las empresas son cada vez mayores, especialmente por la competencia que hay en el mercado y la exigencia de servicio por parte de los clientes.

Las buenas practicas han ido teniendo una mejora de acuerdo a la experiencia de empresas en el rubro hotelero, transformando la calidad en la gestión empresarial y no basándose solo en lo lucrativo, sino el de satisfacer a sus clientes, empleados y accionistas. .

La investigación de las micro y pequeñas empresas con respecto a la gestión de calidad en atención al cliente se justifica porque permitió tener conocimiento acerca de las características de los representantes, puesto que son ellos los que están directamente relacionados con el rendimiento de las micro y pequeñas empresas, de esta manera determinan las actividades, organizan proyecto, dirigen y están al tanto de las capacidades de su persona; tener conocimiento sobre las características de las micro y pequeñas empresas ya que han dado mucho de qué hablar por ser generadora de empleos y motor fundamental de la economía peruana y conocimiento sobre la gestión de calidad en atención al cliente, debido a la mayor exigencia que tienen los clientes para cubrir sus necesidades con respecto a productos, bienes o servicios finalizando con un plan de mejora.

La metodología que se utilizó en esta investigación fue de tipo cuantitativo y con un diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población que se recolectó fue de 10 micro y pequeñas empresas hoteleras de las cuales se tomó como muestra 07 micro y

pequeñas empresas para realizar dicha investigación, la información se obtendrá a través de la técnica del sondeo.

El trabajo de investigación tuvo las siguientes conclusiones: la mayoría de los representantes son dueños (85.72%), la mayoría de los representantes tienen de 4 a más años de permanencia en el cargo (85.72%), el (71.43%) son de género masculino, el (57.14%) tienen grado superior universitario; la minoría de los representantes tienen de 51 a más años de edad (28.57%). En su totalidad tienen como objetivo el generar ganancias (100.00%); el (57.14%) son personas no familiares las que laboran en dichas mypes; el (57.14%) tiene una permanencia de 4 a 6 años dentro del mercado, la minoría (14.28%) de las mypes cuentan con 6 trabajadores a más. En su totalidad tienen conocimiento de la atención del cliente como técnica moderna (100.00%); respondió que la gestión ayuda al rendimiento de la empresa (100.00%); respondió que la aplicación de una buena gestión ayuda al alcance de los objetivos (100.00%); los representantes tienen conocimiento acerca del término de atención al cliente (100.00%); aplica la gestión de calidad dentro de sus mypes (100.00%); los representantes usan la comunicación como herramienta para una atención de calidad (85.72%); el (57.14%) de los representantes tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, el (57.14%) de los representantes mencionan que su atención es buena, el (57.14%) menciona que las instalaciones del hotel son un factor de calidad, en su minoría (42.86%) la poca iniciativa es dificultad que impide la implementación de gestión de calidad, la falta de capacitaciones al personal es factor para una mala atención al cliente (42.85%), el (27.27%) menciona que el resultado de dar una buena atención al cliente son clientes satisfechos y el (27.27%) posicionamiento de la empresa.

II. Revisión de la literatura

a. Antecedentes

Cruzado (2021) En su investigación denominado “*Plan de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado por el hotel Aristi, Lambayeque 2021*”; sostuvo la siguiente problemática: ¿Cómo debe elaborarse un plan de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado por el Hotel Aristi, Lambayeque 2021?; a partir de esta pregunta la autora planteó el siguiente objetivo general: proponer un plan de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado por el hotel Aristi, Lambayeque 2021 desglosando los siguientes objetivos específicos: diagnosticar el estado actual de la calidad de servicio brindado por el Hotel Aristi, Lambayeque 2021, diseñar un plan de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado por el Hotel Aristi, Lambayeque 2021 y validar mediante juicios de expertos el plan de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado por el Hotel Aristi, Lambayeque 2021. El tipo de investigación fue descriptivo – propositivo; por lo cual obtuvo los siguientes resultados: predominantemente un 36.36% de huéspedes del Hotel Aristi, denotaron en esta entidad un bajo nivel respecto a la calidad de servicio, mientras que un porcentaje similar de 34.09% afirmaron que existe un nivel alto respecto a esta variable, asimismo, en cuanto a sus dimensiones se observaron predominancia en los niveles alto y bajo. Llegando a las siguientes conclusiones: Los huéspedes perciben que la calidad de servicio brindada por el Hotel Aristi muestra predominancia en el nivel bajo (36.36%) y alto (34.09%). Los niveles de las dimensiones de calidad de servicio brindado por el Hotel Aristi muestran mayor predominio en el nivel alto y bajo. El programa basado en el modelo teórico de Falces fue diseñado con dos dimensiones, las cuales fueron organización y habilidades blandas en las que se propusieron

actividades de capacitación vivencial para el personal del Hotel Aristi. La autora recomienda que El hotel Aristi debería aplicar sesiones de capacitación, talleres o el programa validado en el presente estudio con la finalidad de mejorar la calidad de servicio brindado.

Lazo (2018) En su investigación denominado: *“La calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero en la región de Puerto Pizarro – Tumbes para su desarrollo turístico en 2018”*; sostuvo la siguiente problemática: ¿Cuál es el nivel de satisfacción de la calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero siendo un punto importante la hospitalidad en la región de Puerto Pizarro?; a partir de esta pregunta el autor planteó el siguiente objetivo general: Demostrar la falta de calidad de servicios al huésped en ámbito hotelero en la zona de Puerto Pizarro en tumbes para así mejorar la influencia de huéspedes; desglosando los siguientes objetivos específicos: Analizar los elementos tangibles de la infraestructura hotelera de la zona de Puerto Pizarro y sus problemática a los huéspedes que los visitan. Capacitar a los empresarios hoteleros de la zona de Puerto Pizarro dándole seguridad y conocimiento para mejorar la atención en base al modelo Servqual para un servicio deseado hacia sus colaboradores y en especial a sus huéspedes. El tipo de investigación fue de tipo deductivo básico lo cual pertenece a un tipo de nivel descriptivo simple por lo que posee una sola variable que es calidad de servicio, así también tiene un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), es de tipo observacional, con un nivel descriptivo, por lo cual obtuvo los siguientes resultados: la mayoría de los encuestados son mujeres en un 60%; mientras que un 40% son hombres, la mayoría de los encuestados son de edades de rango de 26 a 36 años de edad son los que lideran en los más encuestados con un porcentaje de 50 %, la mayoría de los encuestados están en desacuerdo con la

satisfacción de la calidad de los servicios hoteleros con un porcentaje de 55% y un 45% aprueban la calidad de los servicios en el ámbito hotelero en la región de Puerto Pizarro, los huéspedes perciben un pésimo servicio hotelero con un porcentaje de 45% desaprobandando el servicio, un 40% también nos muestra lo negativo y malo del servicio mientras un 15% dice que es regular, los huéspedes calificaron con un porcentaje de 45% malo sus instalaciones, otros huéspedes demuestran con un porcentaje de 30% pésimo y solo un 25% de huéspedes nos indican regular las instalaciones del hotel, para mejorar el servicio con un porcentaje de 80% de calidad, también nos muestra un 30% de servicio y un 10% de infraestructura. Llegando a las siguientes conclusiones: los elementos tangibles como la infraestructura hotelera de la zona de Puerto Pizarro mejorará en los aspectos del mobiliario, muebles y enseres. Hoy en día la infraestructura hotelera mejora con relación a las nuevas tendencias como nuevos modelos de infraestructura con modernos acabados y nuevas tendencias. capacitar a los empresarios hoteleros de la zona de Puerto Pizarro dándole seguridad y conocimiento para mejorar la atención y el servicio deseado hacia sus colaboradores y en especial a sus huéspedes en el ámbito hotelera, una buena forma para hacer crecer la propuesta de mejorar la calidad de los servicios hoteleros al huésped es mejorar en el ámbito hotelero donde debemos primero pensar en cómo daríamos un excelente servicio de calidad, si no viendo el tema de capacitaciones, mejoras continuas hacia el personal como a todos la junta de socios.

Yupanqui (2019) En su investigación denominado: *“Influencia de la Calidad del Servicio en la Satisfacción de los Turistas en el Hotel Tumi, Provincia de Huaraz - Ancash - 2018”*. sostuvo la siguiente problemática: ¿Cómo influye la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas en el hotel TUMI, provincia de Huaraz- Ancash 2018?, a partir

de esta pregunta el autor planteó el siguiente objetivo general: Determinar la Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas en el hotel Tumi, provincia de Huaraz - Ancash – 2018, desglosando los siguientes objetivos específicos: Determinar la influencia de la calidad del servicio en cuanto a la infraestructura en la satisfacción de los turistas en el hotel Tumi, provincia de Huaraz- Ancash 2018, Determinar la influencia de la calidad del servicio en cuanto a la atención en la satisfacción de los turistas en el hotel Tumi, provincia de Huaraz- Ancash 2018. En cuanto los materiales y métodos: Fue de tipo descriptiva correlacional por cuanto midió los indicadores de las dimensiones de las 2 variables: Calidad de atención y satisfacción del usuario. Al mismo tiempo ha sido aplicado y prospectivo, lo primero por cuanto ha sido aplicado en los turistas alojados en el Hotel El Tumi en un tiempo determinado; y, descriptiva correlacional al asociar ambas variables. Se aplicó a la muestra de ochenta (80) encuestados mediante un cuestionario tipo formulario para ambas variables. Resultados: entre los hallazgos más relevantes se encontró que el 47% de los encuestados estiman que le han dado mayor preferencia a la atención de infraestructura y equipamiento; sin embargo, ha descuidado según el 83% la capacitación del personal, por lo que el 56% califica la calidad del servicio y el trato que recibe del personal que ofrece el Hotel Tumi como regular. Obteniendo las siguientes conclusiones: Se ha demostrado que: Existe influencia significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los turistas en el hotel Tumi, provincia de Huaraz- Ancash 2018; debiendo en consecuencia tomar medidas que mejoren la calidad del servicio de manera que los turistas encuentren satisfacción.

Antúnez (2017) en su tesis titulada: *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*

se planteó la siguiente problemática ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016? Siendo su objetivo principal el de determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016 y sus objetivos específico el de determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016 y por ultimo determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; la investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 Mypes de una población de 26, a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 72,7% tienen una edad entre 31-50 años de edad, el 63,6% son de género masculino, el 45,5% tienen un grado de instrucción superior, el 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 68,2% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, El 50% planifica sus actividades. el 36,4 % considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5 % no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente, el autor llegó a las siguientes conclusiones: la mayoría de las Mypes encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua,

planificando sus actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio.

Torres (2017) en su tesis titulada: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017* se planteó la siguiente problemática ¿Las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, que aplican una gestión con enfoque en atención al cliente evidenciarán un mejor posicionamiento en el mercado y la preferencia de los clientes?; siendo su objetivo general determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencia de viajes y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017 y sus objetivos específicos de determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos están alineadas a la formalización, determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, cuenta con estrategias de atención al cliente y determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, capacita a su personal en atención al cliente; la metodología de investigación que la autora utilizó fue de tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta; los resultados fueron los siguientes, la edad del emprendedor, están en el rango de 29 a 39 años de edad el 40,0%; de 18 a 28 años con el 30,0%; mayoritariamente son de género femenino 80,0%; Respecto a la empresa, el 80,0% se encuentran formalizadas; las mypes en estudio están en el régimen general con 60,0% seguido de régimen especial 30,0%; las mypes están en el rango de 6 a más años con un 40,0%, de 3 a 5 años con el 35,0%; cuenta con 6 a más trabajadores el 45,0% , de 3 a 5 trabajadores con el 40,0%; los emprendedores en su mayoría no registran a todos sus trabajadores en planilla el 65,0%; Respecto a la gestión y

atención al cliente, el 50,0% si tiene definido y sigue un plan de negocios; el 65,0% tiene definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa; el 50,0% si evidencia una gestión de atención al cliente y el 30,0% aún no lo evidencia; el 70,0% de los emprendedores manifiestan que capacitan a sus trabajadores; el 65,0% promueve una cultura de buen servicio; el 60,0% ha diseñado y sigue técnicas de atención al cliente; el 50,0% si recoge sugerencias y reclamos, el 30,0% es referencial; mientras que el 80,0% considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización. Concluyó dando a conocer que el proceso de formalización presenta varios beneficios dentro de ello lo más resaltante es de convenio con entidades y beneficio tributario respectivamente, demostrando que la formalización no simplemente es un tema normativo sino también que presenta múltiples beneficios al estar las microempresas bajo el marco de la ley, las mypes en estudio si evidencian y es de conocimiento una gestión de atención al cliente demostrando que el personal encargado y conjuntamente con la microempresa tiene un mayor enfoque con las necesidades que exige el cliente, a raíz de que es de conocimiento la gestión de atención al cliente, los emprendedores encuestados manifiestan que si capacitan a sus trabajadores y se interesa en el enfoque de la mejora continua; por ultimo recomienda a los emprendedores del sector servicios en estudio, a respetar los derechos laborales de sus trabajadores, en el sentido de registrarlos en planillas y no escoger prácticas que desmedren sus beneficios y los envuelvan en informalidad también que las mypes deben desarrollar cual es el alcance de tales, asesorarse y establecer planes consistentes y monitorear los resultados periódicamente deben ser de conocimiento de toda la organización ya que son clave para una empresa que aspira a conducirse con gestión de calidad.

Delgado (2017) en su tesis titulado: *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro salón spa, del distrito de Callería, año 2017* tuvo la siguiente problemática ¿Cuál es el impacto en los beneficios de las Mypes del sector servicios rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017, una gestión bajo el enfoque de atención al cliente? Siendo su objetivo general el de determinar si las Mypes del sector comercio, rubro salón spa del distrito de Calleria año 2017 aplican una gestión bajo el enfoque de atención al cliente y sus objetivos específicos de describir los beneficios que se logra con la aplicación de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017 y conocer el grado de desarrollo de las Mypes del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Callería año 2017. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental / transversal y de una muestra de 19 Mype, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas atreves de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados el 79% de los encargados tienen entre 29 y 40 años, el 53% de los encargados son de sexo masculino, el 37% tiene el grado de Superior no universitaria incompleta, El 53% de las microempresas tiene de 5 años a más en la actividad, el 84% de Mypes encuestadas tiene menos de 5 trabajadores, El 64% de Mypes encuestadas del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria manifiesta haber participado en Técnicas de atención al cliente, el 53% de Mypes encuestadas no conoce herramientas de gestión, el 84% de Mypes encuestadas manifiesta que si evalúa a su personal permanente en el cumplimiento de los protocolos establecidos, el 74% de Mypes encuestadas manifiesta que si cuenta con un buzón de sugerencias, el 74% de Mypes encuestadas manifiesta que si atiende o toma en cuenta las opiniones de sus clientes, el autor hizo las siguientes conclusiones la gran mayoría de propietarios tienen un grado de instrucción de superior no universitaria incompleta., el personal de este sector tiene poco

conocimiento de los objetivos de la empresa. Así mismo los propietarios tienen escasa capacidad en lo que es el uso de herramientas de gestión. La herramienta de gestión más utilizada es el mapa de procesos; lo que indica que las Mypes de este sector no tiene un buen manejo de la gestión empresarial, lo que impide su desarrollo y permanencia en dicha actividad., la atención al cliente tiene mejoras, ya que en la actualidad las Mypes capacitan con mayor frecuencia a su personal en diferentes rubros tales como técnicas en ventas, calidad en atención al cliente y excelencia en el servicio; esto quiere decir que las Mypes ponen mayor énfasis en lo que es la formación del personal.

b. Bases teóricas de la investigación

Las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son entidades empresariales que están conformadas por una persona natural o una jurídica. “Pueden ser conducidas por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee” (Mares, 2017). Entonces se puede deducir que son empresas con fines lucrativos, que gestionan de manera planificada y organizada los recursos que tienen a la mano, haciendo uso de las técnicas necesarias para obtener un producto final, con el fin de introducirlo al mercado, venderlos y obtener una rentabilidad que los permita posicionarse y ser competentes.

Características de las micro y pequeñas empresas

La ley Mype (2015) indica que el total de trabajadores para las microempresas van desde 1 trabajador a 10, a diferencia de las pequeñas empresas que van desde 1 a 100. Con respecto a sus ventas anuales las microempresas oscilan hasta las 150 UIT (Unidad Impositiva Tributaria), mientras que las pequeñas empresas equivalen entre 170 a 1700 UIT.

No son consideradas empresas Mypes si:

- Si se dedican al rubro de discotecas o bares.
- Si facturan más que una Mype, debido a que llegan a conformar un grupo económico (ventas que superen los 1700 UIT).
- Si tienen vínculo con alguna empresa nacional o extranjera en donde no ejecutan sus actividades como Mypes.
- Si falsifican sus utilidades o información con tal de pertenecer a dicho régimen.

Importancia de las Mypes

1. Aportan al PBI, (Asociación de Emprendedores del Perú, citado por Guzmán, 2018) “en el Perú, las mypes aportan, aproximadamente, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno)”, con esta estadística se confirma que las mypes ocupan un papel importante en el crecimiento económico del Perú.
2. Ayudan a la generación de empleo, “en conjunto, las mypes generan el 47% del empleo en América Latina” (Guzman,2018), también tiene una participación relevante en la competitividad, innovación, inclusión social y lucha contra la pobreza.
3. Motor de desarrollo, “las mypes en el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que contribuyen al crecimiento de la economía” (Guzman,2018). Al ir innovando y creciendo, van surgiendo nuevas mypes con mejores ideas llegando a satisfacer la necesidad de los clientes.
4. Empresas, “en el Perú, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de las mypes”. (Guzmán,2018)

5. Mujeres empoderadas, (Ministerio de la Producción,2017 citado por Guzmán,2018)

“Según cifras del Ministerio de la Producción (Produce) al término del 2017, en el Perú existen 1 millón 270.000 de mypes lideradas por mujeres. Del total de estas unidades de negocio, el 79,5% se ubica en regiones del interior del país y el 20,5% está en Lima. Las regiones con mayor preponderancia son Puno, Piura, La Libertad, Cusco y Junín”.

Regímenes tributarias en las mypes

Es un régimen que ha sido designado especialmente para las micro y pequeñas empresas, con el objetivo de promover su crecimiento, por lo tanto, la exigencia y las condiciones son menos rigurosas para que de esa manera puedan cumplir con sus obligaciones.

Nuevo Régimen Único Simplificado (NuevoRUS)

Según Castillo (2019) indica lo siguiente:

La base tributaria está compuesta por los contribuyentes que se encuentran inscritos ante la Administración Tributaria y que cumplen con sus obligaciones tributarias. Es decir, que tácitamente se entiende que el Nuevo RUS es un régimen dirigido a aquellos contribuyentes que no se encuentran inscritos ante la Administración Tributaria. (p.14).

Este régimen posibilita a los contribuyentes poder liquidar sus impuestos y rentas sobre ventas de manera conjunta.

Al acogerte al Nuevo RUS no estás permitido emitir facturas, solo boletas de venta y tickets ya que estos documentos no otorgan un crédito fiscal.

Personas que se acogen al nuevo Régimen Único Simplificado

- A personas naturales o sucesiones indivisas que realizan ventas de mercaderías o servicios a consumidores finales;

- A personas naturales que desarrollan un oficio como un gasfitero, pintor, carpintero, etc, siendo actividades laborales que no requieren un título profesional si no experiencia.

Pagos en el Nuevo RUS

Actualmente existen 2 categorías del Nuevo RUS: Los contribuyentes inscritos en la primera categoría pagan una cuota mensual de 20.00 soles si sus ventas y sus compras mensuales son de 5,000.00; mientras que los contribuyentes inscritos en la segunda categoría pagan una cuota mensual de 50.00 soles si sus ventas y compras mensuales de 8,000.00.

Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)

“En este régimen tributario se encuentran las personas con negocio y personas jurídicas que obtengan rentas provenientes de actividades de comercio o industria, y actividades de servicios”. (Plataforma digital única del estado peruano, 2022)

Esté régimen conlleva a que los contribuyentes lleven 2 registros contables (compras y ventas), emitiendo todo tipo de comprobante de pago.

Requisitos para acogerse al RER

- Sus ventas o compras anuales no deben de ser mayor a 525,000.00
- Las sumas de sus activos fijos no deben de superar los 126,000.00, a excepción de los vehículos y predios.
- No tener a más de 10 trabajadores por turno.

“Un requisito para pertenecer de manera permanente a este régimen es cumplir con la declaración y pago del periodo de inicio de actividades dentro de la fecha de vencimiento, según el cronograma de obligaciones mensuales y así evitar sanciones”. (Plataforma digital única del estado peruano, 2022)

Pagos en el RER

- Impuesto a la renta (1.5%) de sus ingresos netos mensuales sin tener en cuenta los gastos o costos.
- Impuesto General a la Venta (IGV) (18%) del crédito fiscal menos el débito fiscal.

Gestión de calidad

Gestión de calidad es la manera en la que las empresas proyectan, crean programas y métodos, y por ultimo hacen un seguimiento a sus resultados y de esa manera lograr calidad en sus productos o servicios que es uno de sus objetivos fundamentales. (Renau, s.f)

(Chiavenato, 2004 citado por Bracho, 2010) “Es un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos organizacionales para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz”. (p. 20).

Entonces gestión de calidad es la agrupación de actividades que se planifican anticipadamente, y de manera muy ordenada ya que el producto hará referencia de que el producto tiene todos los requisitos y el respaldo de calidad.

Control de calidad

El control de calidad es uno de los procesos más importantes que hay dentro de todas las series productivas ya que “se garantiza la correcta realización de los procesos llevados a cabo

y se asegura que lo producido cumpla con sus correspondientes legislaciones y objetivos planteados”. (Raffino, 2019)

Constituir un buen control de calidad es ofrecer y satisfacer los gustos y necesidades de los clientes, de esa manera la empresa satisface el gusto de sus clientes logrando así uno de sus objetivos principales.

Normas ISO 9000

Son normas generales que son perfeccionadas a lo que especifica el producto, que crean sistemas de calidad para que den como resultado una mejora continua de calidad y una satisfacción alta de todos los clientes de la organización.

La serie de Normas ISO 9000 “son un conjunto de enunciados, los cuales especifican que elementos deben integrar el Sistema de Gestión de la Calidad de una Organización y como deben funcionar en conjunto”.

Principios

Estos sistemas de gestión de calidad están basados en 7 importantes principios:

Enfoque al cliente

“Las organizaciones dependen de sus clientes por eso deben de comprender sus exigencias actuales y también futuras, satisfacer sus requisitos y que las empresas se esfuercen por superar sus expectativas”. (Lizarzaburu, 2016)

La satisfacción al cliente es considerada una parte fundamental para la gestión de calidad total dentro de una organización, estas deben de saber cuáles son en primer lugar las necesidades de los clientes para que luego puedan llegar a ellos y entenderlos de tal manera que superen sus expectativas y obtengan su aprobación.

Liderazgo

Los líderes en todas las organizaciones son modelos auténticos que inspiran e impulsan a todos los miembros el compromiso para plantear y dirigir sus capacidades, esfuerzos y estrategias, haciendo así que de manera conjunta se logren los objetivos o metas planteadas.

“Estos deben crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda involucrarse por completo en el logro de los objetivos de la empresa”. (Lizarzaburu, 2016)

Compromiso de las personas

Lizarzaburu (2016) “El compromiso total de las personas posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la empresa”.

Para que todos los procesos funcionen de una manera adecuada, es de suma importancia que todos los miembros de la organización estén íntegramente comprometidos, para que suceda es necesario la motivación, propuestas de mejora, respeto a sus ideas y por ultimo hacer partícipe a todos y cada miembro hacia los objetivos planteados.

Enfoque basado en procesos

“Un resultado esperado se alcanza con más eficiencia cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un procedimiento”. (Lizarzaburu, 2016)

La misión de los procesos ayuda a la eficiencia y la eficacia de la institución para que de esta manera logre todos y cada uno de los resultados predichos.

Mejora

Lizarzaburu (2016) explica lo siguiente “la mejora continua del desempeño global de su estructura debe ser su objetivo permanente”.

Realizar mejora continua en una organización es indispensable, para que ella misma se mantenga dentro del desempeño establecido, también para que tenga una reacción rápida y adecuada cuando haya cambios constantes en el entorno y de esa manera crear oportunidades nuevas.

Toma de decisiones basada en la evidencia

Si la empresa quiere tomar con confianza una decisión, tiene que recopilar evidencias, datos e información oportuna, para que de esa manera sea usada como una fuente de entrada, siendo de utilidad en la mejora de la función del desarrollo organizacional y los objetivos planteados.

“Las decisiones eficaces se basan en el análisis de datos e información”. (Lizarzaburu, 2016)

Gestión de las relaciones

“Una organización y sus proveedores son interdependientes. Una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor”. (Lizarzaburu, 2016)

Atención al cliente

“Es la forma en que una empresa brinda un servicio y también la manera en la que sus agentes o trabajadores cumplen con sus tareas”. (Puerto, 2016)

La atención es el acto que muestra afectividad, cortesía y buen trato hacia la otra persona, también se puede decir que es el estar atentos a la necesidad que tiene una persona.

Actualmente los clientes no solo buscan un producto, también buscan tener una experiencia única al momento de adquirirlos, por tal motivo la atención al cliente es un soporte para sus clientes, ya sea antes, durante o después de que éste haga una compra.

Características de los clientes actuales

Las características del contexto social influyen en el perfil del consumidor habitual, una empresa para posicionarse dentro del mercado debe de conocer bien a sus clientes. (Nicuesa, 2018)

Mayormente los clientes que frecuentan a nuestro local, son aquellos que tienen una alta expectativa acerca de lo que ofrecemos, son consumidores más exigentes debido a la globalización y la tecnología. (Nicuesa, 2018)

Van buscando la personalización, una atención más personalizada ya que cada persona tiene sus necesidades, expectativas y costumbres. “La personalización es la respuesta que el consumidor espera, no quiere ser tratado como un simple número”. (Nicuesa, 2018)

Búsqueda de un estado de ánimo, mayormente se basa en la experiencia que haya tenido y que haya cumplido todas sus expectativas entonces motivara e incentivar al consumidor a regresar.

La imagen de la marca del negocio también es importante, debe ser llamativo y resaltante.

El precio no es lo único que importa cuando se trata de elegir un producto, sin embargo, esta sí es una variable presente en la decisión final. (Nicuesa, 2018)

Tipos de clientes y como tratarlos

- El cliente accesible: Estos clientes son muy gentiles, muchas veces son de conversar mucho, es recomendable ir a otro cliente si no vez el interés de adquirir un producto.
- El cliente complicado: es un tipo de cliente muy minucioso, que siempre quiere tener la razón y busca imperfecciones a todo lo que encuentra. Se recomienda ofrecerle un

servicio único, pero nunca hay que darle la contra porque puede que lo tomen a mal y terminen huyendo.

- El cliente impaciente: son clientes que ya saben lo que quieren y son rápidos al momento de querer un producto, por lo tanto, hay que atenderlos primero, pero sin descuidar al resto de clientes, porque pueden aburrirse de esperar e irse.
- El cliente leal: Son los clientes estables y fieles a la marca, esto no quiere decir que hay que descuidarlos, al contrario, hay que ser más atentos para que tengan una buena experiencia y nos recomienden como empresa, también se podría ofrecer descuentos por su fidelización.

Satisfacción del cliente

Es de suma importancia que la organización conozca las opiniones que tienen los clientes con respecto a sus productos o al servicio que ofrece, de esa manera les va a permitir establecer acciones para mejorar y estar acorde a las necesidades de ellos.

Es de suma importancia conocer e interpretar lo que el cliente necesita.

Elemento claves en la atención al cliente

No importa si tu producto es muy bueno o si tu local tiene la mejor infraestructura, si el cliente no se siente bien atendido o especial con el servicio que brindas no volverá, la competencia es alta, por esa razón es que debemos de ser más competentes al momento de brindar un servicio (Calderón, 2006).

La presentación personal, el ser generosos, amables y brindar siempre una sonrisa y agradable son elementos claves para que el cliente se lleve una buena impresión, pues se siente a gusto e importante.

Proceso de atención al cliente

Las empresas deben de conocer las acciones que deben realizar desde que el consumidor hace contacto con nuestro local hasta el momento en el que se retira, después de eso se puede también llevar a cabo un seguimiento para una mejor seguridad a cerca de nuestro producto o servicio que hemos ofrecido y si hubo algún tipo de inconveniente solucionar su problema de manera inmediata (Izquierdo, 2018).

“Es el conjunto de actividades que realizamos desde que recibimos el primer contacto de un usuario hasta que resolvemos su consulta y nos despedimos de él” (Izquierdo, 2018).

Fases del proceso de atención al cliente

Contacto

Al momento de que el cliente hace contacto con la persona que está brindando el servicio, espera ser tratado con amabilidad y cortesía, por otro lado, también espera algunas recomendaciones por su parte y una atención que esté en sus expectativas (Izquierdo, 2018).

Escucha y obtiene información

“Nuestro cliente debe saber, no sólo que estamos percibiendo su mensaje de forma correcta, sino que tenemos la actitud idónea para poder ayudarlo” (Izquierdo, 2018). Obviamente debe de quedar todo claro para proceder a solucionar el problema de nuestro cliente.

Resolución del problema

La forma en la cual solucionemos su problema dependerá del tipo de negocio que tenemos, por ejemplo, no es lo mismo resolver un problema a cerca de información de garantías que amparan algunos productos con la solución de algún problema técnico que

tenga un producto, pero el punto siempre va a ser que el cliente se vaya satisfecho con la ayuda brindada. (Izquierdo, 2018).

Finalización y despedida

“Una vez solucionado el problema, se hace necesario dejar una sensación positiva en el cliente” (Izquierdo, 2018). Para poder lograrlo la persona que está atendiendo al cliente tiene que tratarlo con cortesía y amabilidad, de esa misma forma confirmar que el problema está siendo resuelto.

Servicio al cliente

“El servicio al cliente es estar pendiente de las novedades que se le pueda ofrecer (su cumpleaños, gustos, expectativas, preferencias etc)”. Hay que sorprender cada vez a nuestros clientes, dándole un servicio personalizado y ayudándoles a tomar decisiones (Tobón, 2018)

Manejo de quejas, reclamos y sugerencias

Cuando se presenta una falla en el producto o cuando hay una mala atención el cliente tiene todo el derecho de pedir el libro de reclamaciones o hacer una sugerencia, de tal manera que la empresa lo tome como una crítica constructiva, y de esa manera mejorar su servicio o producto para que no vuelva a tener el mismo inconveniente con otro cliente .

c. Marco conceptual

- Gestión: Es el conjunto de acciones que se realiza para llevar a una empresa al éxito.
- Micro y pequeñas empresas: empresas conformadas por persona natural o jurídica con ingresos no mayores a los 1,700 UIT.

- Persona natural: Persona dueña de una empresa, con obligaciones que recaen sobre él.
- Persona jurídica: Persona dueña de una empresa, sus obligaciones recaen sobre la empresa.
- Satisfacción del cliente: Es la superación de las expectativas que tiene un cliente con respecto al producto adquirido.
- Atención al cliente: Es el servicio que brinda una empresa con el fin de mantener una comunicación constante con sus clientes satisfaciendo sus necesidades anticipadamente.
- Servicio al cliente: Es lo que ofrece la empresa, los recursos que utilizarán sus agentes, la infraestructura, si es muy burocrático o no etc.
- Bodegas: Pequeñas tiendas que venden golosinas y abarrotes al por menor.
- Normas ISO: Son normas que regularizan la salida de los productos de las empresas para dar a conocer a sus consumidores que son productos de calidad.

III. Hipótesis

En el presente trabajo denominada gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022 no se plantea hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue no experimental transversal descriptivo:

No experimental por que las recopilaciones de las variables no fueron modificadas; se basa mayormente en la observación de fenómenos para luego ser analizada. (Barrera C, 2010).

Transversal por que la investigación se centró en analizar cuál es el nivel de una o diversas variables en un momento determinado.

Descriptivo; porque se recolectó los datos en un tiempo único, para luego describir la variable de estudio. “busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Según Hernández S, Fernández C, and Baptista L, 2003)

a. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo debido a que se realizó la recolección de datos fundamentada en la medición de variables representadas a través de números, para luego realizar un plan de mejora a las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022.

b. Nivel de Investigación

Nivel descriptivo, La investigación, fue descriptivo porque describió las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas

empresas sector servicio rubro hoteles en el casco urbano del distrito Coishco, provincia del Santa, 2022.

4.2. Población y muestra

Para la presente investigación se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles ubicados en el distrito de Coishco, de esta población se empleó una muestra de 07 mypes del rubro hotelero lo cuales estarán disponibles y serán objetos de estudio para una futura descripción y análisis. El tipo de muestreo que se utilizará para la investigación será por sondeo.

Población: Según Tamayo (como se citó en Moreno, 2013) señala que:

La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. (p.180)

Muestra: “La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia (Hernández, Fernández y Pilar, 2010).

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición de la Variable	Dimensión	Indicadores	Items	Fuente	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Es la única persona que está facultada para comprometer con su firma a la organización, para el buen funcionamiento de una empresa. (Díaz, 2014)	Características de los representantes	- Edad	¿Qué edad tiene el representante?	Cuestionario	Ordinal
			- Género	¿Cuál es el género del representante?		Nominal
			- Grado de instrucción	¿Cuál es el grado de instrucción del representante?		Ordinal
			- Cargo	¿Cuál es el cargo del representante?		Nominal
			- Tiempo en el cargo	¿Qué tiempo lleva en el cargo el representante?		Ordinal
Micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas “Pueden ser conducidas por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee” (Mares, 2017)	Características de las micro y pequeñas empresas	- Permanencia	¿Qué tiempo de permanencia lleva la empresa en el mercado?	Cuestionario	Nominal
			- N° de trabajadores	¿Cuántos trabajadores hay laborando actualmente en la empresa?		Ordinal
			- Objetivos	¿Cuál es el objetivo de la empresa?		Nominal
			- Parentesco	¿Cuál es el parentesco que tienen los trabajadores con la empresa?		Nominal

Variable	Definición de la Variable	Dimensión	Indicadores	Items	Fuente	Medición
Gestión de Calidad	(Chiavenato, 2004 citado por Bracho, 2010) “Es un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz”. (p. 20).	Características de Gestión de calidad	- Técnicas	¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	Cuestionario	Nominal
			- Dificultades	¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?		Nominal
			- Medición de rendimiento	¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?		Nominal
Atención al cliente	“Es la forma en que una empresa brinda un servicio y también la manera en la que sus agentes o trabajadores cumplen con sus tareas”. (Puerto, 2016)	Características de atención al cliente	- Factores de mala atención	¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	Cuestionario	Nominal
			- Satisfacción al cliente	¿Cómo resumiría la satisfacción que brinda a sus clientes?		Nominal
			- Herramientas	¿Qué herramientas utiliza para un servicio de calidad?		Nominal
			- Resultados	¿Cuáles son los resultados de una buena atención al cliente?		Nominal
			- Calidad de servicio	¿Cuáles son los principales factores para la atención de calidad que brinda?		Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de la información se recurrió a la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario dirigido a los representantes legales de las mypes.

El cuestionario constó de 23 preguntas 5 serán dirigidas para las características de los representantes, 4 para las características de las mypes y 14 para las características de la gestión de calidad en atención al cliente sector servicio, rubro hoteles del distrito de Coishco, provincial del Santa, 2022.

Encuesta: Centro de investigaciones sociales (citado por Pobeá, 2015) La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.

Cuestionario: según Pérez (citado por García, 2003) hace la siguiente definición con respecto al cuestionario:

Consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo.

4.5. Plan de análisis

Se aplicó una encuesta para obtener los datos, determinando así las características de los representantes, las características de las mypes y la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, con la ayuda de Excel se hicieron los gráficos de forma circular en donde se aprecia el porcentaje de los datos obtenidos.

Luego se hizo el análisis de resultados, en word comparándolo con nuestros antecedentes y nuestras bases teóricas.

Finalmente se utilizó el programa de PDF para presentar nuestro trabajo ya concluido.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población y muestra	Método	Técnica e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022	<p>Objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022 - Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022 - Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022 - Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022 	<p>Gestión de calidad</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas, teniendo como muestra 07 mypes del sector servicio, rubro hoteles, del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022</p>	<p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se empleó el diseño no experimental - transversal - descriptivo</p>	<p>La técnica que se utilizó para el desarrollo del trabajo de investigación fue la encuesta dado a que la técnica estuvo dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas para tener una información necesaria y de esa manera realizar el trabajo de investigación.</p>

4.7. Principios éticos

En el presente trabajo se hace hincapié a los principios éticos de confidencialidad, respeto a la dignidad de la persona y respeto a la propiedad intelectual, así mismo se reconoce que toda información recolectada será utilizada para fines exclusivamente académicos.

Protección a las personas: la presente investigación protege sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Integridad científica: La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

Beneficencia no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

V. Resultados

5.1. Tablas

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

Características	n	%
Edad del representante		
18 a 30 años	0	00.00
31 a 50 años	5	71.43
51 a más	2	28.57
Total	7	100.00
Genero del representante		
Masculino	5	71.43
Femenino	2	28.57
Total	7	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	00.00
educación básica	1	14.28
educación no universitaria	2	28.57
educación universitaria	4	57.14
Total	7	100.00
Cargo dentro de la empresa		
Dueño	6	85.72
Administrador	1	14.28
Total	7	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	1	14.28
4 a 6 años	3	42.86
7 a más años	3	42.86
Total	7	100.00

Fuente cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

Características	n	%
Años de permanencia en el mercado		
0 a 3 años	0	00.00
4 a 6 años	4	57.14
7 a más años	3	42.86
Total	7	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	6	85.72
6 a 10 trabajadores	1	14.28
11 a más trabajadores	0	00.00
Total	7	100.00
Las personas que trabajan son		
Familiares	3	42.86
Personas no familiares	4	57.14
Total	7	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	7	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	7	100.00

Fuente cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

Características	n	%
Conocimientos sobre gestión de calidad		
Si	4	57.14
No	2	28.57
Cierto conocimiento	1	14.29
Total	7	100.00
Técnicas modernas que conoce		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	7	100.00
Empowerment	0	0.00
La 5 s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	7	100.00
Dificultad en los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	3	42.86
Aprendizaje lento	2	28.57
No se adaptan a los cambios	2	28.57
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Total	7	100.00

Continúa....

Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	7	100.00
La evaluación	0	00.00
Escala de puntuación	0	00.00
Evaluación de 360°	0	00.00
Total	7	100.00
Rendimiento de la gestión en la empresa		
Si	7	100.00
No	0	00.00
Total	7	100.00
Gestión de calidad alcanza objetivos		
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.00
Conocimiento del termino atención al cliente		
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.00
Aplicación de gestión de calidad		
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.00
Importancia de atención al cliente		
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.00

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

Continúa...

Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	6	85.72
Confianza	1	14.28
Retroalimentación	0	00.00
Ninguno	0	00.00
Total	7	100.00
Factores para la calidad de servicio		
Atención personalizada	3	42.86
Rapidez en la entrega de producto	0	00.00
Las instalaciones	4	57.14
Ninguna	0	00.00
Total	7	100.00
Calificación de su atención		
Buena	4	57.14
Mala	0	00.00
Regular	3	42.86
Total	7	100.00
Factores por las que se puede dar una mala atención		
No tiene suficiente personal	1	14.29
Por una mala organización de los trabajadores	2	28.57
Falta de capacitación a los trabajadores	3	42.85
Si brinda una buena atención al cliente	1	14.29
Total	7	100.00

Tabla 3:

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

Concluye.

Resultados de dar una buena atención		
Clientes satisfechos	2	28.57
Fidelización de los clientes	5	71.42
Posicionamiento de la empresa	0	00.00
Incrementos de las ventas	0	00.00
Total	7	100.00

Fuente cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro hoteles del distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

5.2. Plan de mejora

Este plan de mejora fue hecho a base los resultados obtenidos por las mypes encuestadas.

Datos generales

Nombre o razón social:

- Hotel Remember
- Hotel Babilonia
- Hotel Costa del Sol
- Hotel Villa Cariño
- Hotel La Cascada
- Hotel Eyon
- Hotel Buenos Aires

Giro de la empresa: servicio

Dirección: Distrito de Coishco

Misión

Para todos los hoteles encuestados en este distrito su misión es el de brindar el mejor servicio Para todos los hoteles encuestados su misión es brindar el mejor servicio a sus clientes y de esa manera superar sus expectativas, dándoles una atención personalizada dentro de un ambiente acogedor y agradable.

Visión

Resumiendo, la visión de la mayoría de los hoteles encuestados en este distrito es el de convertirse en una cadena de hoteles que no solo estén instalados en Coishco si no en otros

distritos dentro de la Provincia del Santa, así mismo ser reconocidos por brindar una atención de calidad y dar soluciones únicas a sus clientes.

Objetivos:

- Satisfacer de manera continua las necesidades de sus clientes, visitantes y huéspedes.
- Lograr con coherencia y consecución su plan anual de negocios.
- Conservar una posición de hotel líder en el distrito de Coishco pos su calidad de servicio de hospedaje, instalaciones, tarifas.
- Mantener y conservas sus instalaciones y equipos en buenas condiciones.

Productos y/o servicios:

Los hoteles cuentan con habitaciones cálidas, cómodas y bien amuebladas, TV con pantalla plana y con cable, baño por cada habitación, las recepciones se encuentran abiertas las 24 horas. No cuentan con estacionamiento.

Organigrama de la empresa



Diagnóstico general

Análisis FODA

Oportunidades

Amenazas

- Demanda de personas que buscan hoteles.
- Aumento de actividad económica
- Aumento de inmigrantes.

- Aumento de competencia del rubro
- Una crisis económica y que a raíz de eso los clientes prefieran pensiones u hospedajes

Fortalezas

Estrategias F-O

Estrategias F-A

- Brindan atención las 24 horas.
- Ubicaciones estratégicas
- Seguridad y garantía
- Habitaciones amplias y cómodas

- Aprovechar que la demanda hotelera crece para implantar mejores servicios a los hoteles.
- Ofrecer promociones a sus clientes frecuentes.

- Utilizar la atención personalizada como un atractivo y seguir complementándola para que sigan captando clientes
- Utilizar el capital de trabajo obtenido para invertir y mantenerse en el mercado

Debilidades

Estrategias D-O

Estrategias D-A

- Aprendizaje lento por parte de los trabajadores.
- Carencia de planes estratégicos
- Costos de mantenimiento elevados

- Dar prioridad a las capacitaciones de sus trabajadores con respecto al trato de la atención personalizada
- Crear planes estratégicos para llevar una mejor gestión administrativa

- Captar a trabajadores con la experiencia requerida en ese rubro y capacitarlos para un mejorar continua
- Implantación de planes estratégicos para que haya una mejora dentro de los hoteles, así mismo incentivar el alojamiento de los consumidores

Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la mype
Los trabajadores dentro de la gestión de calidad	Los trabajadores no tienen la suficiente experiencia, debido a que hay un aprendizaje lento y una baja adaptación a los cambios.
Herramientas para un servicio de calidad	Las empresas si hacen uso de las herramientas (comunicación, confianza y retroalimentación), pero la dan prioridad a la comunicación
Cumplimiento de planes estratégicos	Algunas de ellas no cuentan con planes estratégicos
Medición de rendimiento	Solo ejecutan la técnica de la observación para medir su rendimiento
Calificación de su atención	Ambientes acogedores y amabilidad por parte de los trabajadores

5.2.1. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Los trabajadores dentro de la gestión de la calidad	Aprendizaje lento y baja adaptación a los cambios	Esto se da porque la mayoría de estas mypes contratan a un personal muy joven que no tiene la experiencia requerida en este rubro
Herramientas para un servicio de calidad	La comunicación como única herramienta	Al ser mypes de servicio le dan mayor prioridad a la comunicación, pero hay otras herramientas que van a ayudar a ofrecer un buen servicio de calidad
Cumplimiento de planes estratégicos	No tienen un plan estratégico	Esto se da a que no hay una buena gestión dentro del ámbito administrativo
Medición de rendimiento	Uso de una sola técnica	Miden el rendimiento con la técnica de la observación, ya que resulta fácil de usar y menos costo para las mypes

Calificación de su atención

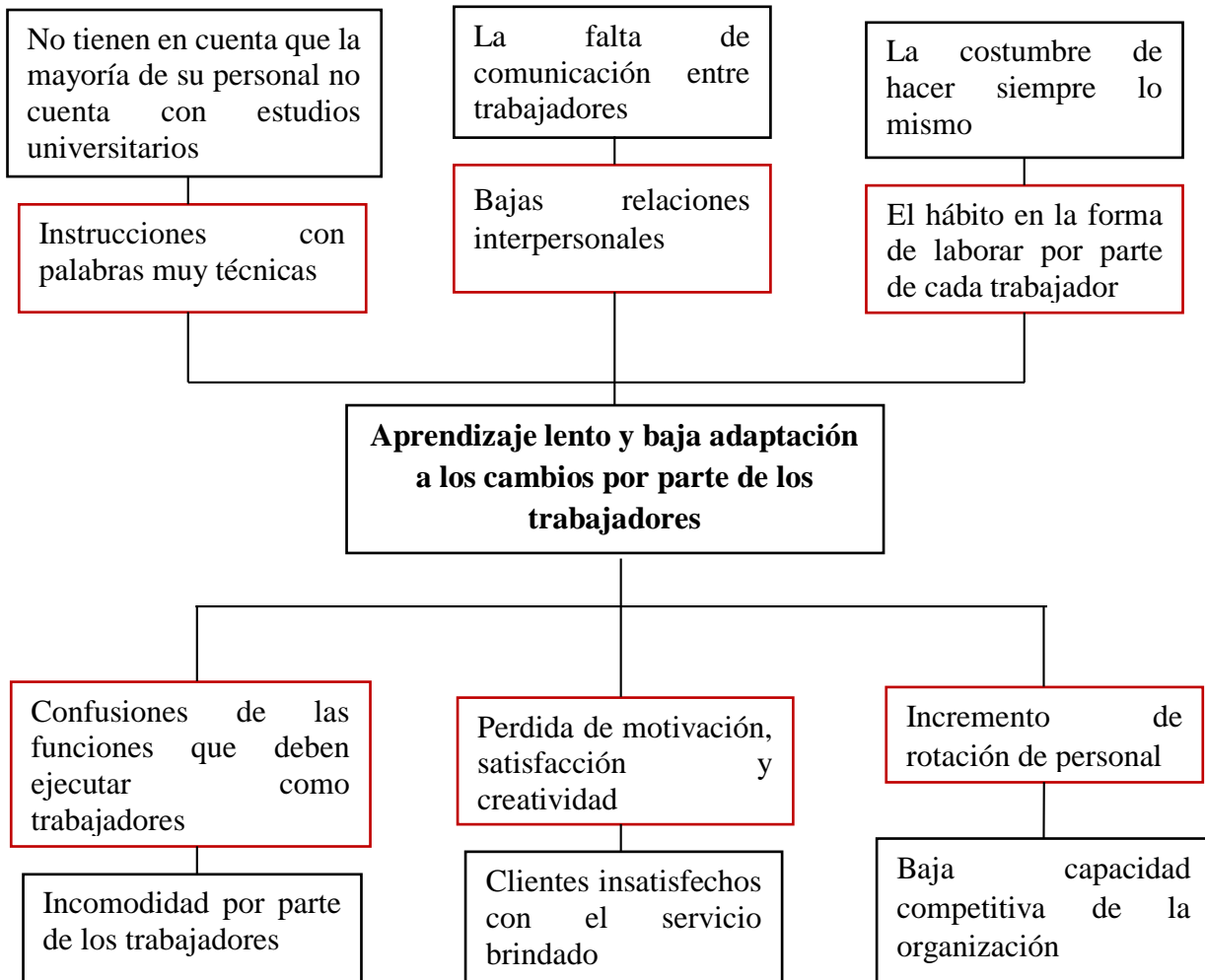
Los trabajadores no son relativamente buenos brindando el servicio

No hay capacitaciones frecuentes para sus trabajadores con respecto a manual de funcionamiento de la mype

Causas

Causas y efectos principales

Causas y efectos secundarios



Establecer soluciones

a) Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Los trabajadores dentro de la gestión de calidad	Bajo aprendizaje y adaptación por una compleja redacción de funciones	Uso de un léxico y redacción adecuada y entendible para que todos los trabajadores ejecuten sus funciones dentro del hotel
Herramientas para un servicio de calidad	Prioridad solo a la herramienta de la comunicación debido al constante contacto con los clientes	Capacitación constante para que las empresas no solo usen una herramienta de servicio si no también otras como son las de retroalimentación y confianza.
Cumplimiento de planes estratégicos	No existe un plan estratégico para ser más competentes y captar más clientes	Crear un plan estratégico con metas claras y alcanzables para que cada hotel lleve una mejor gestión
Medición de rendimiento	Utilizan solo la técnica de la observación por el poco contacto que hay con los trabajadores y bajos costos	Que los representantes adquieran conocimiento acerca de otras técnicas que les permitan conocer más de sus trabajadores y sus trabajadores a ellos (desempeño, comportamiento, objetivos de la empresa, áreas de oportunidad, etc)
Calificación de su atención	El servicio de los trabajadores es relativamente bueno, deberían tener mejor conocimiento de sus funciones	Hacer una retroalimentación a cerca del servicio que ofrecen para poder mejorar, capacitando consecutivamente a su personal ya que de ellos dependen la fidelización para su empresa

b) Recursos para la implementación de las estrategias

– Recursos humanos

– Tiempo

	Recursos humanos	Tiempo
1	Uso de un léxico y redacción adecuada que sea entendible para todos los trabajadores Representante del hotel	10 días
2	Capacitación constante para que las mypes con respecto al uso de más herramientas Representante del hotel	7 días
3	Crear planes estratégicos con metas claras y alcanzables Representante del hotel	15 días
4	Que los representantes adquieran conocimiento acerca de otras técnicas que les permitan conocer más de sus trabajadores y sus trabajadores a ellos (desempeño, comportamiento, objetivos de la empresa, áreas de oportunidad, etc) Representante del hotel y todo el personal	10 días
5	Hacer una retroalimentación a cerca del servicio que ofrecen para poder mejorar, capacitando consecutivamente a su personal Representante del hotel y personal de servicio	5 días

5.3. Análisis de resultados

a) **Respecto al objetivo 1:** características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro hoteles ubicadas en el distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

- El 71.43% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad, (tabla 1), estos resultados coinciden con lo encontrado por Antúnez (2017) en los antecedentes quien determina que el 72.7% tiene una edad entre 31 a 50 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son personas mayores con la experiencia necesaria para afrontar cualquier obstáculo dentro de la empresa.

- El 71.43% son de género masculino (tabla 1) este resultado difiere con la investigación de Torres (2017) en los antecedentes quien determina que el 80% son de género femenino, pero se asemeja con Antúnez (2017) quien determina que el 63.6% son de género masculino. Esto quiere decir que el género no es de tanta relevancia para ser representantes de una mype.

- El 57.14% de los representantes de micro y pequeñas empresas tienen una instrucción superior universitaria, estos resultados contrastan con los resultados de Antúnez (2017) en los antecedentes quien determina que solo el 45.5% de los representantes tienen instrucción superior universitaria, también contrasta con Delgado (2017) quien determina que 37% tiene el grado de Superior universitaria incompleta. Esto quiere decir que una gran mayoría de representantes en las mypes del rubro hoteles tienen cierto conocimiento con respecto al manejo de una mype.

- El 85.72% de los representantes son los dueños de dichas mypes (tabla 01), de ésta manera se puede percibir que al ser dueños ellos toman las decisiones de dichas mypes.

- El 85.72% de los representantes tienen una permanencia de 4 a más años en el cargo (tabla 01) el cual contrasta con la investigación de Antúnez (2017) en los antecedentes quien determina que los representantes tienen de 0 a 3 años tienen el 68,2% de permanencia en el rubro.

b) Respecto al objetivo 2: características de las micro y pequeñas empresas sector servicio

- rubro hoteles ubicadas distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

- El 57.14% de las mypes tiene una permanencia de 4 a 6 años en el mercado (tabla 2), estos resultados contrastan con la investigación de Torres (2017) en los antecedentes quien determina que el 40% de las mypes están en el rango de 6 a más años dentro del mercado, lo cual contrasta con Delgado (2017) que encontró que el 53% de las microempresas tiene de 5 años a más en la actividad. Esto quiere decir que la mayoría de las mypes siguen generando ganancias para que sigan subsistiendo dentro de este rubro competitivo.

- El 85.72% de las mypes cuentan con un número de 1 a 5 trabajadores (tabla 2), estos resultados se asemejan con la investigación realizada por Antúnez (2017) en los antecedentes quien determina que 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, y contrasta con torres (2017) quien determina el 45% cuenta con 6 a más trabajadores, los clientes no estarán del todo satisfechos y no serán bien atendidos pues el recurso humano es limitado.

- El 57.14% de las personas que trabajan en éstas micro y pequeñas empresas son personas no familiares (tabla 02)

- El 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el fin de generar ganancias (tabla 2), de esta manera se puede deducir que la mayoría de mypes son constituidas por necesidad mas no por satisfacción al cliente.

c) Respecto al objetivo 3: características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicio - rubro hoteles ubicadas ubicadas distrito de Coishco, provincia del Santa, 2022

- El 57.14 de los representantes tienen conocimiento acerca de lo que es gestión de calidad (tabla 3), estos resultados se asemejan con la investigación de Antúnez (2017) en los antecedentes quien determina que el 59,1% si tienen conocimiento de una gestión de calidad, por otro lado (Renau, s.f) explica en las bases teóricas que la gestión de calidad es la manera en la que las empresas proyectan, crean programas y métodos, y por ultimo hacen un seguimiento a sus resultados y de esa manera logran la calidad en sus productos o servicios que es uno de sus objetivos fundamentales. Cabe mencionar que la misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad.

- El 100% de los representantes mencionaron a atención al cliente como una técnica moderna del cual tienen conocimiento (tabla 3), este resultado se asemeja a la investigación de Delgado (2017) en los antecedentes quien determina que el 64% de Mypes encuestadas manifiesta haber participado en capacitación de atención al cliente. Esta técnica es la más conocida y la que puede definir si tu negocio puede seguir o no dentro del mercado ya que como lo menciona Puerto (2016) en las bases teóricas es la forma en que una empresa brinda un servicio y también la manera en la que sus agentes o trabajadores cumplen con sus tareas

- El 28.57% de las dificultades que hay en los trabajadores es el aprendizaje lento y el 28.57% que no se adaptan a los cambios, impidiendo así la implementación de una buena gestión de calidad (tabla 3), los trabajadores son un pilar muy importante dentro de una organización. Las personas deben tener interés por el puesto en donde trabajan, para aumentar la capacidad de la organización y proporcionar valor.

- El 100.00% de los representantes de las mypes utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento (tabla 3).

- El 100% de los representantes respondieron que si es importante la gestión para el rendimiento en la empresa (tabla 3), así como lo explica (Lizarzaburu, 2016) en las bases teóricas “Un resultado esperado se alcanza con más eficiencia cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un procedimiento”.

- El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondieron que es importante la gestión para alcanzar objetivos, la gestión tiene como finalidad hacer cumplir los objetivos que se fijan dentro de la organización y de esa manera lograr los resultados esperados.

- El 100% de los representantes encuestados tienen conocimiento acerca del término atención al cliente, en sus resultados contrasta con Antúnez (2017) en los antecedentes quien determinó que el 50,0% si tiene definido el término atención al cliente, así como lo define (Puerto, 2016) en las bases teóricas que es la forma en que una empresa brinda un servicio y también la manera en la que sus agentes o trabajadores cumplen con sus tareas. No todas las mypes tienen conocimiento acerca del término atención al cliente por esta razón es que brindan sus servicios sin saber verdaderamente cuales son las necesidades del cliente.

- El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad dentro de las mypes (tabla 03), estos resultados se asemejan a Antúnez (2017) en los antecedentes quien determina que el 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, Lizarzaburu (2016) explica en las bases teóricas con respecto a la mejora dentro de una gestión de calidad lo siguiente “la mejora continua del desempeño global de su estructura debe ser su objetivo permanente.” Por lo que se puede percibir que la gestión de calidad en estas mypes se aplica en su totalidad.

- El 100% de los representantes dijeron que si es importante la atención al cliente (tabla 3), así como lo explica Lizarzaburu (2016) en las bases teóricas con respecto a la importancia de los clientes “Las organizaciones dependen de sus clientes por eso deben de comprender sus exigencias actuales y también futuras, satisfacer sus requisitos y que las empresas se esfuercen por superar sus expectativas” de esa manera brindan un mejor servicio, que supere las expectativas del cliente.

- El 85.72% de los representantes usan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad (tabla 3), los resultados contrastan con Delgado (2017) en los antecedentes quien determina que el 53% de Mypes encuestadas no conoce herramientas de gestión, por otro lado en las bases teóricas (Tobón, 2018) explica que “El servicio al cliente es estar al pendiente de las novedades que se le pueda ofrecer (su cumpleaños, gustos, expectativas, preferencias etc)”, es decir están en comunicación constante con el cliente.

- El 57.14% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondieron que las instalaciones es uno de los factores más importantes para la calidad de servicio (tabla 3), lo cual se considera que la infraestructura es lo que más llama la atención al cliente, aplicando la frase “todo entra por los ojos”.

- El 100% de los representantes respondieron que es buena la atención que brindan a sus clientes (tablas 3), pues obtienen clientes satisfechos y estas mypes siguen dentro del mercado competitivo.
- El 42.85% de los representantes respondieron que la falta de capacitaciones a sus trabajadores es uno de los factores por las que se pueda dar una mala atención al cliente (tabla 3).
- El 45.45% de los representantes respondieron que la fidelización de los clientes es el resultado que se obtiene al brindar una buena atención al cliente, de esa manera gracias a sus clientes fieles siguen brindándoles una buena atención para logran ventas y seguir generando ganancias.

VI. Conclusiones

- La mayoría de los representantes son dueños (85.72%), la mayoría de los representantes tienen de 4 a más años de permanencia en el cargo (85.72%), el (71.43%) son de género masculino, el (57.14%) tienen grado superior universitario; la minoría de los representantes tienen de 51 a más años de edad (28.57%).
- En su totalidad tienen como objetivo el generar ganancias (100.00%); el (57.14%) son personas no familiares las que laboran en dichas mypes; el (57.14%) tiene una permanencia de 4 a 6 años dentro del mercado, la minoría (14.28%) de las mypes cuentan con 6 trabajadores a más.
- En su totalidad tienen conocimiento de la atención del cliente como técnica moderna (100.00%); respondió que la gestión ayuda al rendimiento de la empresa (100.00%); respondió que la aplicación de una buena gestión ayuda al alcance de los objetivos (100.00%); los representantes tienen conocimiento acerca del término de atención al cliente (100.00%); aplica la gestión de calidad dentro de sus mypes (100.00%); los representantes usan la comunicación como herramienta para una atención de calidad (85.72%); el (57.14%) de los representantes tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, el (57.14%) de los representantes mencionan que su atención es buena, el (57.14%) menciona que las instalaciones del hotel son un factor de calidad, en su minoría (42.86%) la poca iniciativa es dificultad que impide la implementación de gestión de calidad, la falta de capacitaciones al personal es factor para una mala atención al cliente

(42.85%), el (27.27%) menciona que el resultado de dar una buena atención al cliente son clientes satisfechos y el (27.27%) posicionamiento de la empresa.

Recomendaciones

- Saber dirigirse de una manera idóneo a su personal haciendo uso de un léxico adecuado y fácil de entender, para que así se pueda dar una comunicación eficaz y los trabajadores sepan cómo ejecutar sus funciones.

- Inscribirse en Capacitaciones empresariales constantemente para que éstas mypes tengan conocimiento de otras herramientas de gestión y lo pongan en práctica.

- Crear un plan estratégico con metas alcanzables y creíbles para que se lleve una mejor gestión, de esa manera hacer una retroalimentación a cerca del servicio que ofrecen para poder mejorar, capacitando consecutivamente a su personal ya que de ellos dependen la fidelización para su empresa

VII. Referencias Bibliográficas

Bracho, Y (2010). *Gestión de calidad* recuperado de <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.com/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-capitulo-ii.html>

Cahuaya, R y Ñahuincopa, P (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del hotel la hacienda en la provincia de Angaraes 2015*. (tesis de pregrado) Universidad Nacional del Centro del Perú. Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1288/TESIS%20CAHUAYA-%C3%91AHUINCOPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chiavenato (2004). *Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración*. Edit. Mc Graw Hill. México DF

Delgado, J (2017). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro salón spa, del distrito de Callería, año 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2704>

Guzman C. (10 de abril de 2018). Mypes: por qué son importantes para la economía peruana. PQS. Recuperado de <https://pqs.pe/actualidad/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana/>

Izquierdo, R (6 septiembre 2018). *El proceso de atención al cliente e Integra IMS*. [IntegriaIMS]. Recuperado de <https://integriaims.com/proceso-de-atencion-al-cliente/>

Lizarzaburu, E. (2016). *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. Universidad & Empresa.

Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>

Nicuesa, M (6 de noviembre del 2018). *Cinco características de los clientes actuales*.

[Empresariados]. Recuperado de <https://empresariados.com/cinco-caracteristicas-de-los-clientes-actuales/>

Plataforma digital única del estado peruano (25 de mayo de 2022). Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER). Gob.pe. Recuperado de <https://www.gob.pe/6989>

Puerto, G (23 de setiembre 2016). *Diferencia entre atención y servicio al cliente*. [prezi].

Recuperado de <https://prezi.com/sr4pevqzu2wj/diferencia-entre-atencion-y-servicio-al-cliente/>

Raffino, M (2019). "*Control de calidad*". *Concepto.de*. Recuperado

de <https://concepto.de/control-de-calidad/#ixzz5sRFTkmFq>

Sales, G (2016). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y*

pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. (tesis de pregrado). Recuperado de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/MYPE_CAPACITACION_SALES_MARCHENES_GABY_OLINDA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Significado de la Comunicación no verbal (2014, Enero 1). Recuperado de

<https://www.significados.com/comunicacion-no-verbal/>

Sistema para impulsar rentabilidad y crecimiento (2010) sircpyme. Ciudad de México, México. Recuperado de

<https://www.yumpu.com/es/document/view/14855699/posturas-prohibidas-en-el-contacto-con-clientes-sircpyme/3>

Ucha, F. (2011) *Gestión De Calidad: Definición ABC*. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>

Anexos

Anexo 1: figuras

1. Referente a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

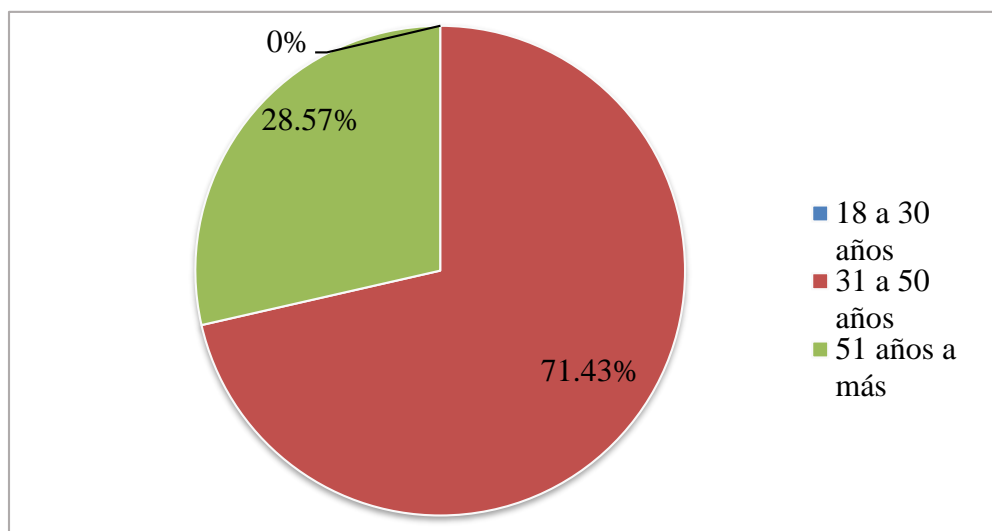


Figura 1: Edad del representante

Fuente: tabla 1

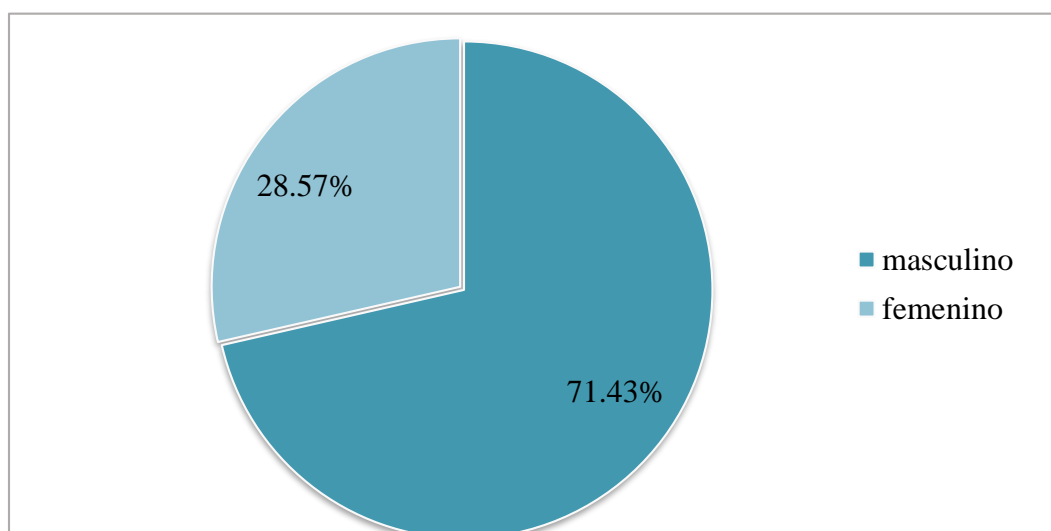


Figura 2: Género del representante

Fuente: tabla 1

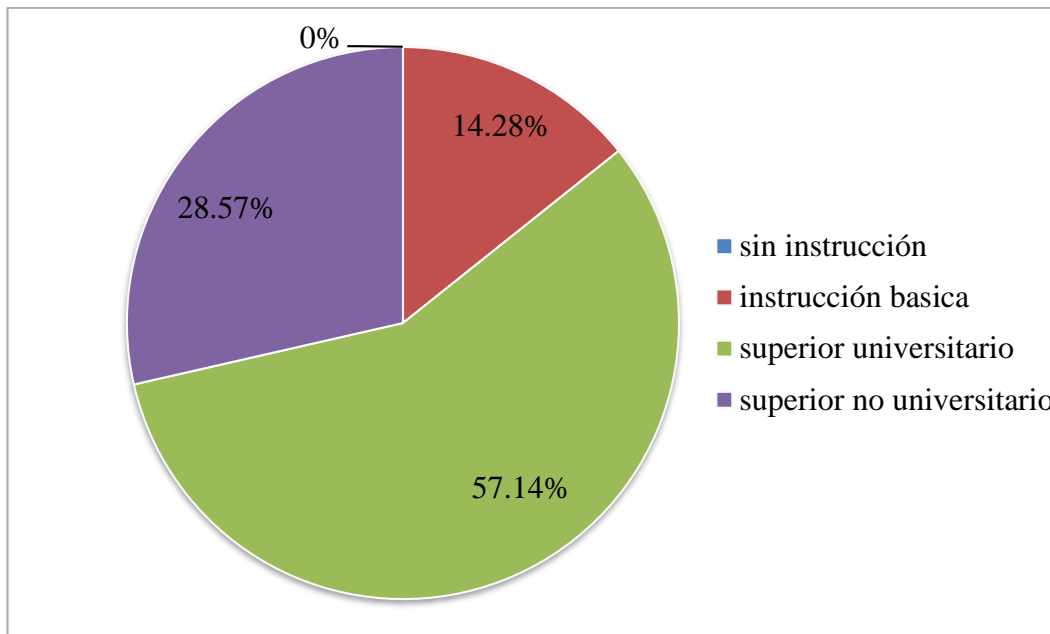


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: tabla 1

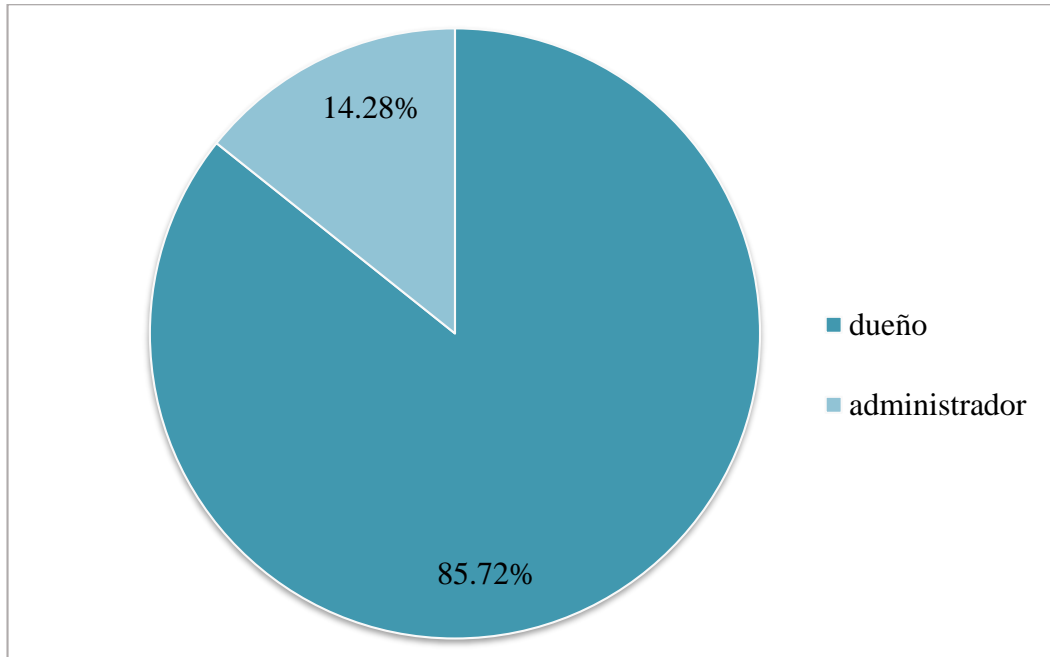


Figura 4: Cargo dentro de la empresa

Fuente: tabla 1

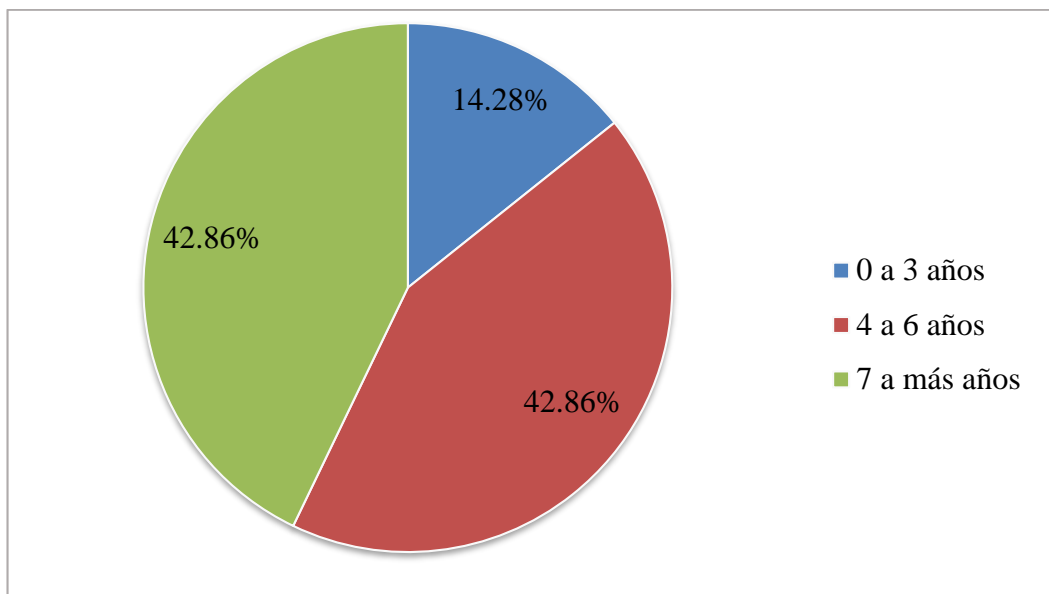


Figura 5: Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente: tabla 1

2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

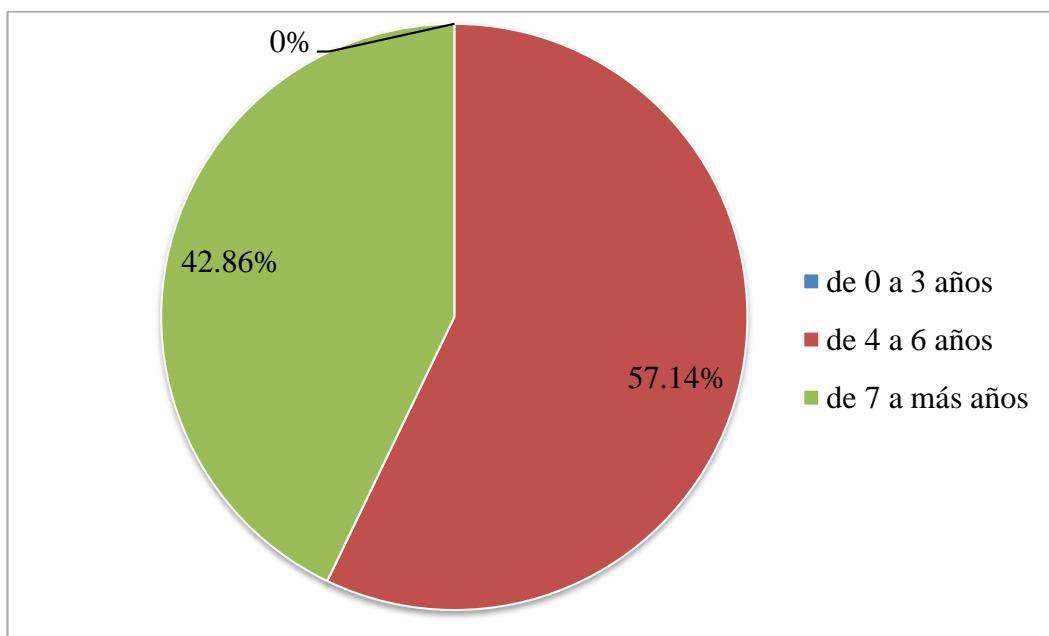


Figura 6: Años de permanencia en el mercado

Fuente: tabla 2

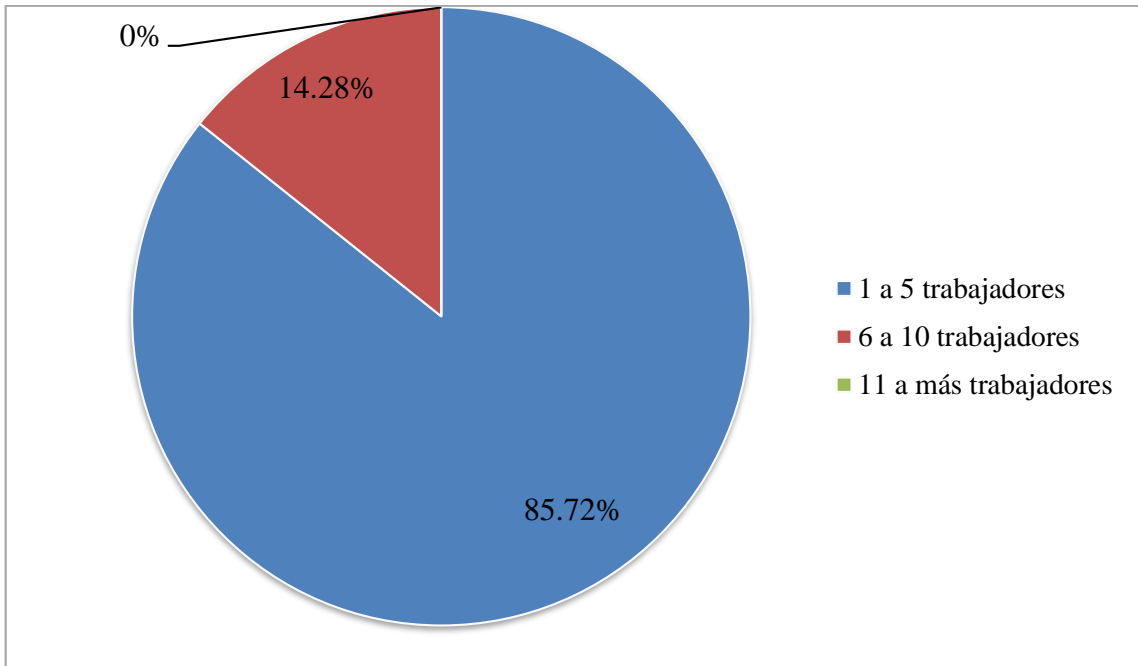


Figura 7: Número de trabajadores

Fuente: tabla 02

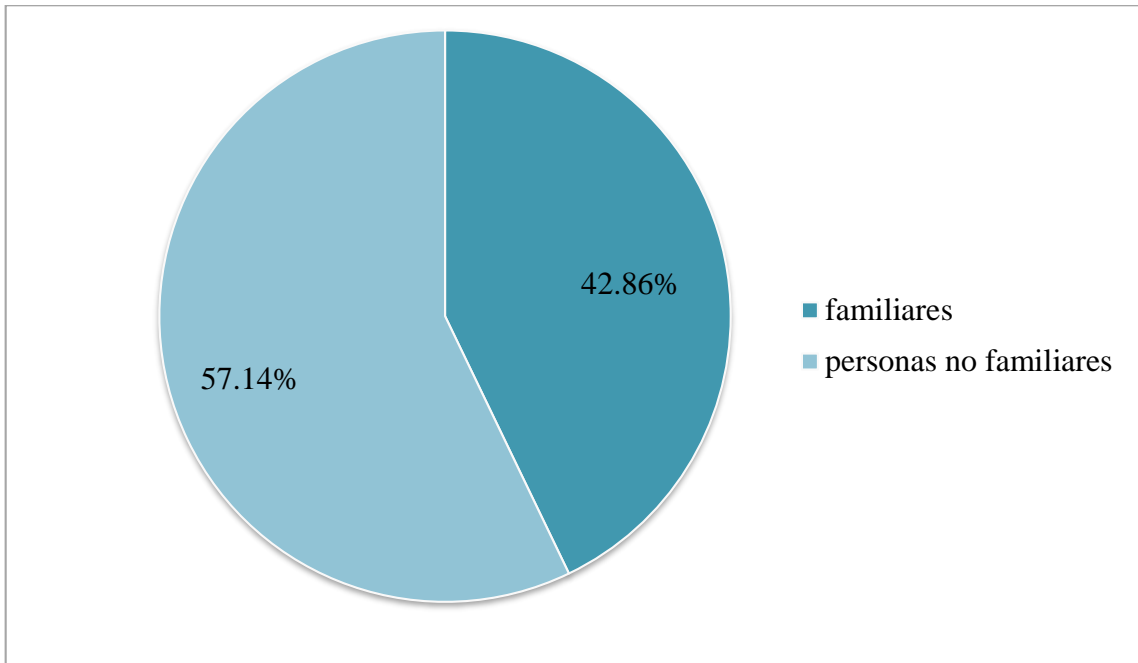


Figura 08: Parentesco

Fuente: tabla 02

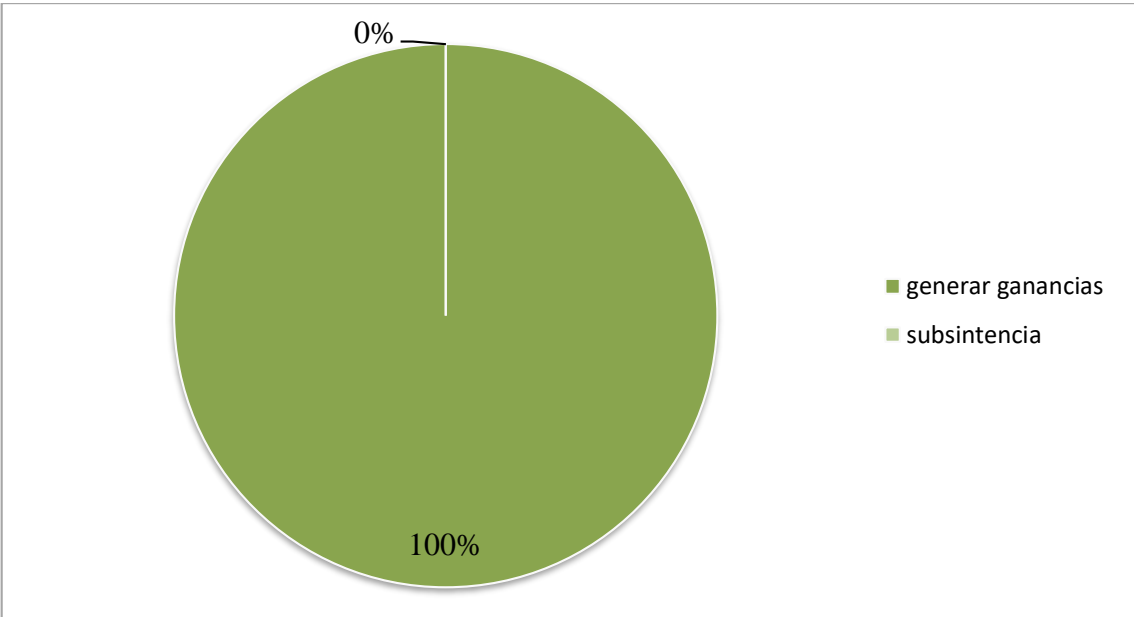


Figura 9: objetivo de creación

Fuente: tabla 22

3. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas

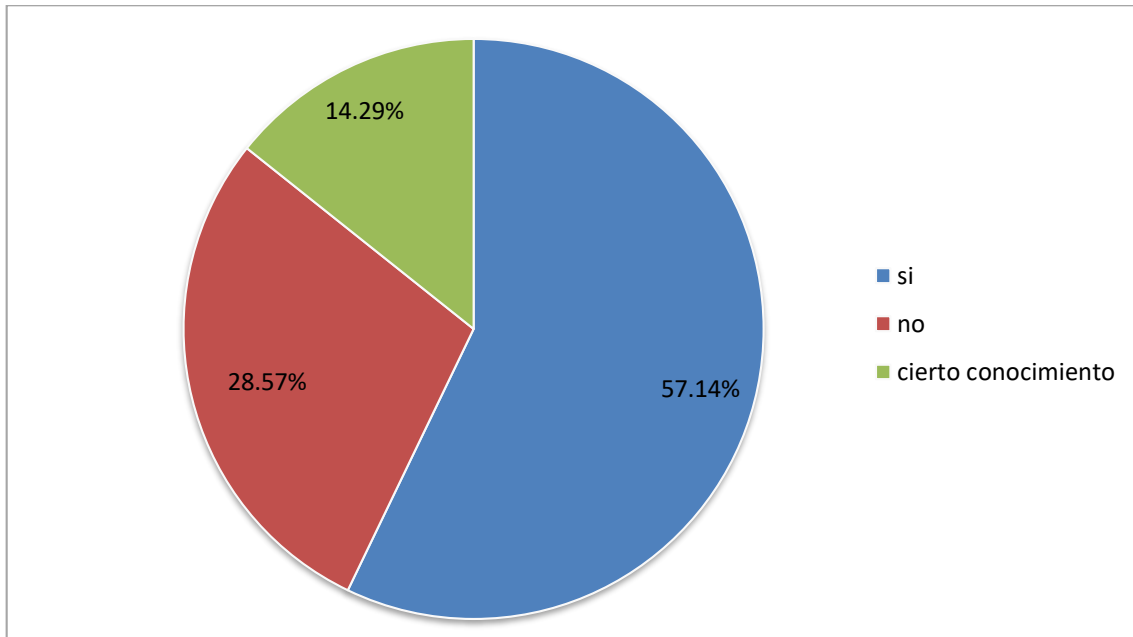


Figura 10: Conocimiento sobre gestión de calidad

Fuente: tabla 3

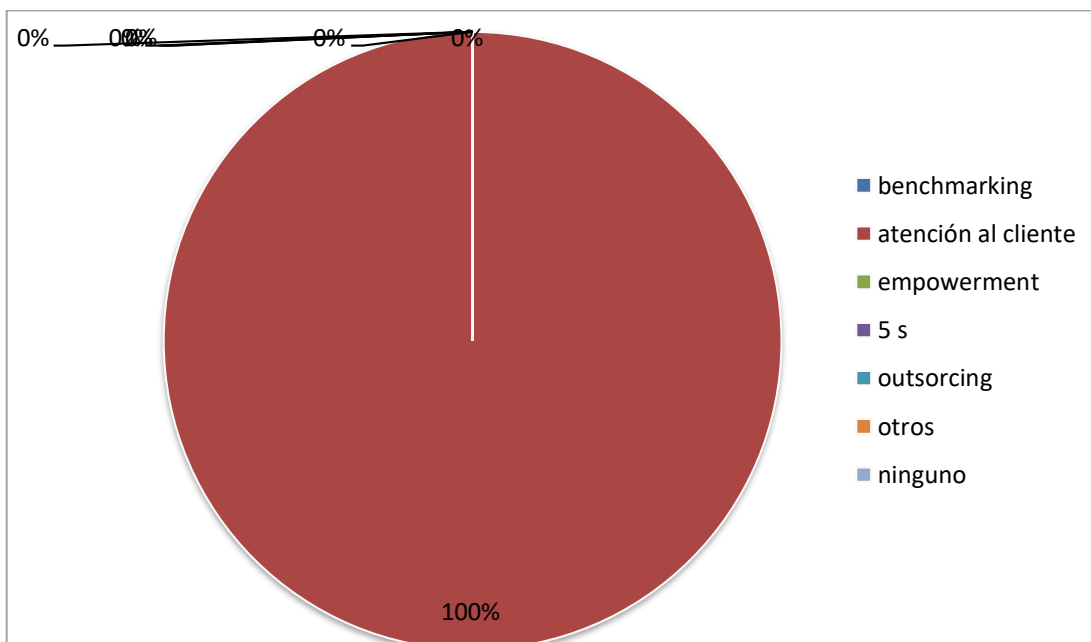


Figura 11: Técnicas modernas que conoce

Fuente: tabla 3

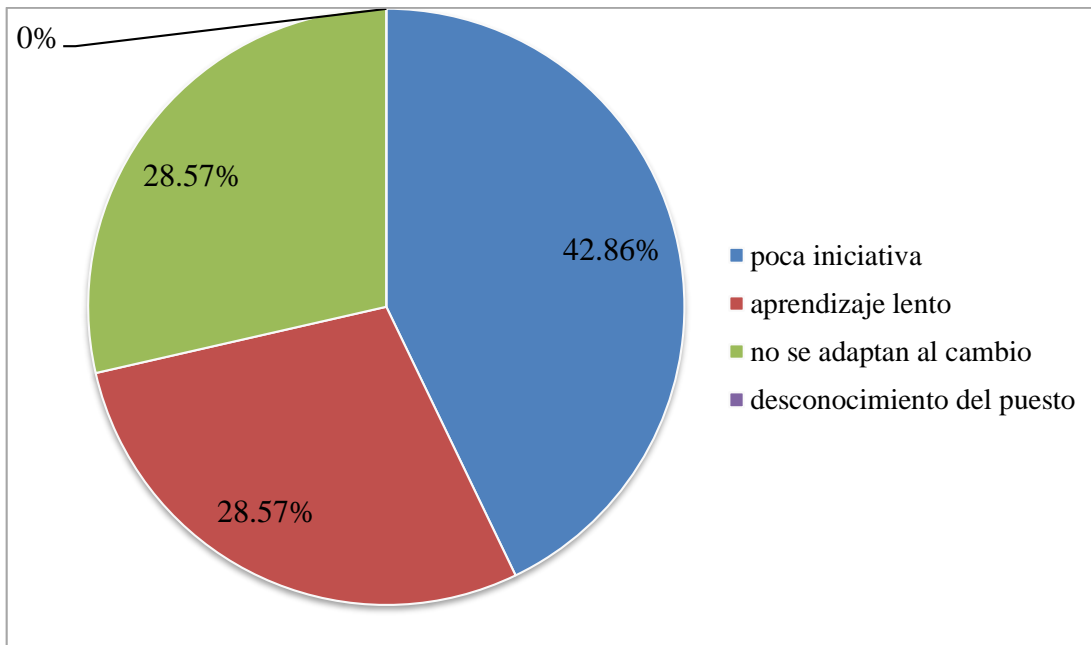


Figura 12: Dificultades de los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad

Fuente: tabla 3

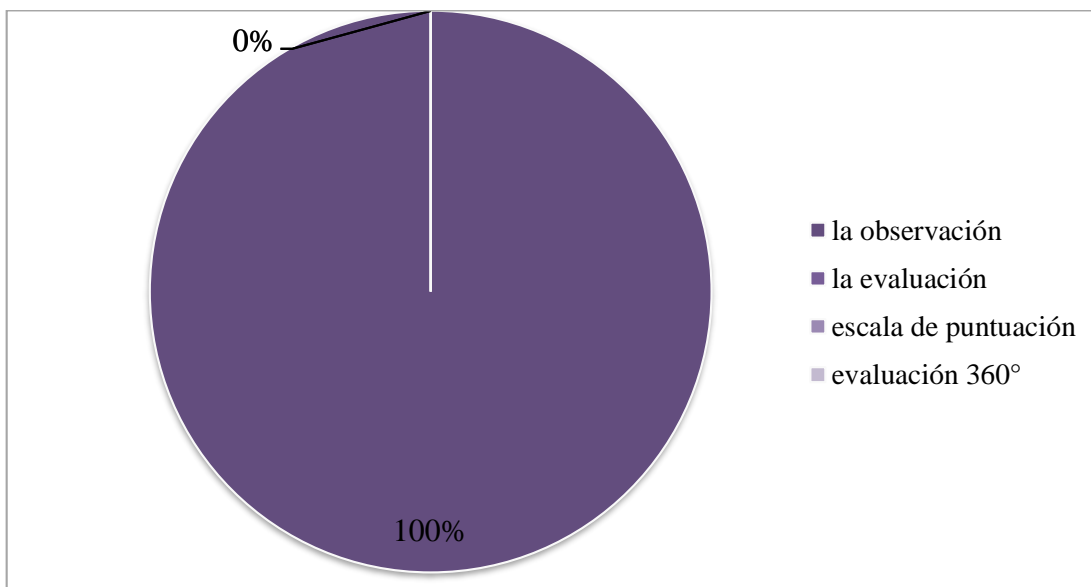


Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento

Fuente: tabla 3

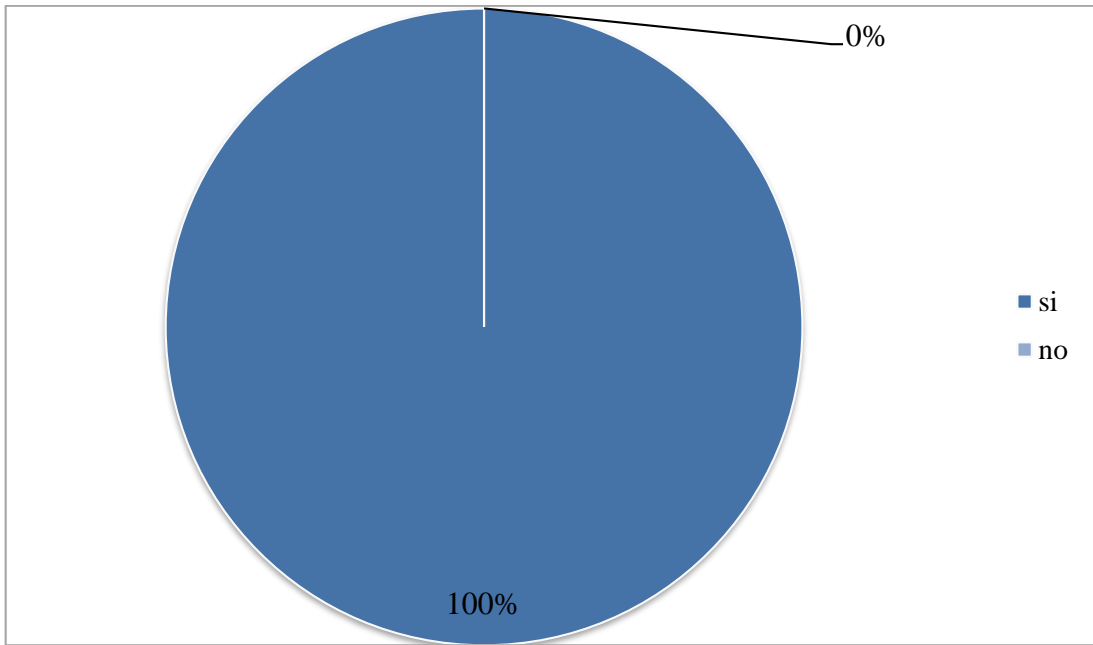


Figura 14: Rendimiento de la gestión en la empresa

Fuente: tabla 3

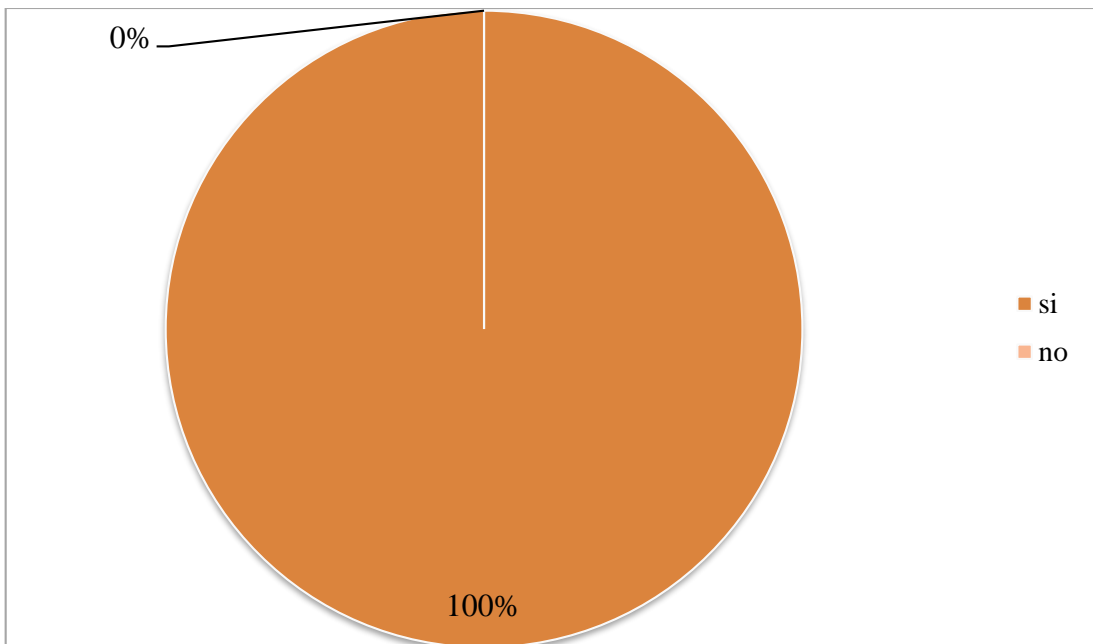


Figura 15: Gestión de calidad alcanza objetivos

Fuente: tabla 3

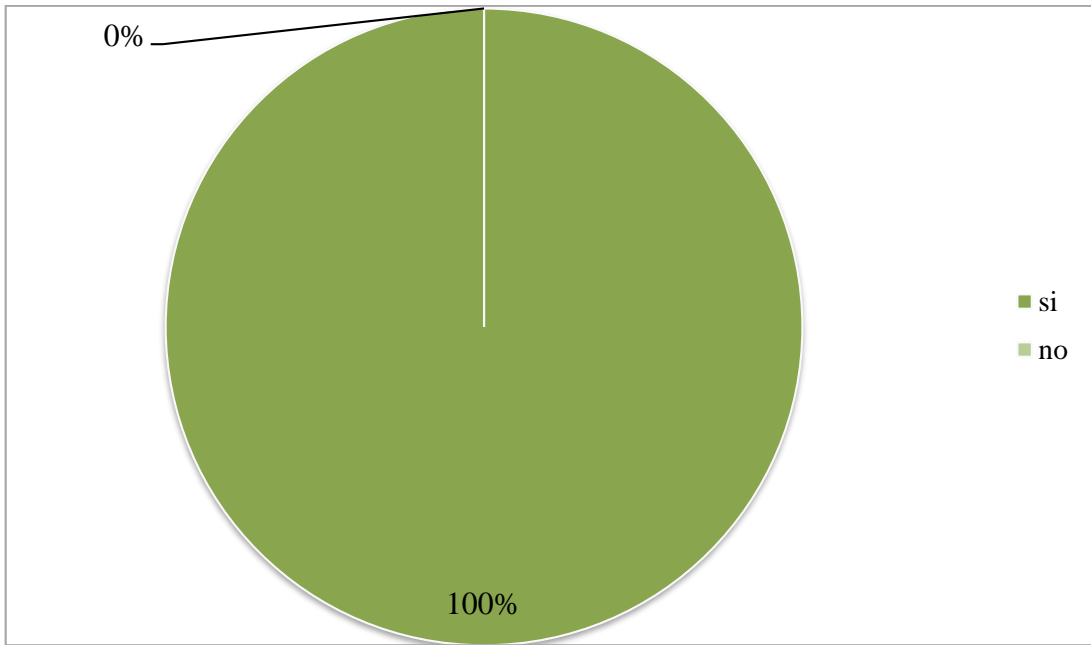


Figura 16: Conocimiento del termino atención al cliente

Fuente: tabla 3

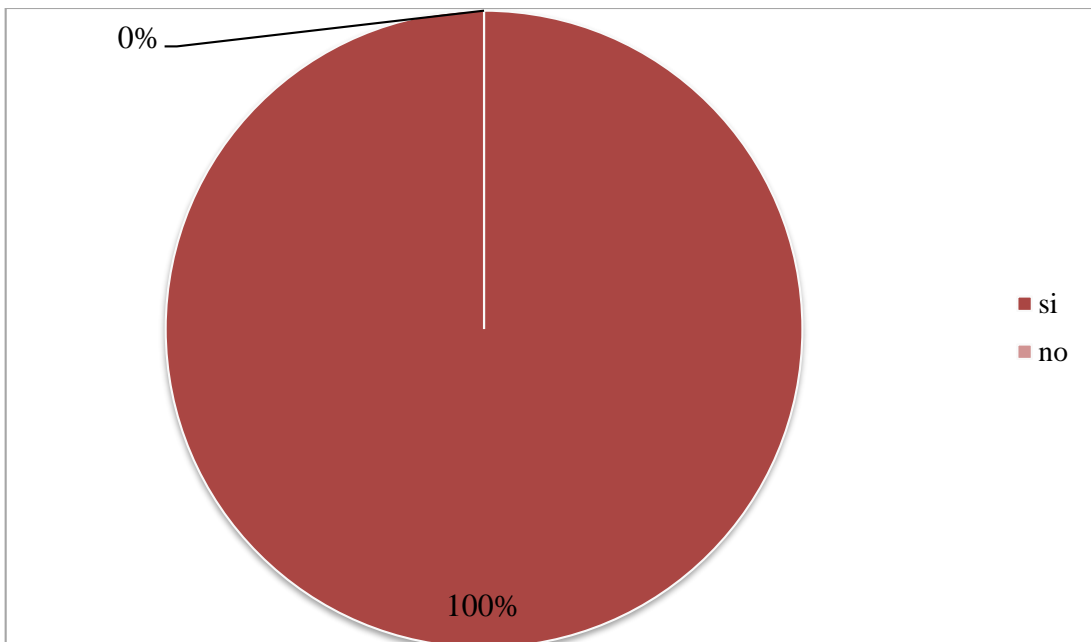


Figura 17: Aplicación de gestión de calidad

Fuente: tabla 3

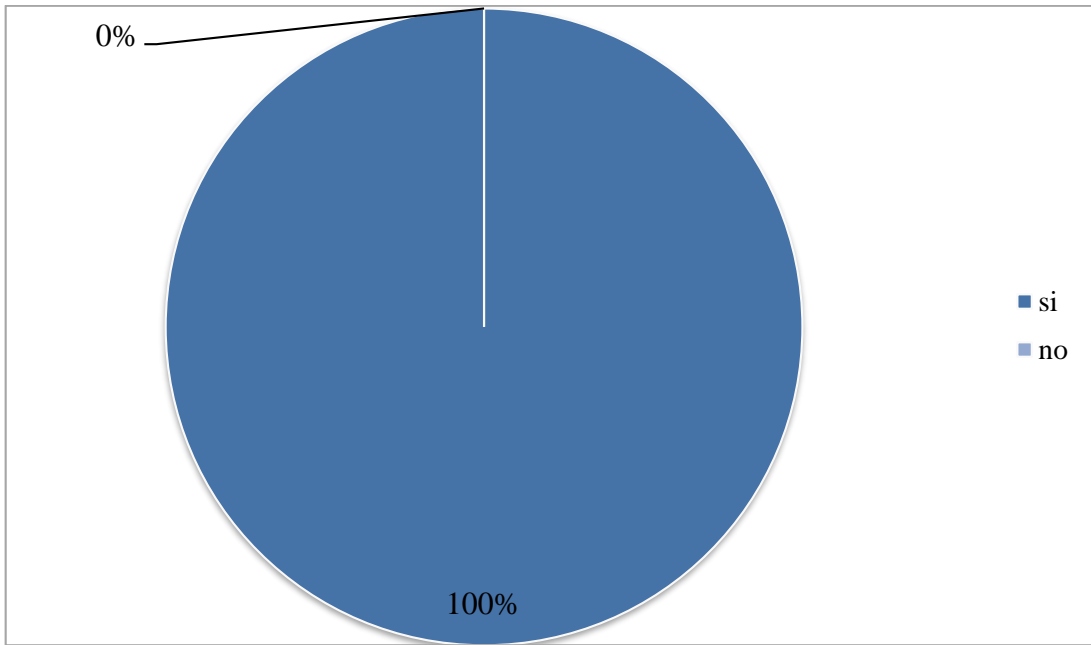


Figura 18: Importancia de atención al cliente

Fuente: tabla 3

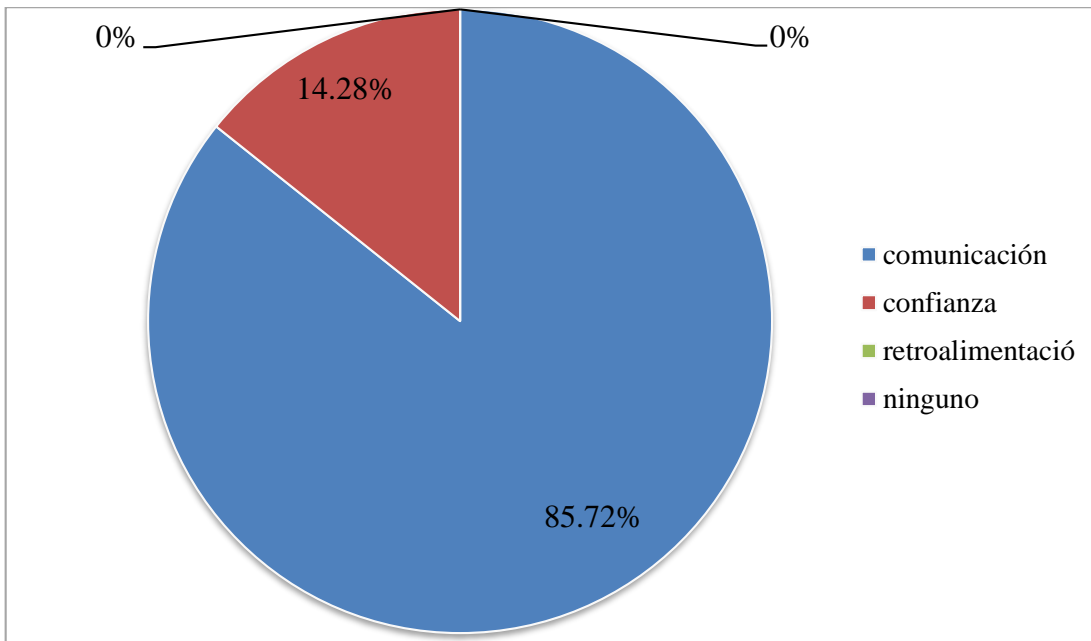


Figura 19: Herramientas para un servicio de calidad

Fuente: tabla 3

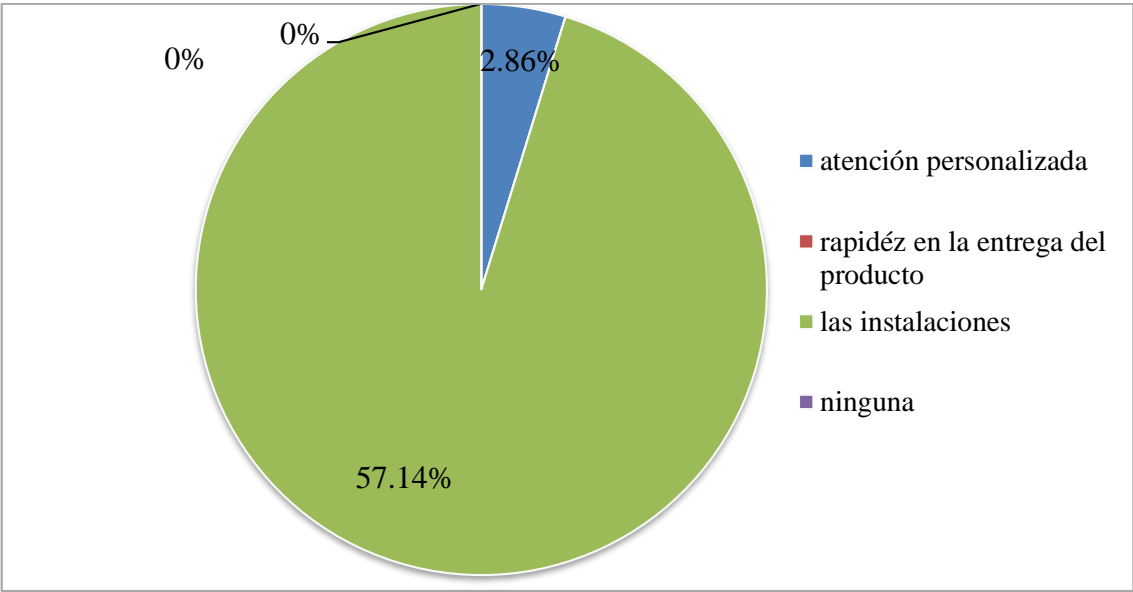


Figura 20: Factores para la calidad de servicio

Fuente: tabla 3

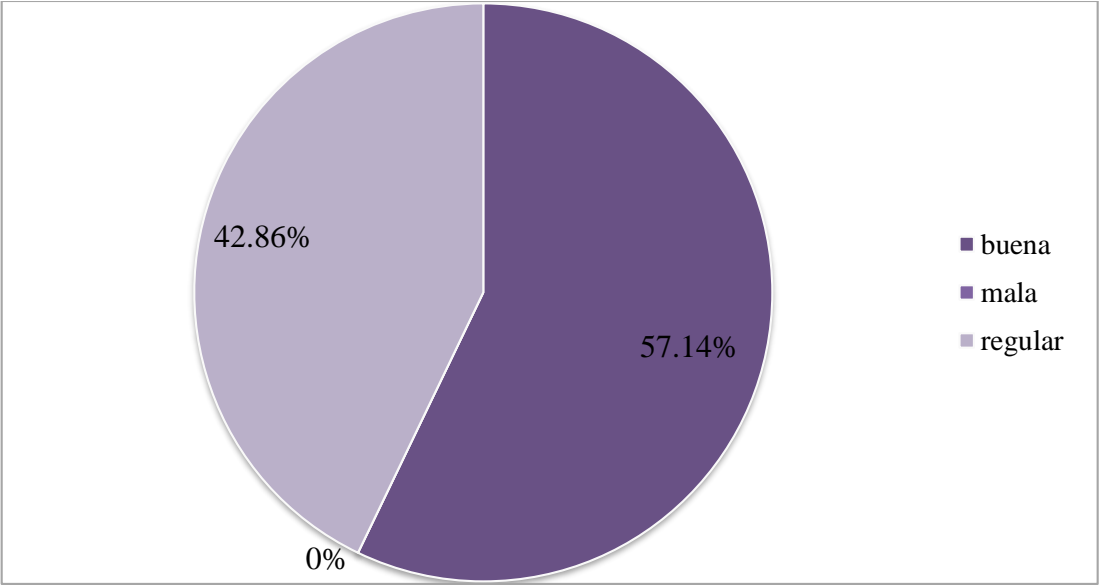


Figura 21: Calificación de su atención

Fuente: tabla 3

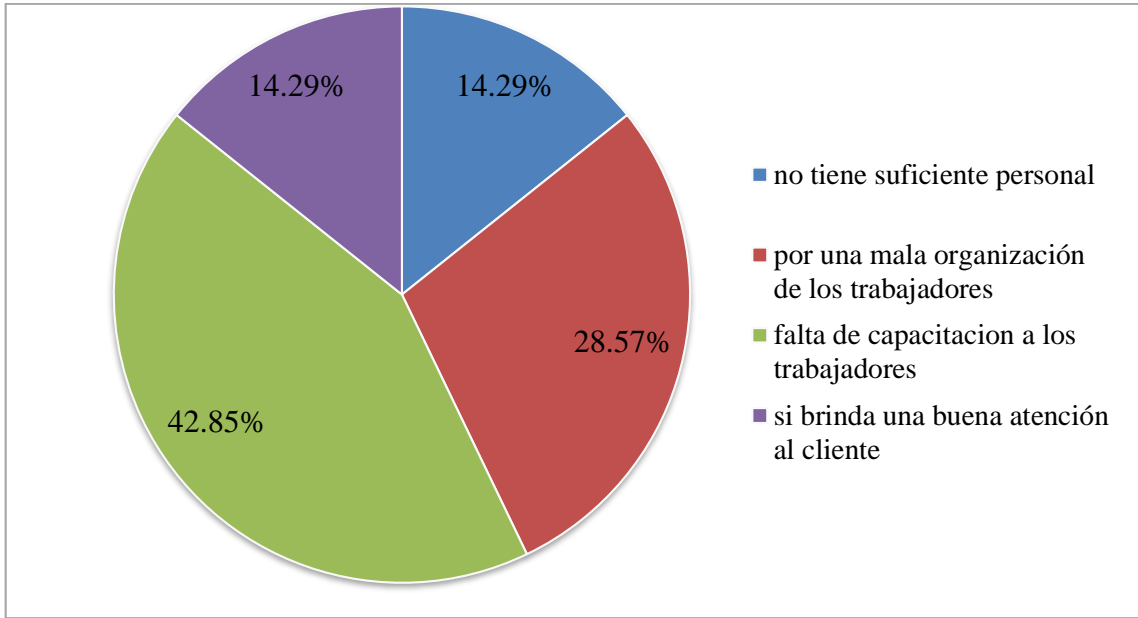


Figura 22: factores por las que se pueda dar una mala atención

Fuente: tabla 3

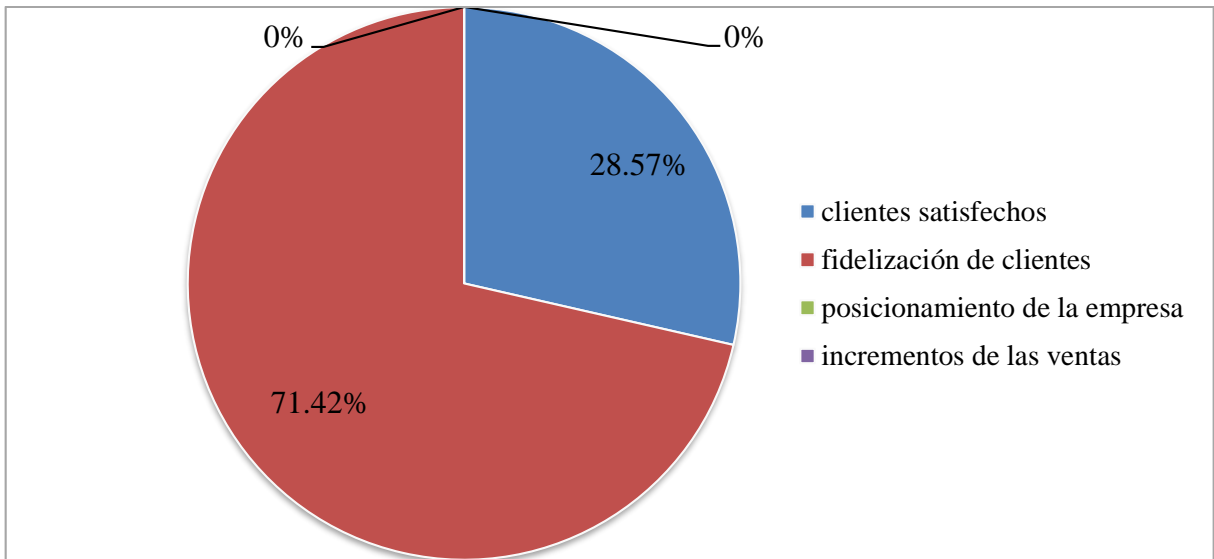


Figura 23: Resultados de dar una buena atención al cliente

Fuente: tabla 3

Anexo 2: Validación de encuesta

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIO RUBRO HOTELES EN EL DISTRITO DE COISHCO, PROVINCIA DEL SANTA, 2022

INVESTIGADOR (A):

Indicación: señor especialista, se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de encuesta que le mostramos marque con un aspa (x) el casillero que crea conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, evidenciando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

NOTA: Para cada ítem se considera una escala del 1 al 5 donde:

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

PREGUNTAS		VALORACIÓN				
N°	DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
	Representantes de las mypes					
01	Edad de los representantes de las mypes			X		
02	Genero de los representantes de las mypes			X		
03	Grado de instrucción de los representantes de las mypes				X	
04	Cargo que desempeña en las mypes					X
05	Tiempo que desempeña en el cargo					X
	Micro y pequeñas empresas					
06	Tiempo de permanencia en el rubro				X	
07	Número de trabajadores			X		
08	Parentesco de trabajadores con el representante			X		
09	Objetivos de la creación de la mype				X	
	Gestión de Calidad					
10	Conocimiento del termino gestión de calidad					X
11	Técnicas modernas de gestión de calidad					X
12	Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad					X
13	Técnicas para medir el rendimiento del personal					X
14	Gestión de calidad para el buen rendimiento del negocio					X
15	Gestión de calidad para alcanzar objetivos y metas trazadas por la empresa					X
	Atención al Cliente					
16	Conocimiento del termino atención al cliente					X
17	Aplicación de la gestión de calidad en atención al cliente					X
18	Importancia de la atención al cliente para que vuelva al establecimiento				X	
19	Herramientas para una atención de calidad				X	
20	Factores que son importantes para la calidad al servicio					X
21	Factores por las que se da una mala atención al cliente			X		

MBA SOLANO CASTILLO MARLON JUNIORS

CLAD 10901

Anexo 3: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Socialización de Spa/ aprobación de tema de tesis	X															
Uso de turnitin (análisis, plan, conclusiones y recomendaciones)		X														
Metodología de la investigación			X													
Uso de turnitin (Proyecto de investigación)				X												
Validación del instrumento de recolección de datos					X	X	X									
Interpretación de Resultados								X								
Análisis de resultados									X							
Conclusiones y recomendaciones										X	X					
Presentación de informe final, artículo científico (turnitin)											X					
Revisión de informe final												X	X			
Prebanca															X	
Exposicion																X

Anexo 4: Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	% o número	Total (S./)
Suministros (*)			
• Impresiones	18.00	4	72.00
• Fotocopias	7.00	1	7.00
• Empastado	28.00	1	28.00
• Papel bond A-4	12.00	1	12.00
• Lapiceros	2.00	1	2.00
Servicios			
• Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Subtotal			221.00
Gastos de pasaje			
• Pasajes para recolectar información	20.00		20.00
Subtotal			20.00
Total de presupuesto desembolsable			241.00
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% o número	Total (S./)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Subtotal			400.00
Recursos humanos			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Subtotal			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S./)			893.00

NSEGURA_INFORME FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo



Mg. María Del C. Rosillo de Purizaca
CLAD 03970

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

Presidente – Jurado Evaluador